

ØKONOMI – DEL 3

HJEMMEOPPGAVE - HANDELENS DAG

Du har i oppgave og planlegge hvilke tilbud du skal ha på Handelens Dag og kundene forventer «gode tilbud» og rabatter.

Produktene du selger koster deg 50 kroner i innkjøpspris uten mva per produkt. Normalt legger du på 150 kroner i påslag / fortjeneste på varen

REDEGJØR OG BEGRUNN:

Hvilken kampanje vil du kjøre på Handelens Dag?

Hvorfor har du landet på denne prisen og tilbudet ?

Hvordan vil du kommunisere tilbudet ut til kunden (markedsføringsbudskap)?

Hvilke konsekvenser kan det nye tilbudet / prisen få for deg som bedrift (positivt og negativt)?

SVARVEILEDER OPPGAVE

Kampanjeforslag Handelens Dag:

- Finne veiledende pris (innpris + påslag + utgående mva)

$$50 + 150 = 200 * 1,25 = 250$$

- Finne «optimal» rabatt eller prisavslag som både utløser nok salg, men som også sikrer «min fortjeneste». Husk at vi må «regne hjem» hver kampanje vi lager.
- Regne seg tilbake på fortjeneste: Tjener jeg nok, hvor mange ekstra bør jeg selge

Eksempel: La oss gi 60 % rabatt!

Vi ønsker å selge varen med 60 % rabatt

a) Finne ny utpris: $250 * 0,4 = \underline{100}$ kroner blir ny rabatterte i pris i butikk

b) Trekke fra mva: $100 / 1,25 = \underline{80}$ kroner er prisen uten mva

c) Beregne fortjeneste: $80 - 50$ (innprisen) = 30 kroner per produkt

d) Beregne «fortjenestetap»: Tidligere fortjeneste – Ny fortjeneste
 $150 - 30 = \underline{120}$ kroner i mindre fortjeneste per produkt

e) Hvor mange flere varer må jeg nå selge for å hente inn samme fortjeneste? I dette tilfellet må du selge 4 produkter i stedet for 1 for å sitte igjen med samme fortjeneste

f) Vil kampanjen klare å generere det økte salget / volumet jeg ønsker.

g) Vurdere – og re-regne: Er rabatten for høy? Hva om jeg heller setter den ned 40 %. Hvor mange færre kunder trenger jeg da? Osv....

SVARVEILEDER OPPGAVE: SALGSTRATEGI

- Skal jeg gå for at hver kunde kun skal kjøpe ET produkt og få rabatt på dette
- Skal jeg legge en strategi som genererer volum
- Skal jeg legge en strategi med «noe på kjøpet»
- Skal jeg legge en strategi som «gir noe» ved neste besøk / kjøp

SVARVEILEDER OPPGAVE

Hvordan kommunisere tilbudet:

- Kjøp en vare – få 50 % på neste
- Kjøp 3 – betal kun for 2
- Kjøp 2 – og få en ekstra på kjøpet
- 30 % på veiledende pris
- Sjokksalg: 60 % !
- Førpris og Nåpris
- Spar kroner på

SVARVEILEDER OPPGAVE

Konsekvenser for DEG

Positivt

- Øker salget av varen
- Øker omsetningen totalt
- Får ut nødvendig varelager eller hyllevarmere
- Får inn helt nye kunder
- Utløser salg «på vent» kunder
- Belønner eksisterende og kjente kunder
- Genererer økt mersalg av andre varer

Negativt

- Selger med for lite margin og fortjenesten minker
- Blir vanskelig å selge til FULL pris senere
- Ødelegger markedet
- Kommuniserer: Ikke verdt mer / varen har vært overpriset før
- Taper penger!
- Fullpriskunder kan føle seg «snytt».

SVINN

Svinn

Svinn vil si at noe minker.

I salgsforbindelse betyr svinn at omsetningen til bedriften minker.

Synlig svinn – kontrollert (salg av skadede varer f.eks)

Usynlig svinn – ukontrollert (tyveri, feilslag i kasse o.l)

Synlig svinn

Med synlig svinn menes det vi gjør med vilje.

Skadede varer som selges til redusert pris eller produkter som kastes fører til at omsetningen minker.

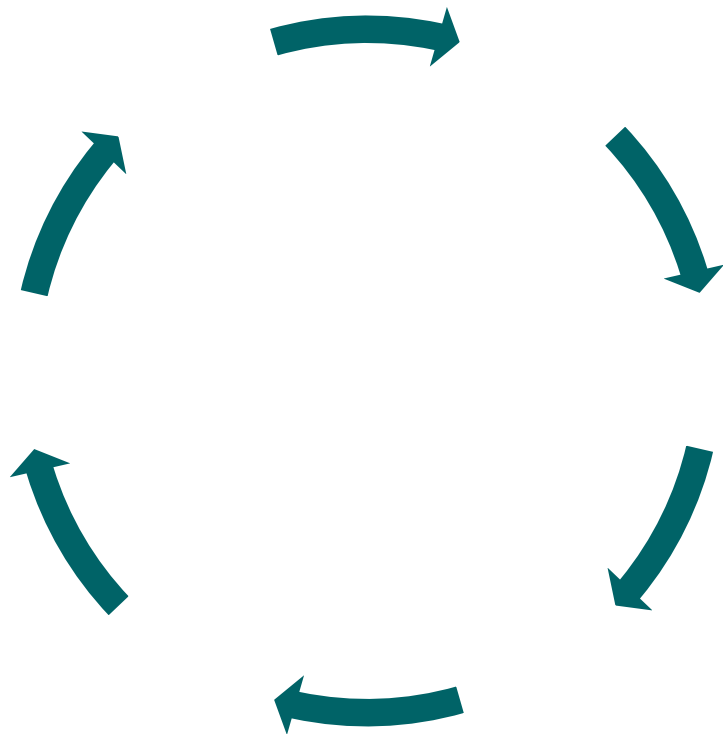
Det synlige svinnet kan vi kontrollere.

Usynlig svinn

Det usynlige svinnet er ikke kontrollert, og er det som skjer uten at vi er klar over det.

Svinn blant ansatte og tyveri er eksempler på usynlig svinn.

Svinn i varehandelen



Svinn kan forekomme i alle ledd av en vares reise gjennom bedriften. Helt fra bestilling til kassepunktet.

Oppgave

Hvilken form for svinn kan en ha i hvilke ledd av et produkts reise fra leverandør til kunde?

Svinn i alle ledd

- Bestilling
- Pakking leverandør
- Transport fra leverandør til bedrift
- Mottak av artikler bedrift
- Pakking på lager til butikk
- Transport til butikk
- Mottak i butikk
- Utpakking
- Salget
- I kassa
- Rutiner for varepåfylling – orden på lager

SVINN I DAGLIGVAREN



DETTE ER OGSÅ SVINN



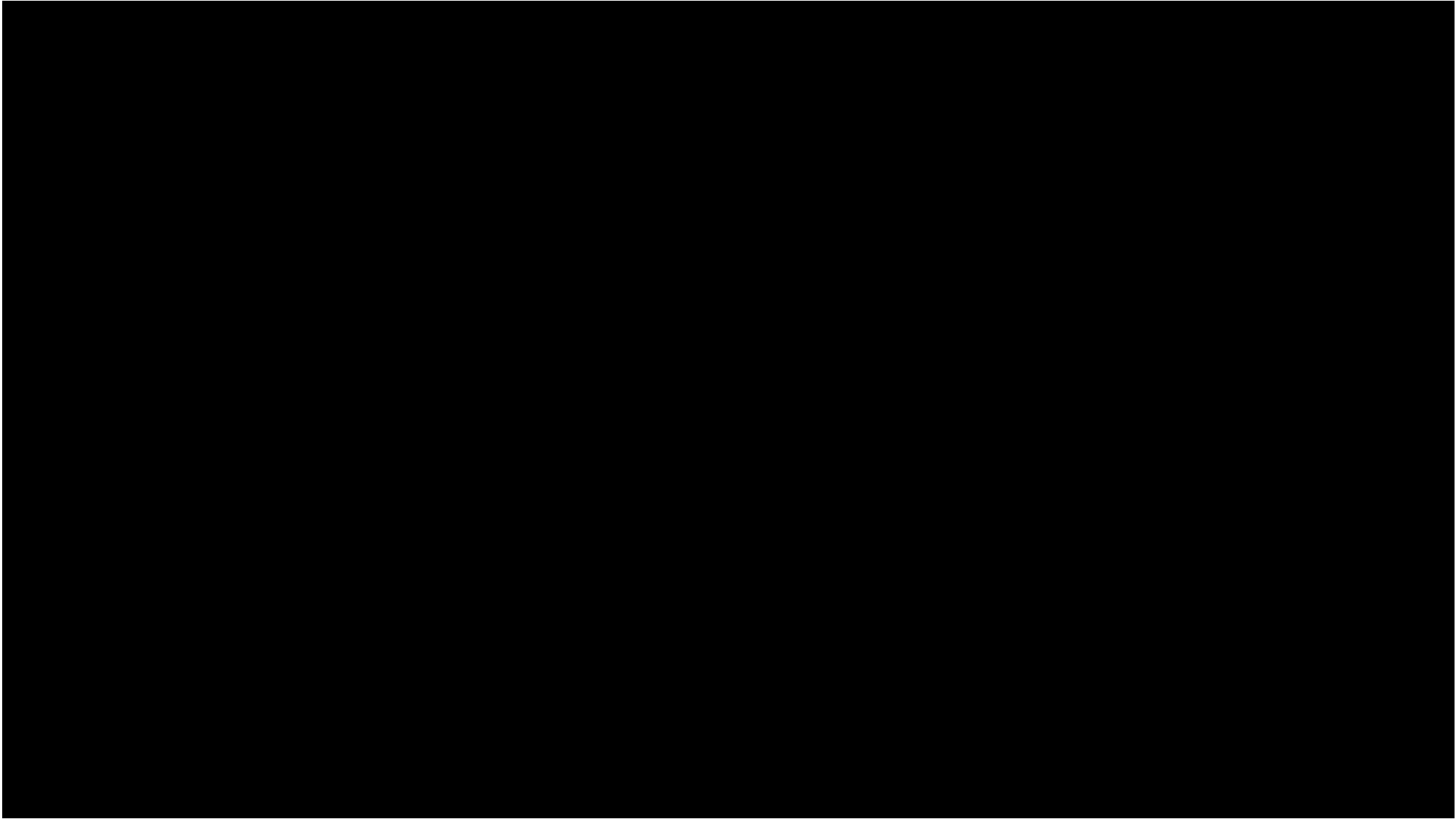
Oppgave: Interne eller eksterne «tyver»

Tenk og skriv ned:

Hvor mye av alt svinn i er det bedriftens egne ansatte som står for (i %).

Hva stjeles blant ansatte

- **Securitas har anslått at mellom 32 – 37% av alt svinn fra norske butikker skyldes utro ansatte og når norske butikker opplever svinn til en verdi av 5,6 milliarder i året blir det en enorm utgift.**
- Som bedriftseier må du stole på de ansatte. Du må stole på at de selger riktig vare til riktig pris, på at de møter opp når de skal og på at de generelt gjør det mulig å drive butikk. Det er derfor ikke så rart at de færreste liker å tenke på at de ansatte kan finne på å stjele fra bedriften.
- Men når Securitas anslår at utro ansatte stjeler for mellom 1,7 og to milliarder i året er det dessverre en risiko man må være klar over.



RESTAURANT – «Værstingen»

- Matsvinn gjennom feil produksjon og tilberedning
- Svinn gjennom rutinesvikt og renhold
- Riktige porsjoner
- Riktig produksjon
- Ketchup, sennep, krydder og servietter
- Utsyr (glass og tallerkner)
- Salgstiltak

Svinn blant ansatte

Hvilket svinn står de ansatte for?

Stjeler (utgåtte) varer

Stjeler ideer

Forteller om markedshemmeligheter

Misbruker personalrabatter

Overbruk av forbruksvarer

Unødvendig slitasje på inventar

Tyveri

Tyveri er den mest kjente formen for svinn

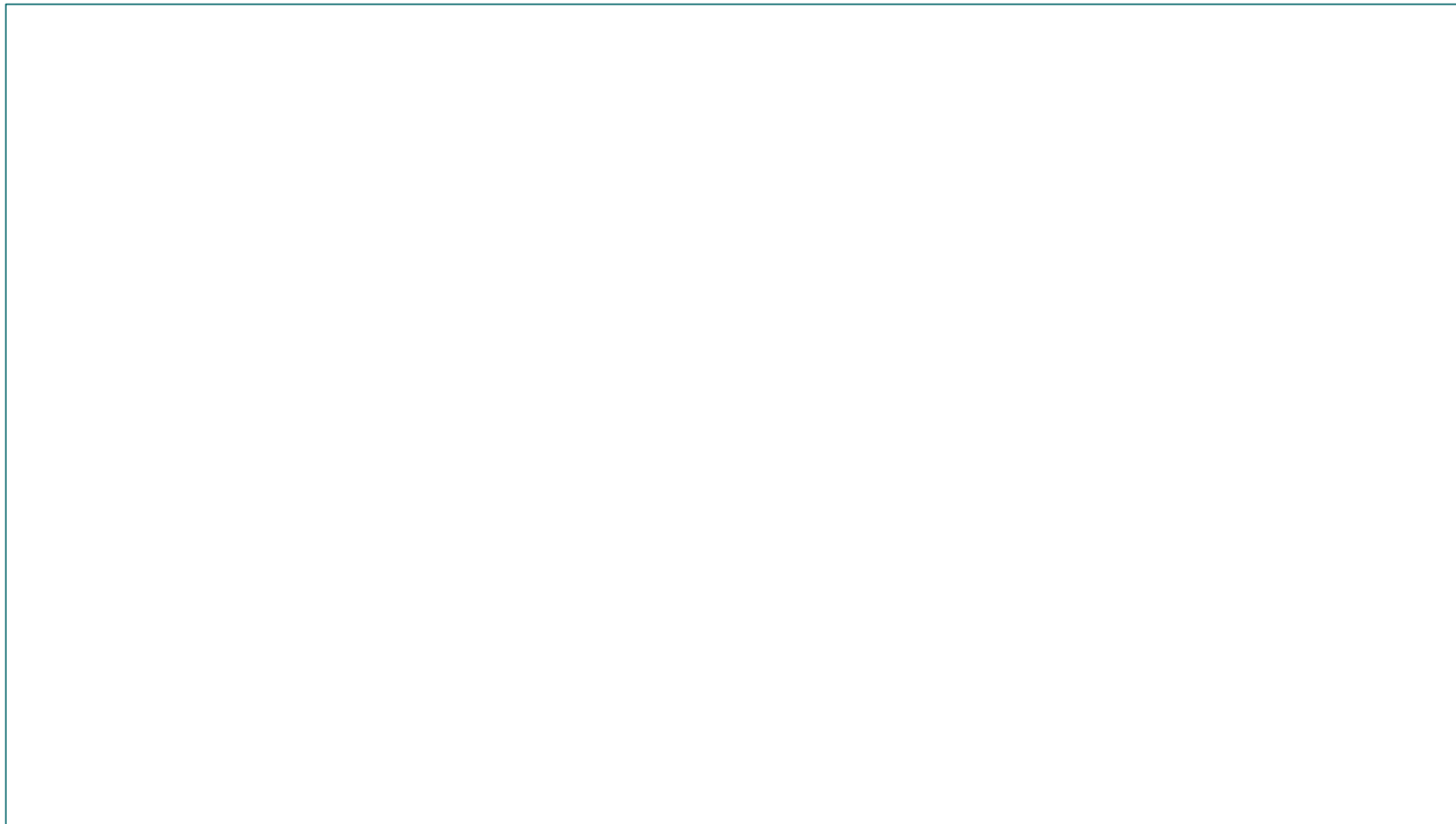
Stjeling av varer fører til tapt inntekt, altså minkende omsetning.

- [Taxfree tyv](#)
- [Indrefile tyv](#)

Svinn



Butikktyveri



Oppgave

Hvilke typer svinn finnes i din bedrift?

Hvordan kan jeg være med til å minske svinnet på arbeidsplassen?

Svinn -> mer må selges

Den tapte fortjenesten ved et tyveri, må tas igjen ved å selge mer.

For varer med liten fortjeneste kan et tyveri bety at en må selge mange flere av dette produktet for å ta igjen tapet.

Husk at mange små summer til sammen kan bli mye penger, og kreve mye ekstra salg!

Hvordan begrense svinn

- Sikre arbeidsplassen
- Sørg for å ha et godt og sunt arbeidsmiljø
- Vær ufravikelig med konsekvenser

Hvordan begrense svinn fra kunder

- Møt blikket og hils på kunder. Vær serviceminded, det forhindrer også tyveri!
- Bli sett – gjør deg synlig
- Se kunden
- Jobb rundt mistenkelige kunder.
- Sikre arbeidsplassen og varene. Vær offensiv.
- Oversiktlig butikk
- Synlig sikkerhetssystemer
- Beskytt høyverdiprodukter

Hvordan begrense svinn fra kunder

- Dispenserløsning for små høyverdi produkter
- Engasjer dine butikkansatte
- Alltid på vakt
- Forebyggende tiltak blant de ansatte
- Forhindre kredittkortbedrageri
- Holde et øye med selvutsjekkingsområdet

Hvordan stjeler tyven

- Toalettpapirtrikset
- Emballasjetrikset
- Kvitteringstrikset
- Byttetrikset
- Veksletrikset
- Aluminiumtrikset

Møt blikket og hils på kunder!

HJEMMEOPPGAVE - REFLEKSJONER

Oppgave 1:

Hva er grunnene til at varer koster hva de faktisk koster?

Bruk hva vi har gått gjennom i kurset. Reflekter og kommenter

Oppgave 2:

Tenk deg en bransje med aktører som konkurrerer om de samme type kundene (f.eks sportsbutikker, frisører, apoteker, restauranter)

Hva mener du utfordringene og konsekvensene med overetablering på kort og lang sikt? Skriv ned alt du kan komme på

HJEMMEOPPGAVE

Oppgavene besvares og sendes på mail til:

okonomioppgaver@gmail.com

Når denne oppgaven er sendt inn vil du få godkjent deltakelsen din på økonomikurset.

TUSEN TAKK FOR
OPPMERKSOMHETEN!