

## Action

*Bij de beantwoording van de vragen 6 tot en met 12 hoef je geen gebruik te maken van informatiebronnen in de bijlage.*

Het aantal winkels van Action groeide de afgelopen twee jaar van 200 naar 250. Het bedrijf verkoopt voornamelijk Aziatische producten tegen bodemprijzen. Frisdrank uit Taiwan, serviesgoed uit China en speelgoed uit Hongkong, het is allemaal te koop bij Action.

*bron: Volkskrant 1 december 2010*

- 1p 6 De winkelketen Action begint dus een grote speler te worden in Nederland. Mensen komen naar Action, omdat ze daar 'lekker' kunnen shoppen voor weinig geld. Naast een permanent assortiment is er ook een steeds wisselend assortiment. Het werken met een steeds wisselend assortiment, zodat klanten niet weten wat ze aan zullen treffen, is een voorbeeld van een marketingstrategie.
- Leg uit dat een wisselend assortiment klanten naar de winkel kan lokken.
- 1p 7 Veel consumenten zijn van mening dat de producten bij Action goedkoop zijn. In de praktijk blijkt het assortiment maar voor een derde deel uit vaste artikelen te bestaan, de rest wisselt om de zoveel tijd. Naast het lokken van klanten heeft Action een andere reden om met een steeds wisselend assortiment te werken.
- Noem een andere reden voor Action om met een steeds wisselend assortiment te werken.
- 1p 8 Het assortiment speelt dus een belangrijke rol in de marketingstrategie van Action. Tot welk onderdeel van de marketing behoort het assortiment?
- A plaatsbeleid
  - B prijsbeleid
  - C productbeleid
  - D promotiebeleid
- 2p 9 Jolanda en Wendy, beiden 16 jaar oud, zijn vriendinnen. Zij zijn op weg naar de Actionwinkel waar Wendy werkt. Jolanda zegt: "Gisteren heb ik nog een pennenetui bij jullie gekocht en moest € 1,35 (inclusief € 0,22 btw) afrekenen bij de kassa. Hoe kan Action hier ooit winst op maken?" "Nou", zegt Wendy, "goedkoop inkopen. De inkoopprijs bedraagt 80% van de verkoopprijs exclusief btw."
- Hoeveel bedraagt de brutowinst in euro's op een pennenetui? Schrijf je berekening op.

- 1p **10** Wendy zegt: “Ook de personeelskosten bij Action zijn laag in vergelijking met andere winkelketens. Ik verdien net iets meer dan het minimumloon en moet er hard voor werken. Onze arbeidsproductiviteit is heel hoog. Dat is gunstig voor een lage kostprijs.”  
→ Leg uit waarom een hoge arbeidsproductiviteit zorgt voor een lage kostprijs per product.
- 1p **11** Om uiteindelijk toch een flinke winst te maken, is het nodig dat Action een grote afzet heeft. Wat wordt er bedoeld met afzet?  
**A** het aantal producten dat ingekocht wordt  
**B** het aantal producten dat verkocht wordt  
**C** het aantal verkochte producten maal de kostprijs van het product  
**D** het aantal verkochte producten maal de verkoopprijs van het product
- 1p **12** Volgens Jolanda zou Action er verstandig aan doen ook wat duurdere producten te verkopen met een betere kwaliteit. “Ik denk dat er dan meer klanten komen”, zegt ze.  
→ Geef een argument voor de mening van Jolanda.