

Eco Talma

Samen leren ondernemen



Milieuvriendelijk

Klimaatverandering is belangrijker dan ooit. Ook wij proberen ons steentje bij te dragen met onze unieke oplossing.

Ondernemen

Een bedrijf runnen doe je niet zomaar. Je moet een hoop regelen en met veel mensen praten. Hoe hebben wij dit allemaal gedaan?

Groepsverband

Samen ondernemen, daar komt een hoop bij kijken. Wij nemen u mee in het avontuur van een groep van vijf leerlingen.

Inleiding

Hallo! Wij zijn EcoTalma, oftewel Tristan, Adrian, Leanne, Marijn en Anna. Wij zijn een groepje leerlingen uit Nijmegen die mee mochten doen aan een project voor jonge ondernemers. Iedere donderdagochtend zaten wij op het Mondial College te werken aan ons eigen bedrijfje, ook wel een Junior Company genoemd.

Het Business Research College (BRC) is een extra project voor jonge ondernemers. Het is een initiatief van het Mondial College dat voorheen alleen voor de HAVO-leerlingen van het Mondial zelf was. Dit jaar was het eerste jaar dat ze het college ook beschikbaar hadden gesteld voor VWO-leerlingen. Daarnaast werkt het Mondial College nu ook samen met het Dominicus College en het Stedelijk Gymnasium. Wij hebben dus geluk gehad dat we het programma voor het VWO mochten uitproberen!

Voor ons zat er ook een stukje research in het programma. Dit hield in dat wij, naast ons echte bedrijfje, ook onderzoek moesten doen naar een fictief bedrijf.

We moesten een idee bedenken en, aan de hand van meerdere interviews en een experiment, gaan kijken of dit idee een goed bedrijf zou kunnen opleveren.

Daarnaast moesten we dus ook een echt bedrijf gaan opzetten. We kregen hiervoor een startbedrag van €250,- van de Rabobank. Ook mochten we aandelen verkopen aan investeerders of aan familie om zo nog extra geld binnen te halen. De winst is uiteindelijk verdeeld over de aandeelhouders. In het afgelopen anderhalf jaar dat we hiermee bezig zijn geweest, hebben we ook een aantal workshops bijgewoond. Helaas zijn er heel wat weggevallen door Corona... Toch hebben we wel geluk gehad dat er nog een aantal door konden gaan!

In dit profielwerkstuk kunt u dus van alles lezen over wat wij het afgelopen anderhalf jaar hebben gedaan. Van het verzinnen van een goed idee voor ons bedrijfje tot aan een uitje naar Duitsland. Kortom, genoeg leuks om te lezen!



Inhoud

04 Wie zijn wij?

Activiteiten

08 Netwerkbijeenkomst

09 Workshop & gastles

10 Workshop

12 Online lessen HAN

14 Uitwisseling Duitsland

Schaduwopdracht

20 Wageningen

22 Interviews experts

24 Interviews klanten

26 Het experiment

Eigen Bedrijf

30 Ons product

32 Open dag Dominicus College

34 Aandeelhoudersvergadering

36 Goodiebags

38 Kerstmarkten

39 Eindbalans

Evaluaties

40 Evaluatie Tristan

42 Evaluatie Adrian

44 Evaluatie Leanne

46 Evaluatie Marijn

48 Evaluatie Anna

50 Nawoord

Wie zijn wij?

Tristan Veerbeek

Leeftijd: 18 jaar
School: Dominicus College

Reden deelname BRC: Ik wil al jarenlang ondernemer worden. Toen ik over het BRC hoorde, wist ik meteen dat ik me in moest schrijven. Ik zag het als dé kans om te ervaren hoe het is om ondernemer te zijn en om veel belangrijke vaardigheden te leren. Het is bovendien ook een mooie uitdaging. Daarnaast vond ik het ook belangrijk dat je een echt bedrijf opricht. Het is misschien niets groots, maar het is echt en niet gewoon uit een lesboekje.



Adrian Katava

Leeftijd: 17 jaar
School: Dominicus College

Reden deelname BRC: Ik heb gekozen voor het BRC, omdat ik een kijkje wilde nemen in de ondernemerswereld. Ik had eerst geen idee wat ik wilde doen na mijn studie, maar ondernemen stond me wel aan. Het is namelijk erg flexibel en heel breed. Daarnaast wil ik zelf als ondernemer verandering brengen in de samenleving. Het BRC geeft die mogelijkheid. Het is allemaal voor het echt, je brengt daadwerkelijk een product op de markt. Dit aspect sprak me ook erg aan, omdat het dus een real-world experience is. Hiermee doe je naar mijn mening de meeste ervaring op.



Leanne Knobben

Leeftijd: 17 jaar
School: Dominicus College

Reden deelname BRC: Ik heb gekozen voor het BRC, omdat ik graag eens een kijkje wilde nemen in het bedrijfsleven. We leerden veel vanuit de boeken, maar maakten het niet echt mee. Het BRC gaf de mogelijkheid om zelf een bedrijfje op te starten, wat me erg aan sprak. Daarnaast was het erg leuk om naast school met een nieuwe uitdaging bezig te zijn.



Marijn Veth

Leeftijd: 17 jaar
School: Dominicus College

Reden deelname BRC: Ik heb voor dit project gekozen, omdat ik het ondernemen altijd al een interessant onderwerp vond. Toen ik van het BRC-project hoorde, was dit voor mij de schone kans om een klein stapje richting de wereld van de ondernemers te zetten en zo de basisprincipes van het vak te leren kennen. Daarnaast vond ik het leuk om in de praktijk met school bezig te zijn en nieuwe ervaringen op te doen.



Anna van Gelder

Leeftijd: 17 jaar
School: Dominicus College

Reden deelname BRC: Toen ik hoorde van het BRC werd ik meteen enthousiast. Eindelijk zou ik iets anders mogen doen naast het normale, theoretische schoolwerk! Daarnaast heb ik ondernemen altijd al interessant gevonden. In de 3e klas hadden we ook een gelijksoortig project, alleen dan op kleinere schaal en dat is me toen zo goed bevallen! Het BRC klonk me dus als muziek in de oren! Het project leek me een mooie uitdaging en een goede combinatie tussen creatief bezig zijn en samenwerken.

Individueel kunnen we veel, maar samen zijn we over alle obstakels heen gekomen.





Activiteiten





Tijdens het BRC hebben we een aantal activiteiten gedaan. Zo hebben we een aantal workshops gevolgd, hebben we een tripje naar Duitsland gemaakt en hebben we online lessen van de HAN mogen bijwonen. Deze activiteiten werden verzorgd om ons van anderen te laten leren. Daarnaast is het natuurlijk ook leuk om af en toe wat afwisseling te hebben!

Helaas hebben we niet alle oorspronkelijk geplande dingen kunnen doen wegens corona. Toch moeten we het maar positief bekijken en ons richten op de dingen die we wél hebben kunnen doen!

In dit hoofdstuk zullen dan ook alle activiteiten inhoudelijk aan bod komen, zodat u te weten komt wat wij precies hebben gedaan tijdens de activiteiten en wat we er van hebben geleerd.





De netwerkbijeenkomst

Op 17 september 2019 zijn we naar een netwerkbijeenkomst gegaan. Deze bijeenkomst was 's avonds en er waren meerdere dingen te doen. Het doel was met name om mensen te informeren over de uitwisseling naar Amerika. Daarnaast was het voor de leerlingen van het BRC ook handig om langs te komen, want we konden er wat van opsteken. De leerlingen van het IBC van 5 havo, die hun eigen bedrijf al hadden, presenteerden hun werk aan ons.

Aan het begin van de avond, toen er nog mensen aan het binnenstromen

waren, kon iedereen kijken bij een verzameling van spullen uit de Tweede Wereldoorlog. Ook kon er al drinken gehaald worden en kon je met elkaar kletsen. Hierna begon de avond met een presentatie van Ruud en een andere docent van het Mondial College. Hierbij stelden de leerlingen, die op de uitwisseling gingen, zich voor. Na de presentatie kregen we een korte film te zien. Het verhaal ging over een geschreven brief die in een jas zat. Tijdens de moeizame wederopbouw na de Tweede Wereldoorlog bereikte de brief een meisje in Albany.

Dit zorgde ervoor dat mensen uit Albany spullen gingen opsturen naar de mensen uit Nederland, zodat ze hun herstel konden maken.

Na afloop van de film stond er een Amerikaans diner voor iedereen klaar. Tijdens het diner konden mensen naar de bedrijfjes en hun producten kijken. Elk bedrijf had zijn eigen product, een paar uniek, andere iets meer standaard. Dit was voor ons al een goede inspiratiebron.

Workshop 1 van Mitch: Hoe maak je een goede presentatie?

Op 5 december 2019 kwam Mitch langs bij het BRC om voor de aandeelhoudersvergadering nog een cursus "powerpoint" te geven. Deze cursus stond in het teken van het maken van een powerpoint, dus los van het presenteren ervan. Dit werd in een aparte workshop behandeld.

Vooraf de lay-out van een powerpoint en het maken van een powerpoint kwamen veel aan bod. We kregen voorbeelden te zien van hoe het wel en juist niet moet.

Bij een powerpoint komt het erop neer dat mensen niet kunnen luisteren en lezen tegelijk. Daarom moet de powerpoint visueel overzichtelijk zijn en er aantrekkelijk uitzien. Weinig woorden is de key. Gebruik er niet meer dan vijf per dia en houd de achtergrondkleuren donker, zodat men er prettig naar kan kijken zonder verblind te worden.

Het punt dat je duidelijk wilt maken, moet zitten in de afbeeldingen. "Onze hersenen zijn visueel ingesteld" zei Mitch. Daar moet je gebruik van maken door middel van afbeeldingen. Wel zijn enkele woorden, die beschrijven wat je op het moment van de dia verteld, ook belangrijk.

Gastles van Renske van Herwaarden

Op donderdag 6 februari 2020 hebben we een gastles van Renske van Herwaarden gekregen. Ze is eigenaar van het door haar opgerichte bedrijf TOUTESBELLE, waarmee ze damestassen verkoopt. Ze importeert de tassen uit China, waardoor ze ook ervaring in de internationale handel heeft. Zo is Renske bijvoorbeeld naar China gegaan om inzicht te krijgen in het land en de cultuur. Daar heeft ze ook foto's gemaakt voor haar portfolio. Met al deze ervaring heeft ze ons met haar mooie verhaal geïnspireerd en heeft ze laten zien wat er allemaal mogelijk is. Ze heeft ons een beter beeld gegeven over hoe het is om na je middelbare school voor een open wereld te staan. Wat ga ik doen? Welke kant wil ik op? Wat kan ik eigenlijk allemaal? Grote vragen, waar Renske ons haar antwoord op heeft gegeven. Na haar presentatie ging ze nog langs bij alle groepjes om te zien wat voor een ideeën we allemaal hadden en om ons tips te geven. Als je vragen had, kon je die stellen. Waar moet je bij de verkoop van je producten bijvoorbeeld op letten?



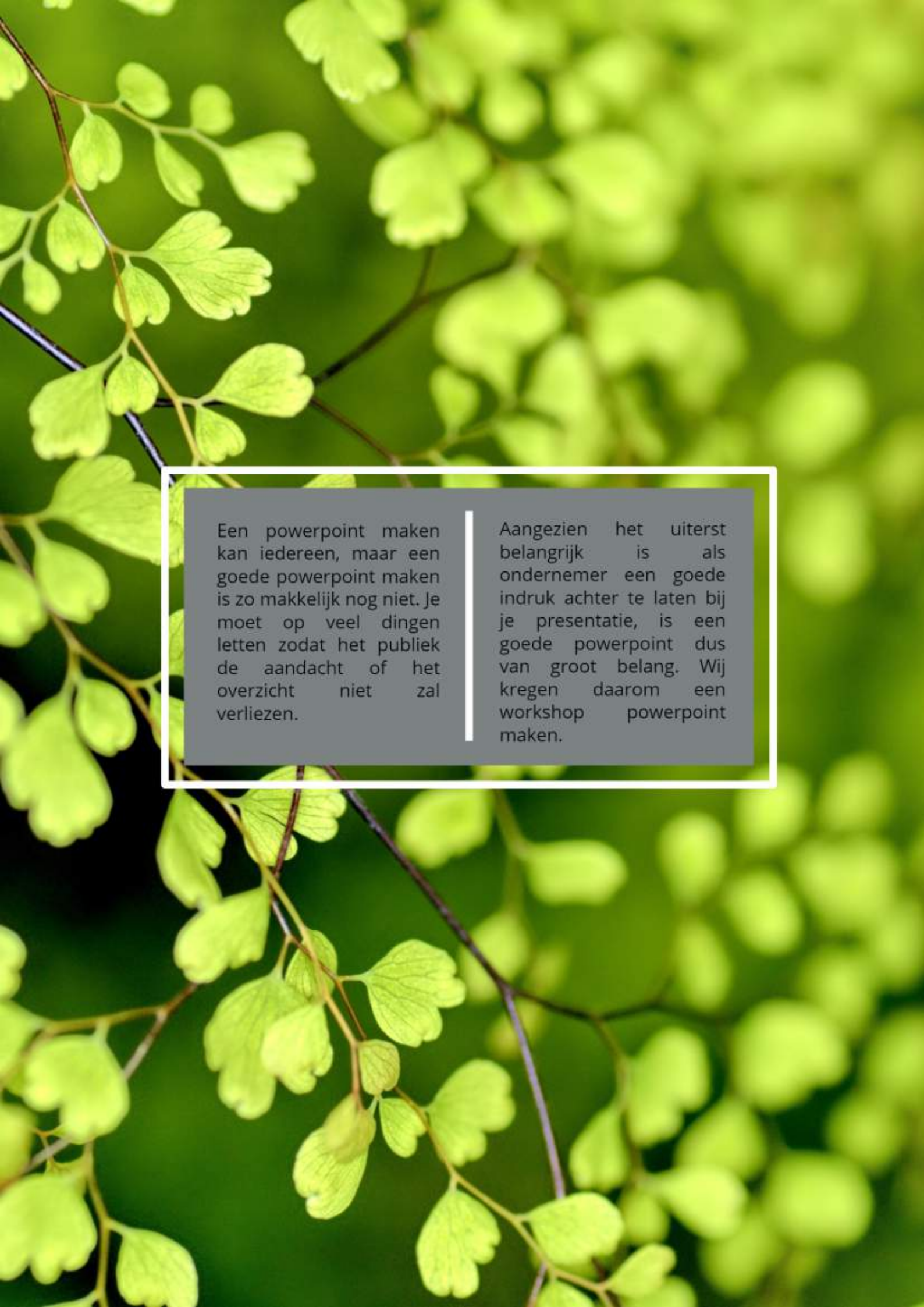
Workshop 2 van Mitch: Hoe kan je het beste presenteren?

Op donderdag 28 februari 2020 hebben we een workshop presenteren gekregen van Mitch. Deze workshop duurde de hele middag, inclusief een korte pitch die we zelf moesten geven. We kregen verschillende tips van Mitch, zoals de juiste houding aannemen tijdens het presenteren, het juiste tempo van spreken, de juiste manier van het vasthouden van de microfoon en het niet denken aan de roze olifant. Dit laatste houdt in dat je niet aan je angsten moet denken voordat je gaat presenteren. Zou je dit wel doen, dan zorgt dat ervoor dat die angsten werkelijkheid worden tijdens het presenteren. Het is namelijk zo dat wanneer je niet aan een roze olifant wilt denken, je het uiteindelijk toch doet. Al deze tips sloten goed aan op de eerder verkregen workshop die ging over het maken van presentaties.

Na de presentatie van Mitch moesten we zelf kort presenteren. Tijdens onze presentaties moest de klas elkaar tips en tops geven, waar je veel van leerde. Na het geven van de presentaties had iedereen het gevoel beter te zijn in presenteren en was dat ook duidelijk te zien.

De week daarna was de aandeelhoudersvergadering, waar we allemaal ons bedrijf moesten pitchen. Mitch was hier ook aanwezig om ons te helpen met de puntjes op de i te zetten. Dit was zeker te merken aan ons eindresultaat!





Een powerpoint maken kan iedereen, maar een goede powerpoint maken is zo makkelijk nog niet. Je moet op veel dingen letten zodat het publiek de aandacht of het overzicht niet zal verliezen.

Aangezien het uiterst belangrijk is als ondernemer een goede indruk achter te laten bij je presentatie, is een goede powerpoint dus van groot belang. Wij kregen daarom een workshop powerpoint maken.

De online lessen

In september 2020 hebben we vijf weken lang lessen van de HAN gevolgd. Door de coronamaatregelen is dit niet op de gewoonlijke manier gegaan. Wij zijn namelijk de eerste BRC groep die alle lessen online heeft gevolgd. Dit zorgde voor een aantal obstakels. Hoe hebben wij dit ervaren?

Thuis achter je computer lessen volgen. Het is voor ons niet nieuw. Wij hebben vorig

schooljaar al online lessen moeten volgen voor onze reguliere school. Een overeenkomst is dat beide scholen gebruik maakten van Microsoft Teams om de lessen te geven.

Wat voor ons wel anders was, is de aanpak van de HAN ten opzichte van het Dominicus College. De lessen van de HAN waren veel interactiever dan de lessen van onze school. Opdrachten werden zowel tijdens, als aan het



van de HAN

eind of zelfs buiten de les gegeven. Wanneer we tijdens de les een opdracht moesten maken met onze eigen groep, gingen we met elkaar in een call, waarin we dan aan de slag gingen. Soms gaf de docent een klein bezoekje in de call om te zien hoe het er voor stond. Dit zorgde ervoor dat je beter bezig bleef.

Wij vonden het interessant om de hogeschool te ervaren!

Hoe de lessen eruit zien is wel leuk en aardig, maar wat hebben wij nou geleerd?

We hebben dus vijf weken lang les gekregen. De lessen vonden iedere donderdag tussen 10:45 en 17:00 plaats. In de eerste week hadden we een introductie. De docenten stelden zich voor en iedereen kon een beetje aan de nieuwe online omgeving wennen, niet alleen in Teams, maar ook in het leerlingenportaal van de HAN zelf.

In de tweede week zijn we van start gegaan met de echte lessen. We kregen in grote lijnen les over de marketing, financiën en rechtsvormen van een bedrijf. Daarnaast werd er ook nog aandacht besteed aan onze studiekeuze (met name over studies van de HAN natuurlijk). Dit was voor ons eigenlijk niet van belang, aangezien de meeste van ons naar een universiteit gaan, in plaats van een hogeschool.

In de laatste week hadden we nog een dag om alle opdrachten op orde te krijgen en af te ronden.

Vervolgens was de samenwerking met de HAN afgesloten en konden wij weer verder met ons eigen bedrijfje. Natuurlijk met alle nieuwe kennis en ervaring.



Online lessen zijn niet de makkelijkste vorm van onderwijs, maar we hebben er toch het beste van gemaakt!

Uitwisseling Duitsland

Samen met de HAVO-afdeling van het IBC hebben wij op donderdag 12 december 2019 een bezoekje gebracht aan twee kerstmarkten en een school in Walsburg.

Het plan om een presentatie bij te wonen van de organisatiedirecteur van de kerstmarkt in Duisburg ging niet door. In plaats daarvan kregen we de powerpoint van de man te zien op het Mondial College, gepresenteerd door Ruud Arts. Door het ontbreken van deze presentatie in Duitsland was het programma van de dag wat aangepast. We kregen nu iets meer tijd op de kerstmarkt zelf, uiteraard vonden de meeste leerlingen dit fijn.



De planning:

9:30 - Vertrek met de bus vanuit Nijmegen met de HAVO en VWO leerlingen naar Oberhausen. Even later kwamen we aan in Oberhausen.

12:00 - In de bus op weg naar de school in Walsum.

13.00 - Samen met de leerlingen van de Gesamtschule in de bus naar de kerstmarkt in Duisburg.

17:30 - Terug naar Nijmegen.

Oberhausen

Bij aankomst in Oberhausen kregen we alle vrijheid om de kerstmarkt en het grote winkelcentrum te bezichtigen. Naast het opdrachtenblad wat we meekregen, hadden we verder geen verplichtingen.

Een slimme marketingtruc was, dat je eerst een doolhof van kerstkraampjes moest doorlopen om in het winkelcentrum te komen. Je kon de kraampjes dus niet ontwijken. Er waren veel interessante kraampjes, met handgemaakte producten. Opvallend was het grote aantal kraampjes.

Naar onze mening was de kerstmarkt belevenis beter in Oberhausen dan in Duisburg. Er leken meer kraampjes te zijn in Oberhausen, wat waarschijnlijk kwam door de gezelligere opstelling. Ook waren de producten aantrekkelijker op deze zogenoemde Weinachtsmarkt. Overall hing er een gezellige sfeer en was er leuke muziek aanwezig. Daarnaast waren de meeste kraampjes eet of drink kraampjes, maar er waren ook veel handgemaakte kerststukken en andere dingen zoals houtsculpturen.



Winkelcentrum

Het winkelcentrum in Oberhausen was vrij indrukwekkend. Het is een grote, lange hal van twee verdiepingen.

Je kunt er bijna elke winkel vinden die je maar kan bedenken. Van koffiezaak tot kledingzaak. Er heerst een gezellige, maar commerciële sfeer in het centrum. Als je schoenen wilt passen is het niet de vraag waar, maar in welke winkel? Het is haast onmogelijk om hier iets niet te vinden. Wel was het tekort aan pinautomaten opvallend.

Er was slechts één pinautomaat te vinden en die was defect. Dit viel dus best wel tegen.

In het winkelcentrum bevindt zich ook het Colaplaza. Een soort nagemaakt, tropisch paradijs met verschillende eetgelegenheden die nogal zeldzaam zijn voor de Europese markt.

Het winkelcentrum in Duisburg kan op geen enkel gebied winnen van het winkelcentrum in Oberhausen.



Gesamtschule in Walsum

Het bezoek aan de gesamtschule in Walsum heeft nogal een indruk gemaakt op de Nederlandse leerlingen. Voor de leerlingen van het IBC was het moeilijk te bevatten dat er daadwerkelijk les werd gegeven in zo een gebouw. We zaten namelijk in het lokaal, waar als enige plek op de hele school een digibord aanwezig was. De rest werd dus gedaan met krijtborden. Voor ons is een school zonder digitale leeromgeving moeilijk te omvatten.

Er was sprake van een soort campus met verschillende gebouwen, elk diende tot iets anders.

In de een werd onder andere muziek gegeven en in de ander zaten alle mensen van 18+. Deze school behoort tot een scholengemeenschap. Dit is een verzameling van scholen die hun krachten bundelen door samen te werken op specifieke vlakken.

Op de school krijgen ongeveer 1500 leerlingen les. Het gebouw zag er verouderd uit. Zo moest je bijvoorbeeld de wc's van buitenaf betreden. 's Middags kregen we pizza te eten en wat te drinken. De communicatie tussen de Nederlandse en de Duitse scholieren verliep wat gebrekkig, mede door het feit dat de Duitsers een karig Engels beheersten en wij karig Duits.



Duisburg

Na de lunch in Walsburg vertrokken we samen met de Duitse leerlingen naar de kerstmarkt van Duisburg. De kerstmarkt in Duisburg zag er minder gezellig en aantrekkelijk uit dan die in Oberhausen. Wel was er meer aandacht gestoken in de versiering.

De Duitse leerlingen hebben ons geholpen met de opdrachten die we moesten maken. Verder waren de producten in Duisburg minder interessant. Het is niet zo dat de kerstmarkt slecht was, maar het voelde als een downgrade na het bezoek aan Oberhausen. Al met al hebben we wel een gezellige dag gehad!



Schaduwopdracht



Het hoofddoel van het BRC is natuurlijk je eigen Junior Company beginnen, maar als vwo groep moesten wij ook onderzoek doen naar een fictief bedrijf. Aan de hand van een aantal verschillende opdrachten moesten wij erachter komen of ons idee potentie had. Om daar achter te komen heb je natuurlijk wel eerst een idee nodig.

Na wat brainstormen kwamen we met een plan. Hoe zou het uitpakken als we geschreven handleidingen om zouden zetten naar handige video's? We dachten dat veel mensen tussen de 25 en 40 jaar een video praktischer zouden vinden dan een handleiding. Deze doelgroep is namelijk al vrij digitaal en zullen het vaakst een handleiding gebruiken voor het in elkaar zetten van bijvoorbeeld een Ikea kast.

Hé, die Ikea handleidingen werken toch nooit mee? Juist ja, en daar zit dus het probleem! Vaak krijgen mensen hetgeen niet voor elkaar met alleen een uitgeschreven handleiding, omdat hij niet helemaal klopt of omdat hij onduidelijk is. Hier komt ons idee dus goed bij van pas.

Wij vonden ons idee natuurlijk te gek, maar de vraag is of alleen wij dit vonden of ook meerdere mensen. Hier moesten we dus onderzoek naar gaan doen. Zo hebben we bijvoorbeeld een aantal interviews met experts gehad. Die experts konden ons meer vertellen over verschillende vlakken die te maken hadden met ons plan. In dit hoofdstuk komen de uitwerkingen van die interviews en de andere onderdelen van het onderzoek uitgebreid aan bod.





Verslag Wageningen

Op 19 september 2019 hebben we een bezoek gebracht aan de Universiteit van Wageningen. Hier hebben we informatie gekregen over de onderzoeksopdracht die we naast ons echte bedrijfje zouden uitvoeren.

Toen we binnen kwamen, hebben we kennis gemaakt met Dr. Thomas Lans. Hij gaf ons les over het onderzoeken van een idee voor een bedrijf. We begonnen met een korte introductie, vervolgens vertelde meneer Lans over het ondernemen in het algemeen. Hierbij vertelde hij dat een onderneming nooit echt een goed verloop heeft, we zullen altijd te maken krijgen met ups en downs. We kregen verschillende voorbeelden te zien van bedrijven die een product wilden aanbieden. Zij waren zelf enthousiast over het product, maar kwamen er te laat achter dat het product niet geschikt was. Dit kwam doordat ze vooraf niet genoeg onderzoek uitgevoerd hadden. Hier moesten we dus wel goed op letten.

De kunst is om te denken vanuit het perspectief van je doelgroep. Welk probleem los ik voor hen op?

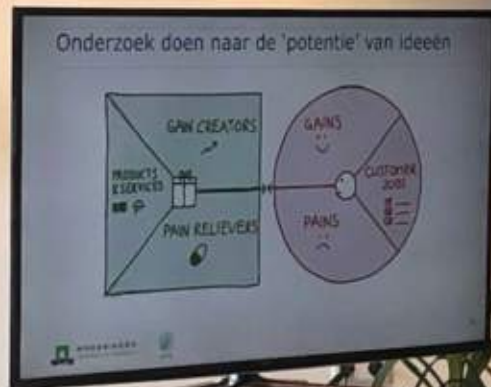
Na deze introductie begon de uitleg over onze opdracht. We kregen informatie over de waardepropositie. Hierbij werd de volgende vraag gesteld: Kun je aantonen dat jouw business idee waarde aan iets toevoegt? We kregen in groepjes een opdracht waarbij we een situatie voor verschillende doelgroepen moesten uitwerken. We moesten aan de hand van het waardepropositie canvas de pains, gains en customer jobs bepalen. Dit is belangrijk om te onderzoeken, zodat je weet waar de klanten behoefte aan hebben en wat ze juist niet willen. Zo kun je jouw product hier op afstemmen. Je kunt ook een nieuw product produceren die de pains oplost, waardoor de afnemers het sneller zullen kopen. Er werd ons op het hart gedrukt om vooral niet vanuit je eigen ideeën of producten te denken.

Als laatste kregen we uitleg over het houden van interviews en het opstellen van vragen. Voor het opstellen van goede vragen wordt "The Mom Test" gebruikt. Met deze test zorg je ervoor dat een persoon niet om de vragen heen kan draaien en dus gedwongen wordt om deze eerlijk te beantwoorden. The Mom Test bestaat uit drie belangrijke onderdelen: het verleden, de feiten en de specifieke dingen. Oftewel, je vragen moeten verwijzen naar gebeurtenissen uit het verleden, die echt gebeurd zijn. Daarnaast moet je verder in gaan op de gegeven antwoorden zodat je meer details te horen krijgt.

Kortom, we hebben deze dag veel geleerd over het waardepropositie canvas en over de manier waarop je het beste de vragen voor een interview kunt formuleren. Hierdoor konden wij beginnen met de schaduwopdracht en hebben wij ook meer inzicht gekregen in het ondernemen.



Als je na onderzoek erachter komt dat je idee waarschijnlijk niet zal werken, dan moet je niet treurig zijn. Je hebt jezelf een hoop moeite en geld bespaard door het uiteindelijk niet te doen.



Interview marketing expert:

Elfie van Gelder, Brandfox

Door dit interview hebben wij geleerd dat het heel belangrijk is om te kijken wie je doelgroep is en welk probleem ze hebben. Als je namelijk weet wie je doelgroep is, kun je ook je promotie erop aanpassen. Niet iedere doelgroep moet hetzelfde benaderd worden. Hierbij wordt er vooral gekeken naar de 4P's, Plaats kan belangrijk zijn. Bij een lokaal bedrijf maak je bijvoorbeeld reclame via flyers en reclameborden. Als je een grotere doelgroep hebt, horen daar ook weer andere promoties bij. Als laatste is het erg belangrijk om de klant te laten inzien dat hij ergens een probleem mee heeft, zodat ze erachter komen dat ze jouw product nodig hebben. Met originaliteit kun je nog verder op de klant inspelen. Waarom is jouw product anders dan de rest? Mevrouw van Gelder: "Jullie plan klinkt als een goede dienst waarmee je mensen ook echt kunt helpen."

Uitwerkingen interviews experts

Interview filmexpert:

Rogier Rappard, Bullseye

We hebben op donderdag 7 november Rogier Rappard geïnterviewd van het bedrijf Bullseye Productions. Hij maakt al een aantal jaar video's met een vriend. Hij vertelde ons dat het plan van de opdrachtgever erg belangrijk is. Dit plan moet duidelijk zijn, zodat het bedrijf precies weet wat voor een video er gemaakt moet worden. Bij een videoproduktie zijn er 3 fases, de pre-productie, de productie en de post-productie. Samengevat is dit het voorbereiden, het uitvoeren en het monteren van de video's. Meneer Rappard heeft ons ook nog verteld wat er nou belangrijk is aan een video. Ten eerste moet het beeld en geluid een goede kwaliteit hebben. Verder kun je zelf bepalen hoe je de opmaak wilt hebben. Ondertiteling en een voice-over kan hierbij een handige optie zijn. De kwaliteit van de camera, statief, lampen en microfoon is ook belangrijk. Deze dingen spelen allemaal mee met het overbrengen van de boodschap naar de klant.



Interview handleidingen expert:

Simon Devilee, Manualise

Het volgende interview hebben we via de mail gehouden. We hebben vragen opgestuurd die we vervolgens beantwoord terug hebben gekregen. In dit interview hebben we aan Simon Devilee een aantal vragen gesteld. Devilee werkt als technisch schrijver bij Manualise. Hij maakt illustraties en schrijft teksten voor handleidingen.

Bij het maken van een handleiding is het van belang dat er rekening wordt gehouden met de inhoud van de handleiding. Er moet aan een bepaalde norm voldaan worden (NEN 5509). Verder zijn er veiligheidsafspraken en moeten de teksten en illustraties duidelijk zijn. Hiernaast mag er bij het schrijven van een handleiding een bepaald budget niet overschreden worden.

Meneer Devilee geeft aan dat het bedrijf Manualise al ervaring heeft met het maken van instructievideo's, echter zijn papieren handleidingen vaak nog verplicht bij diverse producten. Daarnaast is het maken van een instructievideo tijdrovend en duur.

Interview media en design expert:

Jurre van den Berg, Hoogdesign

Via de mail hebben we ook nog een interview gehouden met Jurre van den Berg, de maker van websites bij Hoogdesign. In dit interview wordt vooral benadrukt dat je vooraf al goed moet weten wat je nou precies wil. Later scheelt dat veel tijd, omdat je dan weet welke richtlijnen je moet volgen op de momenten wanneer je keuzes moet maken of problemen moet oplossen. Voor een goed eindproduct, in het geval dat je een opdracht krijgt van een klant, is een goede communicatie essentieel. Dat valt overigens samen met een goede voorbereiding. Vantevoren moet dus duidelijk zijn welke kant je op wil en wat voor een stijl je gaat gebruiken. Hier moet genoeg onderzoek naar gedaan worden. Het antwoord op onze vraag over hoe we onze filmpjes het beste kunnen verspreiden luidt als volgt: social media is een goede manier om bepaalde onderwerpen te verspreiden. Een voorbeeld is om reclame te maken op social media voor de tutorials, waarbij de persoon op onze website de tutorials kan bekijken. De tutorials direct afleveren is lastiger, omdat je dan al precies moet weten wat de consument wilt.

Conclusie

Al met al is ons idee ambitieus, maar er zitten ook een aantal haken en ogen aan. Het grootste probleem bij een video-instructie is dat het (zoals de experts beweerden) tijdrovend en duur is. Wellicht verdwijnen deze problemen in de toekomst nog. Het zal dan hopelijk makkelijker zijn om een digitale handleiding te maken. Voorlopig loont een videohandleiding in ieder geval voor de meeste producten nog niet.



A person's hand is holding a smartphone in the foreground. In the background, a laptop screen displays the number '16 35 53' in white on a black background. The scene is set on a dark desk with a laptop, a smartphone, and a small black container visible.

16 35 53

"Wanneer je praat, herhaal je alleen wat je al weet, maar als je luistert, zou je iets nieuws kunnen leren."

Uitwerkingen klanteninterviews



bol.com[®]
de winkel van ons allemaal

Querida, Bol.com

Volgens een medewerker van Bol.com krijgen ze niet zo heel veel vragen van klanten over onduidelijke handleidingen of over handleidingen in het algemeen. Als de winkel ze dan toch krijgt, verwijzen ze vaak naar een papieren handleiding of kijken ze zelf even mee. Meestal wordt het dan wel duidelijk, aangezien de papieren handleidingen erg uitgebreid zijn. Bol.com maakt dus geen gebruik van handleidingen in de vorm van een video. Ze vinden het ook lastig om hier gebruik van te maken, want ze hebben erg veel artikelen en werken samen met veel andere verkopers. Wel denken ze dat klanten gebruik zullen maken van een digitale handleiding.

Kortom, op dit moment is er nog niet echt vraag naar video handleidingen, maar als het er zou zijn, zou er hoogstwaarschijnlijk wel gebruik van gemaakt worden.



Sasja, Karwei

We hebben via de mail een interview afgenomen met Sasja van de Karwei. Wij hebben haar gevraagd wat zij denkt over de handleidingen en hoe haar klanten met deze handleidingen omgaan. Als klanten problemen hebben, worden ze eerst naar één van de filialen gestuurd. Er wordt niet direct nagedacht over een andere (digitale) handleiding. Ze hebben wel al gedigitaliseerde handleidingen in de vorm van een pdf, maar niet als video. Ze denken ook niet dat hier veel behoefte aan is. De reden hiervoor is dat er niet vaak vragen zijn over de producten of handleidingen. Als het toch blijkt dat bepaalde handleidingen niet helemaal kloppen, worden ze wel aangepast met de feedback van de consumenten.

Oftewel, volgens de Karwei zou ons idee niet perse heel veel nut hebben.

Experiment Wageningen

Na de interviews met de experts en de klanten was het de bedoeling dat we ook een experiment uit zouden voeren. Hiermee kun je testen of het idee van je fictieve bedrijfje ook daadwerkelijk mogelijk is.

Ons idee was dus om papieren handleidingen om te zetten naar digitale handleidingen in de vorm van een instructievideo.

Om een goed experiment te bedenken, hebben we gebruik gemaakt van verschillende hulpmiddelen. Zo zijn we begonnen met het invullen van een test card. Hierin stond onze hypothese, het experiment wat we wilden uitvoeren en de uitkomst die wij verwachtten.

Daarna zijn we verder gegaan met het uitwerken van het experiment. We hebben van een *HandzFree* deurklink een

instructievideo gemaakt. Deze wilden we samen met de papieren handleiding van de *HandzFree* in een enquête opsturen naar studenten. Deze vormen immers een deel van onze doelgroep.

We wilden dit doen via het programma van de HAN, waar we in contact waren gekomen met meneer Kemper. Hij zou ons kunnen helpen met het experiment. We mochten van hem namelijk ons experiment naar een aantal klassen met studenten sturen. Uiteindelijk is dit toch niet gelukt en moesten we toen de enquête laten invullen door kennissen, vrienden en familie.

Hierdoor hadden we twintig ingevulde enquêtes. De belangrijkste vraag uit de enquête hebben we verwerkt in het diagram op de volgende pagina:

Testkaart
Valideer je aanname met behulp van de testkaart

Achtergrond
Wat is de aanleiding voor het experiment?

Stap 1: Hypothese
Welke aanname wordt er getest? Formuleer een falsificeerbare hypothese.
Een voorbeeld

Stap 2: Test
Hoe ziet het experiment eruit? Beschrijf het experiment zo concreet mogelijk en bekijk het experiment indien nodig af.
Testkondities: Betrouwbaarheid

Stap 3: Meten
Welke indicator meten we om te bepalen of we goed zitten? Zorg ervoor dat de juiste metric gemeten wordt.
Benoem de tool

Stap 4: Leren
Wanneer hebben we gelijk? Stel vast wanneer de hypothese gevalideerd of ontkracht is.
Waar met waar

To do
Beschrijf kort en krachtig de stappen die er gezet moeten worden om het experiment met succes uit te voeren.

1 — 2 — 3 — 4 — 5

Met 70% van de stemmen voor de digitale handleiding, kunnen we concluderen dat het idee van het gebruiken van digitale handleidingen zeker geen slecht idee is. We zijn er door middel van het uitvoeren van een experiment achtergekomen of er een markt is voor het bedrijf. Nu we weten dat deze er is, is hiermee het experiment en project Wageningen geslaagd en afgerond.



Zou u liever de papieren handleiding of de digitale handleiding in de vorm van een video gebruiken?



■ Digitaal ■ Papieren





Eigen Bedrijf



ECOTALMA
WELFARE AND COMMUNITY
GENERATION

HEALTH BOX

- Leaf icon
- Cupcake icon
- Lips icon

FOOD BOX

- Coffee cup icon
- Banana icon
- Smartphone icon

CONTACT

- Email icon: ecotalma@psd.com
- Instagram icon: @ecotalma



Ons laatste hoofdstuk zal gaan over ons eigen bedrijfje. Het hele verloop, van begin tot eind zal worden beschreven. Hoe zijn we bij ons bedrijfsidee gekomen en kostte het veel moeite om tot dat idee te komen? Wat hebben we gedaan om onze producten te verkopen? En misschien wel de belangrijkste vraag van allemaal: hebben we winst behaald?

Bent u ook benieuwd naar wat wij nou van het hele project vonden? Dan kunt u nog onze individuele evaluaties lezen! Kortom, ook dit hoofdstuk staat weer vol interessante dingen!

ECOTALMA
MILIEUVRIENDELIJK
GENIETEN

HEALTH BOX

FOOD BOX

CONTACT

 brc.talma@gmail.com

 [ecotalma](https://www.instagram.com/ecotalma)

De totstandkoming van onze milieuvriendelijke producten

Toen we wisten welke kant we met ons bedrijfje op wilden, werd het tijd om te gaan brainstormen. We moesten nu namelijk aan producten voor onze Ecoboxen komen. Deze producten moesten natuurlijk aan onze voorwaarden voldoen. We hadden eisen, zoals milieuvriendelijke producten, goede kwaliteit-prijs verhouding en een goed formaat. De producten mochten niet te groot zijn, want dan zouden ze niet meer in een doos passen. Het selecteren van deze producten was een hele opgave en we hebben hiervoor verschillende tactieken gebruikt. Zo noemde, bijvoorbeeld Tristan, een voorwerp, zoals een kast, en dan moest, bijvoorbeeld Adrian, het eerste noemen wat in hem opkwam bij het woord kast. Tristan zei dan dus kast en Adrian hout. Vervolgens zei, bijvoorbeeld Anna, het eerste wat in haar opkwam bij het woord hout. Zo zijn we op bepaalde producten gekomen die nu in onze box zitten!

Toen we eenmaal een aantal geschikte producten gevonden hadden, zijn we gaan bestellen. Eerst in kleine hoeveelheden, zodat we de producten konden zien en testen. Als de producten aan onze eisen voldeden, bestelden we ze in grotere hoeveelheden. Na het bestellen van alle producten hadden we een goed gevulde voorraad en konden we verder met andere behoeften. Hierbij liepen we gelijk tegen een probleem aan.



Het EcoTalma logo

Het probleem was namelijk de verpakking van de producten. We wilden natuurlijk een doos waar de producten in zouden gaan; de Ecobox. Deze dozen moesten ook aan bepaalde eisen voldoen. Dit waren bijna dezelfde eisen als de eisen die we aan onze producten gesteld hadden. Zo moest de doos bijvoorbeeld recyclebaar zijn en het goede formaat hebben. Tijdens corona hebben we ook een brievenbusdoos uitgezocht. Zo zouden we de boxen makkelijk vanuit onze webshop kunnen verkopen.

Na het uitzoeken van de dozen en producten hadden we ook nog producten nodig waarmee we ons bedrijf konden promoten. Dit waren bedrijfsstickers en visitekaartjes. Het ontwerpen en kopen van de stickers verliep soepeler dan het bestellen van de visitekaartjes. De visitekaartjes hadden we namelijk laten maken in Portugal. Toen we de vijfhonderd bestelde visitekaartjes in de hand hadden, bleek de tekst niet correct afgedrukt te zijn. Ondanks deze fout waren we toch tevreden met onze visitekaartjes en waren we weer een ervaring rijker!

Ons product

Ons product is dus uiteindelijk de Ecobox geworden. Het is een doos vol met milieuvriendelijke en biologische producten. Onze Ecobox bestond uit verschillende producten. Ten eerste de shampoo-bars: dit is shampoo, maar dan in de vorm van een zeepje. Hierdoor hoef je geen plastic fles te gebruiken. Verder bevatte de box nog een handzeepje, tandenborstel, tandpasta en een lippenbalsem. We waren het allemaal eens dat onze box deze ecologische producten moest bevatten. Onze aandeelhouders bleken uiteindelijk ook tevreden te zijn over onze gekozen producten.



De Healthbox

De wereld wil wel milieuvriendelijk worden, maar dan moet men ook milieuvriendelijke producten gaan gebruiken. De Ecobox lost dit probleem op door allerlei ecologische producten samen in één doos te brengen. Bij onze eerste versie hadden wij een health box en een foodbox. Vanwege de houdbaarheidsdatum en de lage vraag naar deze boxen, hebben we besloten om deze niet meer te verkopen. Wij hebben ons volledig gericht op de health box.

Ons eerste model was een vrij grote doos. Deze had ook veel ruimte dat ongebruikt bleef. Het nieuwere model is kleiner gemaakt, waardoor deze door de brievenbus past. Ook is alle ruimte efficiënt benut, wat kosten bespaart.

Beide ontwerpen zijn van karton gemaakt. Het eerste model is, naast de producten, verder gevuld met biologische schuimpjes.

Onze doel was om de Ecobox in heel Nederland te verkopen, beginnende met de omgeving van Nijmegen. Helaas is dit door de coronacrisis niet gelukt.





Open dag op het Dominicus College

Op 15 februari 2020 hebben wij onze eerste verkoopproef gedaan op de open dag van het Dominicus College, waar leerlingen uit groep 7 en 8 samen met hun ouders zich kwamen oriënteren op middelbare scholen. Wij zagen onze drukke school als een ideaal verkooppunt, maar ook een ideale plek om al die families te vertellen wat ons bedrijfje inhoudt en waar ze ons kunnen vinden. Mond tot mond reclame dus.

Ook hebben we enquêtes afgenomen die betrekking hadden op ons product. We hebben mensen beloofd met een chocolaatje als ze de enquête in hadden gevuld. We merkten dat mensen de enquête zo graag invulden.

In de enquête stonden onder andere vragen zoals: zou u dit product aanraden aan iemand, zou u dit product zelf kopen en wat zou u willen betalen voor het product? Uit de enquête bleek dat mensen vaak niet bereid zijn om tegen een prijs van 20 euro een box te kopen. De ondervraagden zouden het liefst tussen de 10 en 15 euro betalen en als het kan nog minder. Het kwam er dus op neer dat we onze prijzen moesten verlagen. Gelukkig kregen we wel positieve reacties terug over ons product. Veel mensen gaven ook aan dat ze ons product wellicht

zouden kopen. Uiteindelijk zijn er 20 enquêtes afgenomen. Onze boxen werden beoordeeld met gemiddeld vier van de vijf sterren.

We hadden ons standje mooi ingericht om aandacht aan te trekken.

We kregen veel positieve reacties op ons product en mensen waren over het algemeen enthousiast.

De boxen waren slechts prototypes, maar we hadden wel kauwgom ingekocht om ze vervolgens, met een winstmarge van 70 procent per stuk, door te verkopen. Uiteindelijk hebben we in totaal 11 stuks verkocht, wat een winst van 11.80 euro betekende.

Over het algemeen was het een leuke ervaring. We hebben geleerd hoe we mensen naar ons standje konden lokken, hoe we ze met een goede, korte pitch konden overtuigen van ons product en om ze eventueel een chocolaatje of kauwgom te verkopen.

Ook was er de mogelijkheid om bij de stand gratis een aantal ecologische en biologische producten te proeven. Zo waren mensen sneller geïnteresseerd en konden we meteen wat meer vertellen over ons bedrijfje. Vooral de ouders hadden interesse in ons product, dus we probeerden ons ook te richten op deze doelgroep. We hebben het gevoel dat we goed in hebben gespeeld op de trend van milieubewustzijn. De opendag was een leuke, eerste ervaring voor EcoTalma!

A tropical scene with several tall palm trees and lush green grass. The background is slightly hazy, creating a soft, atmospheric effect. A green rectangular box with a white border is positioned in the lower-middle part of the image, containing the text "Oefening baart kunst" in white, bold, sans-serif font.

Oefening baart kunst





Aandeelhoudersvergadering

Op 5 maart was het zover. De aandeelhoudersvergadering van de bedrijfjes van IBC (HAVO) en het BRC (VWO) was begonnen. Op deze avond moesten we potentiële aandeelhouders en klanten overhalen om een aandeel of product van ons aan te schaffen.

De dag begon redelijk druk. We hadden genoeg spullen ingekocht om 50 boxen samen te stellen. Dit resulteerde in 25 health boxen en 25 food boxen. In de ochtend hadden we de dozen gevouwen en gevuld, en de logo's uitgeknipt. Daarna moesten we terug naar school. In de namiddag kwamen we weer terug om ons voor te bereiden op de presentaties. Na flink oefenen en wat feedback, hadden we het presenteren onder de knie.

Vervolgens hebben we onze stand mooi in elkaar gezet en hebben we nog snel wat gegeten.

Om 18:30 uur was het zover, het publiek

stroomde binnen. We konden nog even met onze ouders en andere mensen praten, maar daarna begonnen de presentaties toch echt. Wij waren als tweede groepje aan de beurt. De eerste paar seconden waren spannend, maar daarna kwam onze presentatie op gang en konden we nagenoeg vlekkeloos ons verhaal doen.

Na afloop kregen we een applaus en feedback en konden we met een gerust hart weer gaan zitten.

Toen alle presentaties gehouden waren, was het tijd om naar de stand te gaan en de aandelen en boxen te gaan verkopen.

Aan het einde van de avond hadden we rond de 34 aandelen verkocht. Later hebben we zelf de laatste aandelen gekocht en kwamen we uit op 40 verkochte aandelen. Het was een zeer succesvolle avond.





Goodiebags

Naast de verkoop van onze ecoboxen kregen we nog een leuk aanbod van onze school. Er werd een online kerstpubquiz georganiseerd. Wij mochten voor 5V en 6V goodiebags samenstellen waarvan ze konden genieten tijdens de quiz. Hier konden wij als bedrijf nog wat extra's mee verdienen.

Als eerste zijn we begonnen met brainstormen. We hadden ieder een aantal artikelen bedacht die wij graag in de goodiebag zouden willen zien. Vervolgens hebben we gekeken of we deze dingen ook ergens konden inkopen. We zijn naar de Makro gefietst en hebben hier de eerste spullen voor de goodiebags ingekocht. Daarna hebben we de overige producten en de tasjes online ingekocht.

Op een normale BRC donderdag hebben Leanne, Adrian en Anna de goodiebags samengesteld. We hadden er verschillende dingen in gedaan, zoals een pakje drinken, wat te eten, een notitieboekje en een kerst stressbal. Uiteindelijk kregen we nog hulp van vrienden en hadden we alles in no-time voor elkaar. De goodiebags werden later goed ontvangen door de leerlingen!



De kerstmarkten

Op donderdag 27 november, 3 december en 10 december waren er kerstmarkten op het Mondial College, het Stedelijk Gymnasium en het Dominicus College. Alle groepjes kregen hun laatste mogelijkheid om hun stand in te richten en op die manier hun producten aan te bieden.

Er stonden tafels opgesteld die we zelf in kerststijl konden inrichten. Hier konden we onze producten verkopen. Tijdens de pauzes waren er veel leerlingen en leraren die de producten kochten.

We hebben dan ook aardig wat omzet gedraaid, wat fijn was. Het was erg leerzaam en leuk om alle groepjes bezig te zien. Er was dan ook nog redelijk wat concurrentie en vooral de groepjes die etenswaren verkochten, vielen erg in de smaak bij de leerlingen.

Het was goed, ondanks corona, om toch nog een aantal verkoopmomenten te hebben. Hierdoor hebben we alsnog een groot deel van onze resterende voorraad kunnen verkopen.

Afterschooling
DONDERDAG 10 DECEMBER | 12U-13U

KERSTMARKT

DOOR JUNIORBEDRIJVEN BUSINESS COLLEGE 5H EN 6V

Kom naar deze fantastische markt en koop je ontbrekende kerstcadeaus!

LOK. BOO1

BEST-SELLERS	
Gift box chocolade	€9,00
Gift box pastetjes	€7
Gift box ligpen	€8
Gift box cadeauset	€8
Stoempjes & Zoete	€8
Key holder	€8

HUGE SALE



De eindbalans

Nu we BRC-project hebben afgerond, hebben we de eindbalans kunnen opstellen. Een lege balans ziet er als volgt uit:

Debet		Credit	
Vaste activa	€ -	Aandelenvermogen	€ -
Nog te ontvangen bedragen	€ -	Lening	€ -
Voorraden	€ -	Nog te betalen bedragen	€ -
Liquide middelen	€ -	Winstsaldo	€ -
Totaal	€ -	Totaal	€ -

De balansposten 'vaste activa', 'nog te ontvangen bedragen' en 'nog te betalen bedragen' zijn voor ons bedrijf niet van toepassing. De balansposten 'voorraden', 'liquide middelen', 'aandelenvermogen', 'lening' en 'winstsaldo' echter wel. Zo zijn we geëindigd met €75 aan voorraden. Daarnaast hebben we een aandelenvermogen van 40 x €10, een lening van €250 aan de Rabobank en €1046 aan liquide middelen. Als we deze gegevens in de eindbalans invullen, komen we uit op een winstsaldo van €471. Dit betekent dat we met het bedrijf Ecotalma een winst van €471 behaald hebben.

Complete eindbalans:

Debet		Credit	
Vaste activa	€ -	Aandelenvermogen	€ 400
Nog te ontvangen bedragen	€ -	Lening	€ 250
Voorraden	€ 75	Nog te betalen bedragen	€ -
Liquide middelen	€ 1046	Winstsaldo	€ 471
Totaal	€ 1121	Totaal	€ 1121

De laatste weken hebben we ons dus gericht op het berekenen van de winst, het terugbetalen van de aandelen en het uitkeren van het dividend. We hebben onze aandeelhouders zelf laten bepalen wat ze met hun aandelen en het dividend wilden doen. Ze konden kiezen uit de volgende drie opties:

1. Het aankoopbedrag van de aandelen + het dividendbedrag wordt overgemaakt (€19 per aandeel).
2. Het aankoopbedrag van de aandelen wordt overgemaakt (€10 per aandeel).
3. U schenkt het dividend en de waarde van de aandelen aan de ondernemers van EcoTalma en u kiest ervoor om niets te laten overmaken.

Het grootste deel van de aandeelhouders koos ervoor om ons het dividend en de waarde van het aandeel te schenken.

T

Evaluatie van **Tristan Veerbeek**

Toen we begonnen hadden we allerlei ideeën en verwachtingen. Hoe zal het zijn om samen een bedrijfje te runnen? Zal het succesvol worden? Met welk idee kunnen we het beste verder gaan?

Terugkijkend op de anderhalve jaar kan ik zeggen dat we veel leuke en soms ook bijzondere dingen hebben meegemaakt. Het is bovendien niet helemaal gelopen zoals gepland. Vanwege de lockdown gingen ineens veel activiteiten niet meer door. Toch hebben we nog een hele hoop kunnen doen.

Het begin ging vooral om kennis maken met elkaar en alvast een idee krijgen van wat we konden verwachten. Ik ervaarde dit positief, maar natuurlijk wilde ik snel beginnen aan het echte werk. Dat moest echter nog even wachten, maar we kregen na de eerste paar introductielessen al leuke workshops en uitjes. Om te beginnen bij de workshops van Mitch. We leerden in twee workshops hoe we, niet gewoon goede, maar uitstekende presentaties moesten maken en geven. Dit was voor mij zeer leerzaam en is in mijn ogen ook echt een belangrijke vaardigheid. Een goede indruk geven doe je namelijk met een goede presentatie.

Ons eerste uitje was naar de universiteit in Wageningen. Ook hier leerde we een essentieel aspect van ondernemen: een goed idee vinden. Er werd ons duidelijk gemaakt dat je niet op de markt moet komen met een idee dat alleen jij heel mooi vindt. Je moet juist een probleem oplossen waar jouw doelgroep last van heeft. Het is dus heel belangrijk om eerst uit te vogelen of jouw idee wel een probleem van jouw klanten oplost. Deze les vond ik leuk én leerzaam.



Ook werd er een les gegeven van Renske, een oud-leerling van het Mondial College. Zij vertelde haar verhaal over wat zij na haar havo opleiding ging doen. Ze is tassen gaan inkopen uit China, om ze daarna weer te verkopen in Nederland. Als laatste voordat we aan onze bedrijfjes zouden beginnen, zijn we op uitwisseling naar een school in Duitsland gegaan. Ook dit vond ik leuk om te doen. Al deze activiteiten hebben me zeer geholpen en ik ben er anders door gaan denken. Met name dat ik als ondernemer moet kijken naar welke problemen ik voor mijn klanten kan oplossen.

Ondertussen waren we al mooi op dreef met het voorbereiden van onze bedrijfjes. Voor ons groepje liep het in het begin een beetje stroef. We waren allemaal gemotiveerd en wilden met een top idee komen, maar we konden er maar niet uitkomen. Uiteindelijk zijn we door Marijn op het goede spoor gebracht. Na veel overleg hadden we eindelijk ons idee: de EcoBox. Hiermee zouden mensen milieubewuster worden, iets wat de laatste tijd erg relevant is.

Tijdens de aandeelhoudersvergadering konden we onze presentatie vaardigheden mooi op de proef stellen. We waren erg succesvol en hebben al onze aandelen weten te verkopen. Daarnaast lukte het ons ook om een aantal EcoBoxen te verkopen. De aandeelhoudersvergadering was voor mij één van de hoogtepunten. Ik heb er enorm van genoten en het gaf een mooie indruk over het ondernemerschap.

Na deze activiteit sloeg alles om: wegens Covid-19 moest Nederland in een lockdown. Heel veel activiteiten gingen niet meer door, wat ik nog steeds erg jammer vind. Desondanks lieten we ons niet stoppen. Doordat Ruud drie kerstmarkten op drie



verschillende scholen wist te regelen, hebben we nog wat kunnen verkopen. Dit vond ik leuk en liet me ook weer zien waar het ondernemerschap om draait: flexibel zijn en doorzetten. Ten slotte heeft meneer van Thiel met onze school kunnen regelen dat wij goodiebags voor alle examenleerlingen mochten maken. Hierdoor hebben we winst kunnen boeken.

Ondanks de situatie heb ik nog steeds een hoop kunnen leren en ervaren. Als ondernemer moet je vaak uit je comfort zone gaan en ben je altijd wel met iets bezig. Maar het belangrijkste van allemaal: Je moet nooit opgeven. Ik kan alles meenemen voor de volgende keer dat ik een bedrijf ga beginnen of ga werken.



A

Evaluatie van **Adrian Katava**

Naar mijn mening is het BRC een erg nuttig project voor mij geweest. Het heeft me inzicht gegeven in de ondernemerswereld. Hierdoor heeft het ook interesse gewekt voor ondernemen later in mijn leven. Door het BRC weet ik hoe bedrijven in elkaar zitten. Ik heb een idee van wat de consument denkt bij het kopen van een product.

Je komt pas echt te weten hoe het ondernemen werkt door het in de praktijk uit te voeren, en dat doet het BRC. Vandaar dat ik het een ideaal programma voor ondernemingsgierige leerlingen vind. Via dit programma kom je erachter of het wel iets voor je is en ik ben erachter gekomen dat ik het ondernemen zeker leuk vind.

Het programma begon een beetje haperend. We hadden allerlei ideeën, maar het ene na het andere werd verworpen, totdat we bij de EcoBox kwamen waar we ons allemaal in konden vinden. En terecht. Ons product viel bij de meesten in de smaak en is ook met succes verkocht op verschillende markten. We hebben onze prijzen wel drastisch aan moeten passen om de producten te kunnen uitverkopen. Achteraf kwamen we erachter dat de meeste mensen eigenlijk wel bereid waren om meer te betalen, dan wij bij de uitverkoop voor onze producten vroegen. Dit gaf ons wel meer vertrouwen in ons product en geeft ons ook een idee bij het ondernemen in de toekomst.



Het research traject was iets nieuws en unieks voor het VWO. Hier leerden we erg veel. Daarnaast vonden we het ook gezellig in Wageningen. De online lessen van de HAN daarentegen vond ik minder leuk. We kregen veel huiswerk en ik vond dat we ook niet echt iets hebben gehad aan de lessen.

De uitjes naar onder andere Duitsland vond ik het leukste. Op een bepaalde manier is het leerzamer dan in een lokaal zitten en luisteren naar een docent. Bovendien was het ook uitermate gezellig! Ik vind het oprecht jammer dat we zo iets niet opnieuw hebben kunnen doen vanwege corona.

Corona heeft een grote impact gehad op het BRC. Voor veel groepjes liep de verkoop stroef, en wij hebben ook niet veel kunnen verkopen in de coronaperiode. Alhoewel we nooit zullen weten hoe we eraan toe waren geweest als corona er niet was, vind ik het erg vervelend dat we al die leuke businessborrels en verkoopmomenten niet hebben gehad. Dat zijn toch de dingen waar we de meeste ervaring en herinneringen van opdoen.

Uiteindelijk kregen we een opdracht van onze school om goodiebags samen te stellen en deze hebben wij met alle plezier aangenomen en uitbundig uitgevoerd.

We waren superblij dat de goodiebags positief ontvangen werden door de leerlingen, want dit gaf ons veel vertrouwen. Zo een opdracht interesseert ons ook wel na het BRC traject. Iets extra's doen en daar nog wat geld mee verdienen.

De goodiebags hebben ons financieel ook veel steun gegeven en daardoor hebben we nog een mooie winst geboekt.

Al met al was het BRC een geslaagd programma voor mij, natuurlijk met de nodige set backs. Gelukkig weten we inmiddels dat we daar enkel en alleen van kunnen leren! We hebben geleerd dat je als ondernemer af en toe risico's moet nemen en dan is het maar hopen dat het zich uitbetaald. Naar mijn mening is dat gebeurd.



L

Evaluatie van **Leanne** **Knoben**

Toen ik voor het eerst van het BRC hoorde, zat ik in de 4e klas. We leerden hier vooral via de theorie over bedrijven. Het BRC leek me daarom de perfecte manier om eens in de praktijk een kijkje te kunnen nemen in het bedrijfsleven. Zelf een bedrijfje starten en dit ook kunnen onderhouden, leek mij een hele interessante uitdaging.

De allereerste opdracht die we kregen, was de campingopdracht. Hierbij zaten we in gemengde groepjes met leerlingen van de andere scholen. Dit was een leuke manier om je nieuwe klasgenoten te leren kennen. Uiteindelijk bleek wel dat het voor de communicatie wat lastiger was.

Een paar weken later werden de echte groepjes samengesteld. We besloten dit nu per school te doen. We brachten een bezoek aan Wageningen voor de schaduwopdracht en begonnen met het brainstormen voor ons eigen bedrijfje. We waren allemaal erg gemotiveerd om iets goeds neer te zetten, dus er kwamen ook vele ideeën naar boven. Dit kon binnen de groep voor meningsverschillen zorgen, maar deze werden meestal snel weer opgelost.

Na deze periode van brainstormen werd ons bedrijfje opgericht, genaamd EcoTalma. We waren het al vrij snel eens over de boxen die we wilden samenstellen. Het grootste probleem waar wij op dat moment tegen aan liepen, was naamsbekendheid krijgen. Dit is ons uiteindelijk ook niet echt gelukt, maar ik heb er zeker wel dingen van geleerd. Daarnaast hadden we binnen ons groepje ook wel eens problemen over de taken. Deze waren vaak niet op tijd af en daar ontstonden dan ook af en toe irritaties over.



Daarom zijn we ook vaker bij elkaar gaan zitten om hier over te praten.

Bij de aandeelhoudersvergadering kwamen we er achter dat veel familieleden en andere bekenden enthousiast waren over ons idee. Dit was voor mij ook weer een zetje om verder te gaan en voor mijn gevoel gaf dit de anderen ook weer wat nieuwe motivatie.

Ik heb ook veel geleerd van de verschillende workshops en uitjes die we gehad hebben. Zo ben ik meer te weten gekomen over presenteren en powerpoints maken. Één van mijn favoriete uitjes was de uitwisseling met Duitsland. Het bezoek aan de kerstmarkt was erg gezellig en ook leerzaam.

Helaas brak er toen een minder leuke periode aan. Het coronavirus brak uit en ik merkte dat bij veel mensen de motivatie weg viel. Binnen het bedrijfje gebeurde er niet veel meer en er werd weinig verkocht. Dit was natuurlijk jammer, want we hadden een goede start gemaakt. Als laatste verkoopmomenten werden er een aantal markten georganiseerd en konden we voor onze school goodiebags

samenstellen. Dit zorgde ervoor dat we weer iets hadden om naar uit te kijken en ook om weer iets te kunnen doen. Bij de een ging dit wat beter dan bij de ander, want er waren nog steeds momenten dat er weinig gedaan werd. Daarom zijn we even bij elkaar gaan zitten en hebben we bepaalde doelen gesteld om dit te kunnen verbeteren.

Alles bij elkaar genomen, vond ik het een heel leuk en leerzaam project. Het was erg interessant om eens in de praktijk te kunnen zien wat er allemaal in een bedrijfje speelt. Ondanks de onenigheden en het af en toe ontbreken aan motivatie, vind ik dat we samen toch een mooi resultaat hebben neergezet en dat we hier ook allemaal trots op mogen zijn!



M

Evaluatie van **Marijn Veth**

Het begon allemaal in een normale bedrijfseconomie les. Na veel theorie wilde ik graag iets in de praktijk doen. Ik vroeg daarom aan mijn docent (Laurence van Thiel) of we een keer praktisch met bedrijfseconomie aan de slag konden. Hij antwoordde hierop dat binnenkort het Mondial college kwam vertellen over het zogenaamde BRC programma. Een aantal lessen later kwamen er inderdaad mensen van het Mondial vertellen over het project. Ik was meteen verkocht. Met een groepje een bedrijf oprichten die je het jaar daarop gaat runnen, sprak me erg aan. Ik heb me toen meteen aangemeld en mocht meedoen.

Als ik terugblik op het afgelopen jaar dan merk ik dat ik ontzettend veel geleerd heb. Ik heb veel nieuwe ervaringen opgedaan, waar ik eerst als de dood voor was. Dit waren handelingen zoals presenteren, cold calling, netwerken en zelfs deelnemen aan een fotoshoot met bijdrage aan het jaarverslag van 2020.

Naast deze nieuwe ervaring heb ik ook veel geleerd op het gebied van samenwerken. Dit was niet altijd even makkelijk en we hadden dagen dat het minder goed ging. Vooral in het begin was dit soms lastig. Het was toen de bedoeling om het bedrijf te starten. We hadden allemaal andere interesses en dit maakte het kiezen van een thema voor ons bedrijf best ingewikkeld. Desondanks ging het ook vaak goed, omdat we tenslotte allemaal de gedreven mindset hadden om het project zo succesvol mogelijk af te ronden.



Toen we eenmaal hadden besloten om Ecoboxen te verkopen, gingen we op jacht naar inventaris. Hoe krijg je het voor elkaar om de beste kwaliteit voor de laagste prijs te krijgen? Dit was lastig en we merkten dat het onmogelijk was om de normale retail prijs te betalen voor de producten. Daarom hebben we contact gelegd met bedrijven die de producten verkochten. Dit was voor het eerst dat ik een groot bedrijf moest bellen met de vraag voor korting. Ondanks de enorme spanning die ik toen had, heb ik er toch enorm veel van geleerd. Ik weet nu beter wat je wel en niet kunt doen tijdens het benaderen van bedrijven.

Toen de Ecobox af was, kwam de aandelenvergadering in zicht. Opnieuw een spannend en belangrijk moment in het BRC project. We mochten ons bedrijf pitchen met als doel aandelen en voorraad te verkopen.

We konden die avond in totaal 40 aandelen van 10 euro per stuk verkopen. Dit was een groot succes en we hadden alle aandelen verkocht. Daarnaast hadden we ook onze eerste bestellingen van de Ecoboxen binnen.

Helaas kwam het coronavirus. Hierdoor hebben we een flinke tijd niet efficiënt aan ons bedrijf kunnen werken en kwam het project een beetje stil te liggen. Ook hier heb ik veel van geleerd. Het is namelijk belangrijk om een webshop te hebben en bezig te zijn met de marketing van jouw product. Zo kan je ook in moeilijke tijden, zoals tijdens corona, jouw product verkopen. Communiceren op afstand was ook lastig en de samenwerking verliep wederom wat minder.

Desondanks vond ik het een onwijs leerzaam en leuk jaar. De vele skills die ik heb geleerd zullen mij het leven lang bijblijven.



A

Evaluatie van Anna van Gelder

Zo'n anderhalf jaar geleden begon ik aan het BRC. Ik had geen idee waar ik precies aan zou beginnen, maar ik wist wel dat ik er super veel zin in had! Een eigen bedrijfje starten, klonk voor mij als muziek in de oren. Eindelijk eens iets anders dan alleen maar leren uit de boeken.

In het begin was het voor iedereen even wennen, vooral toen we gelijk in groepjes aan de slag gingen met de eerste opdracht. Gelukkig zaten we allemaal in hetzelfde schuitje. De eerste opdracht was gelijk een goed leermoment voor ons. We zaten namelijk met leerlingen van verschillende scholen door elkaar. Dit bleek niet heel goed te werken met het regelen van dingen buiten de donderdagochtend. Hierdoor besloten we met zijn allen dat de groepjes voor de echte bedrijfjes gevormd zouden moeten worden met mensen van je eigen school. Zo kwam ik dus terecht bij Tristan, Leanne, Adrian en Marijn. Achteraf gezien vind ik dat vijf personen iets te veel zijn voor dit project. Je hebt zo namelijk altijd mensen die minder doen en het is lastiger om de taken goed te verdelen. Daarnaast heb je vaak allemaal een ander idee over dingen en moet je toch tot een besluit komen waar uiteindelijk iedereen achter staat. Dit vergt veel overleg, maar bij ons is het altijd wel goedgekomen!





De samenwerking ging, om heel eerlijk te zijn, niet altijd even goed. In het begin had iedereen nog frisse energie, maar bij sommigen werd dat langzaam minder toen het jaar vorderde. We hebben een aantal keer met z'n allen om de tafel gezeten en onze knelpunten besproken. Daarna hebben we ook doelen voor onszelf gesteld om de samenwerking te verbeteren. Op sommige punten zijn die doelen goed behaald, op de meeste helaas niet naar mijn mening... Dit is natuurlijk jammer, maar ik vind het wel goed dat we in ieder geval onze problemen bespreekbaar hebben gemaakt.

Al met al heb ik wel een super leuk jaar gehad en ben ik blij dat ik heb meegedaan. De ervaring was echt de moeite waard en zoals ik al eerder zei, heb ik veel geleerd.

Over het algemeen vond ik het BRC erg leuk en heb ik er op verschillende vlakken ook echt veel van geleerd. Ik heb bijvoorbeeld meer inzicht gekregen in wat ik leuk vind om te doen en dat heeft me ook geholpen bij mijn studiekeuze. Daarnaast heb ik ook gemerkt wat mijn goede en minder goede kwaliteiten/eigenschappen zijn. Ik nam vaak de leiding op me en trok zo de groep mee met mijn enthousiasme. Hierdoor kwam ik er wel achter dat ik het lastig vind om taken uit handen te geven, aangezien ik zelf zo enthousiast ben! Dit zijn weer leermomenten om mee te nemen in de toekomst!



Nawoord



Bedankt voor het lezen van ons profielwerkstuk! Hopelijk vond u het interessant en heeft u er wellicht iets van geleerd. Wij hebben er in ieder geval wel wat van geleerd! Dit project was voor ons allen een sprong in het diepe. Bloed, zweet en tranen koste het ons af en toe, maar we hebben het toch maar mooi gedaan. Al met al hebben we dan ook een gezellige, leerzame tijd gehad en dit zou niet zijn gelukt zonder een aantal mensen.

Allereerst willen we natuurlijk Laurence van Thiel bedanken. Hij stond altijd voor ons klaar als begeleider en zorgde ervoor dat we overal van op de hoogte waren. Hadden we hulp nodig, dan wisten we gelijk bij wie we aan konden kloppen.

Daarnaast willen we Ruud ook bedanken voor de hele organisatie van het Business Research College. Zonder Ruud geen BRC én geen gezelligheid!

De rest van de groep, de andere docenten, de aandeelhouders en iedereen die we tijdens dit project hebben leren kennen, jullie ook bedankt!

- Tristan, Adrian, Leanne, Marijn en Anna







Eco Talma