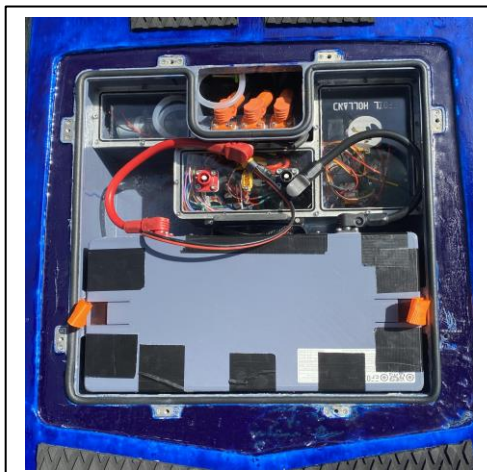
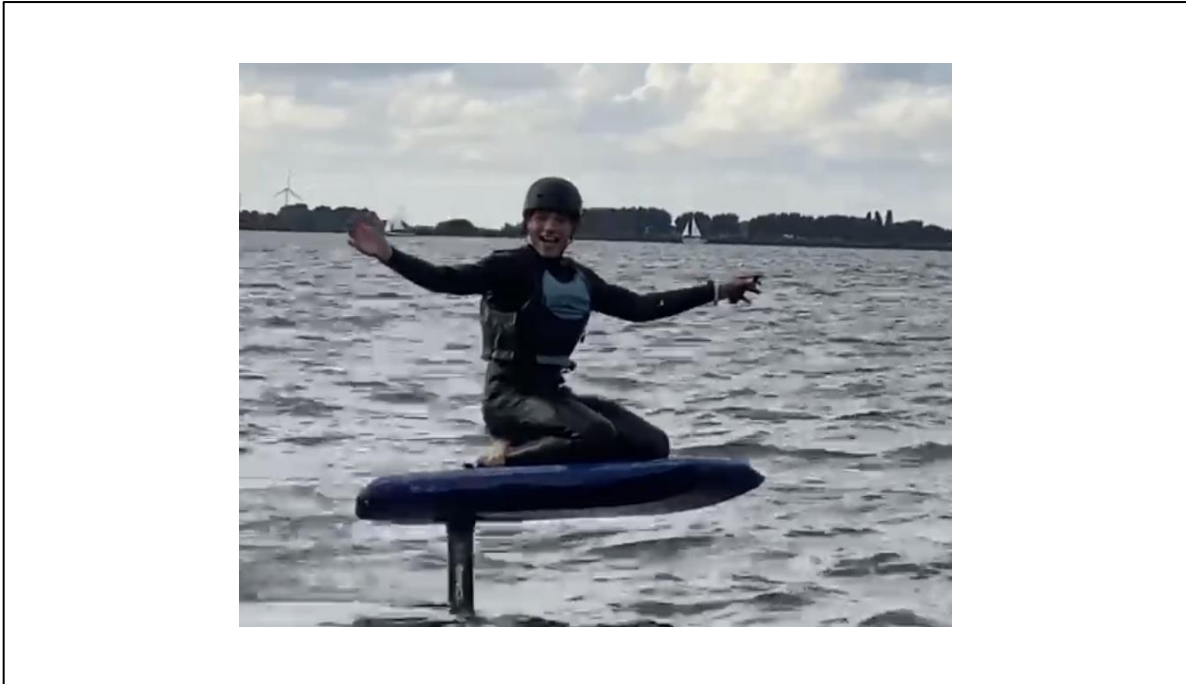


Eindwerkstuk



Inhoudsopgave

1. Titelblad
1. Mijn product
1. Inhoudsopgave
2. Inleiding/voorwoord
2. Theorievorming
3. De 4p's
4. Waarom en waarvoor de 4p's
4. Product
5. De P van product toegepast op mijn Efoil
6. Prijs
6. De P van prijs toegepast op mijn Efoil
8. Plaats
8. De P van plaats toegepast op mijn Efoil
9. Promotie
10. De P van promotie toegepast op mijn Efoil
10. Conclusie
11. Procesverslag
12. Bronnenlijst

Inleiding/ voorwoord

Dit jaar in oktober kreeg ik een uitleg dat wij 11^e klassers een erg groot project moeten gaan uitvoeren waarbij je je eigen creativiteit in verwerkt. Ik heb gekozen voor het maken van een Efoil. Met een Efoil zweef je letterlijk over het water. Een Efoil is een dikkere minder lange surfplank met een foil eronder. Deze foil tilt met een bepaalde snelheid de surfplank uit het water en wordt aangedreven door een elektrisch motortje. Dit leek mij heel erg gaaf en ben op onderzoek uitgegaan. Het maken van een eigen Efoil komt door mijn liefde voor de watersport en omdat we een vakantiehuisje in Elahuizen (Friesland) hebben. Doordat we vaak in Friesland zijn ben ik gaan zoeken naar iets super cools en nieuws. Een board waarmee ik snel en hard over het water kan gaan scheuren. Ik heb lang gekeken naar verschillende producten zoals een seabob, jetsurf en ook een Efoil. Alle drie leken mij helemaal het einde maar alle drie waren ook veel te duur. Een nieuwe Efoil kost circa €11.000,-. Voor mij absurde prijzen.

Hierdoor moest ik doorzoeken en kwam ik uiteindelijk uit op het bouwproject van Rein en Kwint (Efoil Holland). Efoil Holland is een bedrijfje van twee broers die net zoals ik enthousiast zijn over snelheid en water. Efoil Holland heeft bouwpakket samengesteld bestaande uit een handleiding en een bestellijst om een Efoil te maken. Ook leveren zij een aantal essentiële producten die zij via hun 3D printer hebben geproduceerd. Op marktplaats kwam ik hun advertentie tegen. Ik werd erg enthousiast en was direct geïnteresseerd om meer van het te horen. Toen ik vernam dat je een Efoil voor circa 2400,- kan bouwen werd mijn enthousiasme nog groter. Door mijn zelf verdiende boot te verkopen, mijn zakgeld in te leggen en andere producten te verkopen kon ik dit bedrag net financieren.

Toen ik de financiering rond had ben ik verschillende keren bij Efoil Holland geweest om nog meer te horen over het bouwproject. Na een kort denkproces en overleg met mijn ouders heb ik besloten om dit traject in te gaan. Ik ga zelf mijn eigen Efoil bouwen!!! Hoe leuk is dit.

Tijdens het maken van mijn Efoil ben ik mij gaan afvragen voor hoeveel ik mijn eigen board zou kunnen verkopen en of hier een handel in zou zitten. Zo ben ik op mijn hoofdvraag gekomen namelijk: **In hoeverre kan ik mijn zelfgebouwde Efoil rendabel in de markt zetten?**

Omdat mijn hoofdvraag economisch gerelateerd is heb ik besloten om mijn eindwerkstuk te koppelen met het vak economie. Hierdoor is Wouter Modderkolk zowel mijn proces- als vak begeleider.

In mijn verslag ga ik meerdere aspecten die te maken hebben met mijn hoofdvraag onderzoeken. Ik verwerk mijn praktijkervaringen van het maken van mijn eigen Efoil in het verslag. Hierdoor wordt het voor de lezer inzichtelijk hoe het bouwproces is verlopen. Ook beschrijf ik waar ik tegen aan liep, wat fout is gegaan en hoe ik dit heb opgelost.

Theorievorming rond marketingintroductie

Ik maak gebruik van de 4p's. Dit is de meest bekende theorievorming vanuit de economie ten aanzien van marktintroductie. Het marketingmodel is ontwikkeld door McCarthy in 1960. Philip Kotler schreef in 1967 het beroemde boek marketingmanagement. Hierin ging hij door op de 4p's van McCarthy (IkGaStarten.nl, 2020).

De 4p's

Wat zijn de 4p's?

Eerst leg ik uit wat de marketingmix nou eigenlijk is. De (eenvoudige) marketingmix bestaat uit vier p's. Dit p-beleid bestaat uit: product, prijs, plaats, en promotie. Wanneer een bedrijf succesvol wil zijn met mooie rendementen moet de directie de p's goed toepassen en in balans houden.

Onder product verstaan we meerdere kenmerken zoals:

kwaliteit, vormgeving, verpakking en garantie en service.

Onder prijs verstaan we productiekosten en de winst. Plaats heeft te maken met hoe het bedrijf de winkels inricht en

waar ze hun producten verkopen. Als laatste heb je nog promotie, hieronder verstaan we het promoten van het product. De marketingmix geeft richting aan de marketingstrategie van een onderneming. Elk bedrijf of het groot of klein is maakt gebruik van de marketingmix. Met de marketingmix bepaal je de strategie om jouw doelgroep te benaderen en hoe je de markt kan bespelen (IkGaStarten.nl, 2020).



Om goed te laten zien wat een 'p' nou inhoud wordt dit uitgelegd met behulp van het bedrijf Apple.

Bij het Product-beleid is Apple het sterkst. De kwaliteit van Apple is heel goed, waardoor de p van product heel sterk is en daardoor kunnen ze ook een hogere prijs vragen. De vormgeving maakt Apple zo modern mogelijk. Hierdoor wordt het product aangetrokken door jongeren, maar ook door volwassenen die een jonger imago willen door gadgets aan te schaffen. Daarnaast is Apple heel bekend omdat ze een eigen softwaresysteem hebben. Dit systeem is heel veilig doordat hier geen virussen voor zijn. Dit is het productbeleid

Apple verkoopt haar producten tegen een hoge prijs. Dit komt doordat de productiekosten en het materiaal duur is. Daarnaast heeft Apple ook hoge distributiekosten. Maar boven alles betaal je voor het merk en de goede kwaliteit. Apple maakt gebruik van de afroombepoel. Dit betekent dat het bedrijf zijn product op de markt brengt met een hoge prijs en wanneer het product steeds minder wordt verkocht de prijs wordt verlaagd. Dit doet Apple omdat ze meestal al een opvolger klaar hebben liggen wanneer ze een nieuw product op de markt brengen. Dit is het prijsbeleid

Apple wordt geproduceerd in China, waardoor de kosten van het product lager zijn. De plaats waar Apple zijn spullen verkoopt is heel belangrijk. De winkels zijn heel modern en strak ingericht. Dat wil Apple natuurlijk ook overbrengen met haar producten dus moet de winkel dat ook uitstralen. Voor de rest heeft Apple verscheidene shop-in-shops. Dat betekent dat Apple bijvoorbeeld in de Mediamarkt of in de Bijenkorf een eigen afdeling of hoekje heeft met Apple spullen. Daar zijn ook de medewerkers van Apple. Doordat hun eigen werknemers klaarstaan om te helpen geven ze een positief beeld van Apple. De producten komen rechtstreeks van de fabriek naar de winkel zonder tussenkomst van een groothandel. Ook maken ze gebruik van een direct distributiekanaal. Dit betekent dat je bijvoorbeeld via de website van Apple je producten kan bestellen, het gaat gelijk van de producent naar de consument. Dit is het plaats beleid.

Bij Apple proberen ze met reclames een grote doelgroep te bereiken. In de reclames laten ze heel goed het moderne design en het gebruiksgemak zien. Hierdoor krijgen consumenten het idee dat iedereen er heel gemakkelijk mee om kan gaan. Ook wanneer je door de

winkelstraten loopt zie je allerlei reclameborden van Apple met de nieuwste items. Onbewust wakkert dit de vraag naar Appleproducten aan. Dit is het promotie-beleid.

Dit waren de vier p's van Apple. Wil een ondernemer dus succes behalen dan moet hij evenveel aandacht aan alle P's schenken en zorgen dat het min of meer in evenwicht is. Apple past dit goed toe doordat ze een hele sterke p van product hebben, hierdoor kun je wel zeggen dat er een kettingreactie op volgt. De kwaliteit, vormgeving en gebruikersgemak van het product zijn zo goed, dat ze een hogere prijs kunnen vragen dan andere concurrenten. Hierdoor kunnen ze genoeg geld besteden aan de promotie en de plaats, die ze een moderne uitstraling geven. Kortom een bedrijf moet het p-beleid goed voor elkaar hebben wil het succes hebben op de markt.

Waarom en waarvoor gebruik je de 4p's

Als je een product gaat verkopen en dus een bedrijf(je) opstart is het van belang dat je gaat nadenken over vragen als:

- Wat is jouw product? (product)
- Waarom moeten mensen jouw product kopen? (Product, prijs)
- Wie is jou doelgroep? En hoe kom je met hun in contact? (Promotie)
- Heb je concurrenten? En waarom ben jij beter? (Product, prijs)
- Welke service verleen je? (Product, plaats)
- Wat is je merknaam? (Promotie)
- Hoe zit het met garantie? (Prijs, product)
- Welke prijs bepaal ik voor het product? (Prijs)
- Geef ik (seizoen)kortingen? (Prijs)
- Waar verkoop ik mijn product? (Plaats)
- Hoe komt het bij de klant?) (Plaats)

Met deze vragen kom je erachter of er überhaupt een markt is voor je product.

De 4p's leggen de basis voor het opstellen van concrete acties om een product of dienst in de markt te zetten. Zonder het langslopen van de 4p's en de vragen die daarbij horen is het lastig om een goede marktintroductie te realiseren.

Om meer inzicht te krijgen op mijn onderzoeksvraag (kan ik met winst een zelfgemaakte Efoil verkopen en hoe kan ik de Efoil het beste in de markt zetten?) analyseer ik de 4p's om vervolgens tot een conclusie te komen.

Product

De eerste p staat voor product en/of dienst. Je vertelt over jouw product en wat jou toegevoegde waarde is. Waarom wil de klant jouw product? Hierbij kan je de volgende vragen stellen.

- Wat is de functie van het product of dienst?
- In welke behoefte voorziet het product of dienst?
 - o Latente behoefte (onbewuste behoefte)
 - o Manifeste behoefte (aanwezige behoefte)
- Hoe ziet de verpakking eruit?
- Wat is de kwaliteit van het product?
- Welke service verlenen wij? Worden er garanties gegeven?
- Wat is de merknaam?

- Wat/hoe is het productontwerp?

Het product is een erg belangrijk onderdeel van de marketingmix. Je product valt onder te verdelen in drie categorieën

1. Kernproduct (in welke behoefte het product voorziet)
2. Fysieke product (eigenschappen van het product en vormgeving)
3. Uitgebreide product (service en garantie)

Een kernproduct geeft aan welke behoefte wordt ingevuld. Als voorbeeld neem ik Apple iPhone. De primaire functie van de iPhone is het communiceren met andere mensen. De iPhone vervult de behoefte van mensen om contact met elkaar te hebben.

Bij het fysieke product gaat het over de eigenschappen en functies. Hieronder vallen o.a. de vormgeving, kwaliteit, merknaam en verpakking. Een Apple iPhone staat voor:

- Functie: communicatie.
- Kwaliteit: goed en modern.
- Merknaam: goed klinkende naam en gemakkelijk te onthouden
- Vormgeving: vernieuwend, hip en modern.

Het uitgebreide product geeft aan waarom iemand iets bij jou moet kopen. Welke toegevoegde waarde heb jij wel die een concurrent niet heeft. Het geeft dus een meerwaarde van jouw product of dienst aan. Voorbeelden zijn;

- Garantietijd
- Installatie van je product (kan de klant dit zelf doen)
- Services
- Betaalmethodes
- Leveringsmogelijkheden

Het product van Apple is erg sterk, waardoor Apple instaat is om veel aandacht te besteden aan deze uitgebreide product aspecten waardoor er een grote mate van klant tevredenheid is.

De P van product toegepast op mijn Efoil

Kernproduct Efoil: De Efoil voorziet in een ultieme beleving van vrijheid. Je scheert letterlijk als een vliegend tapijt over het water. Het is een uniek gevoel. Efoilen is een nieuwe vorm van watersport die nauwelijks afhankelijk is van weersomstandigheden en vrijwel geluidloos en milieubewust vaart.

Fysiek product:

Het enige wat je nodig hebt is je Efoil. Dat is een soort surfplank met een fin en propeller waardoor het board door het water kan bewegen. De Efoil wordt aangedreven door een bijna geluidloze elektromotor die energie krijgt door een oplaadbare accu. Je bedient het board door middel van een draadloze afstandsbediening die je in je hand vast hebt. Je geeft hiermee gas waardoor de fin onder aan het board een opwaartse druk krijgt en je board loskomt van het water.

Het board is gemaakt van XPS foam. Dit is een waterdicht foam wat gevormd moet worden naar een surfboard. Voor de



accu, elektra, fin en de propeller is er door Efoil Holland gekozen voor een prijs-kwaliteitverhouding waarbij de verschillende producten deels zelf gemaakt worden door Efoil Holland en je de andere producten zelf moet inkopen vanuit de partlist. De zelfgemaakte producten worden door middel van een 3D printer geproduceerd. Andere producten die niet geprint worden heb ik ingekocht bij Aliexpress. Deze producten heeft Efoil Holland uitgebreid getest op hun kwaliteit. Hierdoor wordt een goede prijs-kwaliteitverhouding gerealiseerd.

Uitgebreide product:

Ik heb in de handleiding geen garantiebepaling kunnen vinden. Ik vermoed dan ook dat Efoil Holland geen garanties afgeeft op mijn zelfgemaakte Efoil. Wanneer ik mijn zelfgemaakte Efoil in de markt zet kan dit mogelijk tot een probleem leiden. Wel kan ik service verlenen doordat ik kennis heb over het bouwen van de Efoil.

Prijs

Bij de 2^{de} p van prijs is je doel om de perfecte prijsbepaling te maken. Hierbij moet je rekening houden met verschillende factoren zoals:

- Productiekosten
- Distributiekosten
- Prijsstrategie
- Betaalmogelijkheden?

Om tot de perfecte prijsbepaling te komen is het van belang dat je je hele prijsbeleid beschrijft. Dit is voor zowel jou als je doelgroep/klant van belang zodat ze weten waarvoor ze betalen en vertrouwen hebben in jouw product en niet kiezen voor jouw concurrent.

Apple is instaat om een hoge prijs te vragen voor haar producten. Dit kan omdat de producten een life style zijn voor de consumenten. Hierdoor is de vraag naar Appleproducten enorm groot. Waardoor Apple voor een groot gedeelte zelf kan bepalen tegen welke prijs de producten in de markt worden gezet. Daarnaast moet Apple om de hoge kosten goed maken ook een hoge prijs hanteren.

De P van prijs toegepast op mijn Efoil

Productiekosten

Aangezien de winkelprijs van een nieuwe Efoil voor mij veel te duur is ben ik zelf een Efoil gaan maken. Hiervoor heb ik sommige onderdelen direct bij de leverancier gekocht zoals het XPS foam en heb ik andere producten kunnen inkopen bij Efoil Holland. Zij hebben een 3D printer waarop verschillende onderdelen worden geproduceerd. De elektra (vooral de binnenkant van het board) heb ik voornamelijk vanuit China ingekocht. De fin heb ik ingekocht vanuit een bedrijfje uit Frankrijk. Ik heb erg veel geluk gehad want mijn fin is op dit moment uitverkocht.

Onderstaand een totaaloverzicht van mijn uitgaves bij de verschillende leveranciers.

Uitgave		Waar
€1246,60		Rein/Kwint
€50,10		Polyservice
€8,36		Hobbyking
€341,82		Gong-galaxy
€129,60		Mrboat
€57,50		Isolatieverkoop
€612,72		banggood
€378,75		aliexpress
€2825,35		Totaal

Hieruit is af te lezen dat de productiekosten €2.825,35 bedragen om een Efoil te bouwen. Ik heb gekozen voor de uitgebreide accu, geen speciaal patroon en 1 kleur. Mijn voorkeur gaat namelijk uit naar lang kunnen Efoilen. Wat tegenzat is dat een aantal spullen vanuit China heel lang deden over het verzenden. Een aantal spullen kwamen pas na twee/ drie maanden binnen en andere heb ik nooit ontvangen. Dit heb ik opgelost doordat Efoil Holland een chipje over had. Deze heb ik bij een bijeenkomst met andere bouwers mee kunnen nemen. Andere producten heb ik weten aan te schaffen bij een nieuw Nederlands bedrijfje. Hierdoor heb ik uiteindelijk toch alle spullen in huis.

Nu is €2825,35 alsnog erg veel geld en heb ik veel bij elkaar moeten sprokkelen zodat ik dit bedrag bij elkaar heb gekregen.

Voor de financiering heb ik meerdere spullen verkocht, zakgeld ingelegd en bijdrages gekregen voor mijn verjaardag. Hieronder is een duidelijk schema te vinden hoe ik mijn Efoil heb gefinancierd.

Gespaard zakgeld		€500,-
Verkoop Boot + motor		€650,-
Verkoop JBL box		€300,-
Baantjes uitbetaling		€255,-
Verjaardag		€270,-
Bijdrage ouders		€750,-
Stagevergoeding		€100,-
Totaal		€2825,-

Wat mij erg tegenviel is dat ik veel van het benodigde gereedschap niet in huis heb. Hierdoor heb ik veel tijd zitten in het lenen van die gereedschappen. Vaak hadden andere deze ook niet of hadden ze de gereedschappen zelf nodig. Dan moest ik de gereedschappen zelf aanschaffen en kwamen deze kosten bovenop de inkoop van materialen. Daarnaast is het mijn eerste keer dat ik een Efoil maak waardoor ik niet alles in één keer goed uitvoer. Met als gevolg additionele reparatiekosten. De additionele kosten had ik van tevoren niet voorzien en zijn voor mij een vieze tegenvaller. Gelukkig heb ik niet last gehad prijsstijgingen door de actuele

gebeurtenissen. Ik heb namelijk bijna alles voor deze crisis weten te bestellen. De producten die ik wel nodig had hebben nauwelijks of geen prijsstijging gehad omdat er in deze producten tot nu toe geen schaarste is.

Er zijn ook veel meer uren gaan zitten in het maken van de Efoil. Efoil Holland geeft aan dat je zo'n 100 uur bezig bent met het bouwen van het project. Ik zit nu al boven de 90 uur en moet nog veel elektra installeren. Ik gok dat ik er zo'n 170 tot 200 uur over ga doen. Als ik voor zo'n project een uurloon reken van 15,- dan komt er dus nog €3000,- bovenop voor de klant. Hierdoor ga ik mij steeds meer afvragen of dit concept wel rendabel is.

Plaats

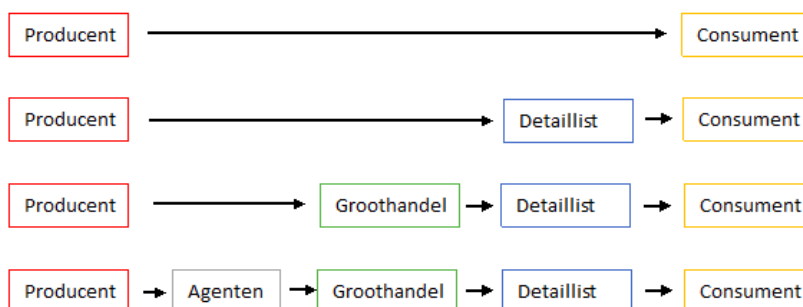
De 3^{de} p van plaats beschrijft hoe en waar je product gemaakt wordt, hoe en waar je je product verkoopt en hoe je product bij je klant komt. Vragen die je kan stellen zijn:

- Waar verkoop ik mijn product of dienst?
- Hoe komt het bij de klant?
- Verkoop ik online of heb ik een winkel?

Ook bij deze p is het dus erg belangrijk om rekening te houden met je doelgroep. Als je doelgroep jongvolwassene/kinderen is, dan is alleen een fysieke winkel niet handig en praktisch aangezien kinderen geen auto mogen rijden en dus afhankelijk zijn van andere mensen. Soms is de ligging van je winkel of bedrijf erg belangrijk. Denk aan watersportbedrijven of een botenverkoper. Voor hen is de ligging cruciaal en is het dus van belang dat het bedrijf naast water in een haven bevindt.

De ligging van jouw productiewerkplek is erg belangrijk. Je wil namelijk jou doelgroep makkelijk en snel kunnen bereiken. Hiervoor zal je dus erg centraal moeten gaan liggen zodat je overal naartoe kan.

Doordat je dus zo snel overal naartoe kan, kan je naar grote watersportverkoop events gaan. Maar als je het andersom bekijkt is het voor jou klanten ook fijn als jij centraal ligt. Hierdoor kunnen zij ook makkelijk naar jou toe komen. Hiermee beantwoord je ook gelijk het laatste punt namelijk: Hoe komt jouw product bij je klant? Je hebt namelijk meerdere opties. Klanten kunnen makkelijk naar jou toe om hun product op te halen, jij kan jouw product ook langsbrengen en anders kan je altijd nog je product verzenden via zending maatschappijen.



Hierboven zie je een schema met de verschillende leveringsmogelijkheden.

De P van plaats toegepast op mijn Efoil

Ik heb op 2 verschillende plekken aan mijn Efoil gewerkt. Op mijn stage ben ik begonnen met het vormen en plakken van mijn board. Hier heb ik helaas geen video's van gemaakt. Na mijn

stage ben ik thuis verder gaan werken in onze schuur. Eerder had ik al de schuur omgebouwd tot de perfecte werkplek. Ik heb gewerkt op een oude lange bureau tafel in het midden van de schuur zodat ik om de tafel heen kon werken. In de schuur is maximaal plek voor twee personen om te werken aan de Efoil. Gelukkig is dit ook meer dan genoeg want vaak heb ik in mijn eentje gewerkt en af en toe heb ik hulp gevraagd aan mijn vader of een andere Efoil bouwer. Dit was vooral noodzakelijk bij de eerste keren lamineren van de glasvezellappen. Glasvezellappen zorgen ervoor dat je boot/board hard wordt. Je brengt het aan met epoxy waardoor de glasvezellappen blijven zitten. Ook maakt de epoxy het board waterdicht. Dit is natuurlijk erg belangrijk.

Ik heb een erg exclusief product gebouwd dat niet overal zomaar te krijgen is. Daarom heb ik een aantal ideeën gekregen over het verkopen van mijn Efoil. Als eerste zou ik een mooie marktplaats advertentie maken zodat ik kan zien hoe gewild mijn product is en te kijken hoeveel mensen zouden bieden voor mijn Efoil. Ook wordt er één keer in het jaar een markt georganiseerd voor exclusieve watersportproducten. Hier worden dit soort exclusieve producten verkocht en daarom zou ik kunnen rondkijken naar andere verkopers voor hun strategie. Eventueel zou ik ook mijn eigen Efoil kunnen aanbieden op deze markt. Bij mijn laatste idee ben ik gaan nadenken over waar ik ben gaan zoeken naar de beste prijs-kwaliteit Efoils. Ik heb toen een bedrijfje op Instagram gevonden (Jetboardlimited) die zelf nieuwe Efoils, maar ook gebruikte Efoils van klanten verkopen. Zij checken of jouw product aan hun eisen voldoet en hoeveel je product waard is. Als jij dan goedkeuring geeft zullen ze jouw product verkopen onder hun naam. Ik neem aan dat een (klein) percentage van de winst zal gaan naar Jetboardlimited. Ik heb ze geprobeerd te bereiken maar ik heb nog geen reactie over hoeveel dit percentage zal zijn. Ik zie dit als een investering. Zij hebben namelijk een erg groot bereik en kunnen hiermee klanten bereiken die ik zelf niet kan bereiken. Ook stoppen ze veel tijd en moeite in het verkopen van jouw product. Hier tegenover staat dus die kleine percentage van de winst.

Samenvattend heb ik dus deze opties waar ik mijn Efoil kan verkopen:

- Verkopen op marktplaats

Voordeel hierbij is dat ik zelf alles kan bepalen en ik alles vanuit huis kan regelen. Nadelig is dat marktplaats geassocieerd wordt als 2^{de} hands verkoopkanaal en hiermee afbreuk kan doen aan mijn product. Ook heb je in eerste instantie geen fysiek contact met je klant. Hierdoor is een makkelijk, duidelijk en goed gesprek lastiger.

- Watersport markten

Bij watersport markten komt bijna heel mijn doelgroep tezamen. Dit is erg voordelig. Ook kan ik makkelijk uitleggen en mijn woordje doen over mijn Efoil. Dit is ook erg fijn. Wat tegenzit zijn de reiskosten en dat deze er niet vaak zijn.

- Mijn Efoil laten verkopen (door iemand anders)

Een voordeel voor deze manier is dat ik zelf geen moeite hoeft te doen voor het verkopen. Ook heeft het bedrijfje meer bereik dan ik en kunnen ze dus meer mensen bereiken. Nadelen zijn de verzendkosten (bedrijf zit in Spanje) en ik neem aan dat niet alle winst voor jou is aangezien dit bedrijf veel moeite in het verkopen van jouw product stopt.

Promotie

Bij de 4^e en laatste p beschrijf je hoe je je product gaat verkopen. Essentieel is hierbij communicatie. Als je een goede naam en imago opbouwt komt dit in je voordeel te staan. Ook moet je gaan nadenken over waar je jezelf gaat promoten? Kijkt jou doelgroep veel tv, luistert

het veel naar de radio of reist het veel met de trein? Hierop moet jij je gaan anticiperen en keuzes maken. De vragen die je hierbij kan stellen zijn:

- Wil ik mijn product promoten?
- Hoe en waar laat ik me promoten?
- Wat wil ik uitstralen in een marketingcampagne?
- Met welke boodschap zorg ik ervoor dat mijn doelgroep bij mij koopt?

Als je hebt besloten om jou product of bedrijf te promoten is het nu de vraag hoe. Er zijn vier verschillende manieren hoe je kan promoten. Dit zijn:

- Reclame (televisie, internet en krant)
- Public Relations (het werken aan een goed imago door bijv. sponsoring)
- Sales promotie (korting, spaaracties en gratis samples)
- Persoonlijke verkoop (face-to-face, telefonisch of via een chatsessie)
-

Het hangt dus erg af van jou doelgroep hoe jij jezelf gaat promoten.

De P van promotie toegepast op mijn Efoil

Mijn doelgroep

Ik denk dat ik zelf onderdeel ben van mijn eigen doelgroep. Zelf ben ik namelijk ook opzoek geweest naar een mooie Efoil tegen een goeie prijs. Daarnaast zit ik ook in een Efoil bouwers WhatsApp groep waarbij de leeftijd zo tussen de 25 en 45 ligt. Ik heb dus een erg diverse doelgroep. Wat bij iedereen overeenkomt is dat we allemaal van watersport houden, avontuurlijk zijn, van snelheid en vernieuwing houden. Vanuit deze punten kan ik iedereen bereiken die tot mijn doelgroep behoort. Maar de vraag is hoe ga ik deze mensen bereiken zonder al te veel geld uit te geven?

Hoe ga ik mijn doelgroep bereiken?

Ik wil geen geld uitgeven aan het promoten van mijn product, maar wel zo veel mogelijk mensen proberen te bereiken en enthousiast te maken. Dit doe ik omdat het niet rendabel is om voor een eenmalig product geld uit te geven aan het promoten daarvan. Hiermee maak je de kosten groter en denk ik dat je geen hogere prijs kan vragen/verwachten. Als je dus wel zou gaan promoten maak je meer kosten waardoor je winst afneemt.

Ik heb verschillende ideeën over hoe ik mijn Efoil toch promoot zonder geld uit te geven. Als eerste had ik al een mooie marktplaats advertentie gemaakt. Deze zet ik elke maand weer op marktplaats met veel zoek/trefwoorden. Hierdoor zal mijn advertentie veel bekeken worden. Ook maak ik een Instagram, Facebook, en YouTube kanaal aan waar ik mooie beelden van mijn Efoil op zet. Bij dit idee maak ik ook gebruik van zoekwoorden en hashtags zodat men snel op mijn filmpje zal uitkomen. Beide van deze promotie ideeën vallen onder reclame. Mijn laatste en tevens leukste promotie idee valt onder persoonlijke verkoop. Ik ga naar grote surfplekken en wedstrijden omdat hier veel watersporters tezamen komen. Dit is voor mij dan ook de ideale plek om mijn product te promoten/verkoppen.

Concluderend.

Een Efoil is een erg mooi, nieuw en leuk product. Het vervult de behoefte van ultieme vrijheid doordat je over het water heen zweeft. Het is een gevoel dat ik niet goed kan omschrijven.

Je kan een Efoil zelf maken tegen gereduceerde prijs. Het is dan ook mogelijk om het te maken naar jouw favoriete kleur en vorm. Daarnaast is het ook nog eens een milieuvriendelijk product vanwege het elektrische motortje. Door al deze positieve kenmerken is een Efoil qua marketing goed te positioneren, maar er zijn niet alleen maar voordelen. Er zitten namelijk heel veel (meer dan gedacht) arbeidsuren in het maken van een Efoil. Zowel de uren als de prijs van de producten voor het bouwen van een Efoil zijn te optimistisch gecalculeerd. Ik heb ook niet alle gereedschappen die je nodig hebt in huis. Zowel deze kosten als de reparatiekosten komen ook nog is bovenop de bouwpreis.

Mijn conclusie is dat het een magisch en onbeschrijflijk gevoel is om te foilen, maar het een te groot risico is om een Efoil rendabel in de markt te zetten. Ondanks het prijsvoordeel is het een arbeidsintensief proces met veel interne uren. Ook heb je veel meer extra kosten waar je van tevoren geen rekening mee kan houden. Hierdoor loont het niet om hier een business van te maken en ga ik dit dus ook niet doen.

Procesverslag

Vanuit mijn enthousiasme voor de watersport ben ik opzoek gegaan naar de nieuwste gadget waarmee je hard over of door het water kan scheuren. Ik vind het namelijk erg leuk om met een harde snelheid over het water te racen. Na lang zoeken kwam ik steeds uit op drie verschillende producten. Dit waren een seabob, een jetsurf en een Efoil. Alle drie leken mij helemaal het einde, alleen de prijs zat niet mee. Na nog langer zoeken en kijken naar tweedehands Efoils, seabobs en jetsurfs kwam ik uiteindelijk uit op het concept van Rein en Kwint. Zij vertelde in hun marktplaats advertentie over hun enthousiasme voor de watersport en nieuwe gadgets daarvoor. Ook zij vonden de prijs erg duur en kwamen met een idee. Ze hebben hun eigen Efoil gemaakt en dit uitgewerkt in een drive met alle spullen die je nodig hebt en een handleiding. Ik ben veel gaan informeren en ook langs geweest bij Rein en Kwint. Daarna heb ik samen met mijn ouders besloten om dit avontuur aan te gaan voor mijn EWS. Dit was natuurlijk een behoorlijke investering en ik heb dit weten rond te krijgen door een lening bij mijn ouders 'af te sluiten' die ik door het jaar heen heb afbetaald.

Een aantal van de benodigde producten maken Rein en Kwint zelf met hun 3D printer. Alle andere spullen moet je zelf kopen en dit staat aangegeven in de 'part list'. Toen ik eenmaal alles binnen had en goed ging bekijken hoe ik alles moest gaan doen schoot ik toch wel een beetje in de stress. Er komt namelijk veel vakwerk bij kijken en ik ben niet heel handig en technisch. Hierdoor heb ik een aantal keer best wat reparatiekosten gehad...

Ik ben begonnen met het bouwen van mijn Efoil bij mijn stage die ik volgde bij jachtwerf Heeg in Friesland. Ik heb daar in mijn 2^{de} week meegelopen bij het polyester afdeling. Hier worden alle boten gemaakt die ze verkopen. Tijdens deze week kon ik meerdere uren besteden aan mijn Efoil. Dit was erg fijn. Thuis ben ik verder gaan werken in onze schuur. Dit is een top plek.

Wat ik erg fijn vind is dat er een appgroep is met verschillende Efoil bouwers. Rein en Kwint hebben dit opgezet en iedereen deelt hier zijn ervaringen, geeft tips en helpt elkaar. Hierdoor heb ik veel fouten voorkomen of kon ik bepaalde dingen anders aanpakken. Ook kwam ik erachter dat 1 van de andere bouwers ook in Zeist woont. Hij heet Jorgen en heeft mij geholpen bij de eerste glasvezel lamineer laag. Hierdoor wist ik precies wat ik moest doen want dit was mij niet duidelijk. Ook dit is erg fijn aan de groepsapp.

Ik vind tot nu toe het lamineren van de glasvezellagen het leukst. Ik heb deze stap net achter de rug, maar omdat tijdens deze stap je board transformeert van XPS foam naar een hard

stevig board begint het ergens op te lijken. Over het algemeen vind ik het erg leuk om aan mijn Efoil te werken, maar soms kijk ik er wel even tegenop door de lastige stappen die ik nog moet doen. Het elektra werk lijkt mij erg lastig. Dat is omdat ik nog nooit heb gewerkt met draadjes verbinden en alles op elkaar aansluiten, maar voor alles een eerste keer. Ik ben aan de slag gegaan met de elektra en heb veel vragen gesteld aan andere bouwers en Efoil Holland. Ook heb ik af en toe hulp gevraagd aan Robbie, een elektraman als ik het echt even niet meer wist. Hierdoor wist ik uiteindelijk alle draadjes, schroefjes motortjes en andere dingen te verbinden en mijn Efoil helemaal af te bouwen. Het bouwen heeft veel meer tijd gekost dan ik van tevoren had gedacht. Rein en Kwint vertelde mij dat zij een schatting maakte van zo'n 100 uur voor het gehele bouwproces. Ik ben hier dik overheen gegaan, maar dat is hem zeker waard. Tijdens het testen deed de Efoil het gelukkig in 1x. Het foilen is zo'n magisch gevoel. Je vliegt als een tapijt over het water met een topsnelheid van 38 km/u. ik moest erg wennen en oefenen want je hebt geen weerstand van het water omdat je er zo gemakkelijk doorheen 'snijdt'. Ik ben erg blij en gelukkig dat ik heb gekozen om een Efoil te maken voor mijn EWS want wat ga ik nog een plezier beleven met dit ding!

Bronnenlijst

[IkGaStarten.nl](https://www.ikgastarten.nl/). (2020, 10 juni). *Productintroductie: zo lanceer je een nieuw product*.

IkGaStarten. Geraadpleegd op 12 juni 2022,

van <https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/marketingplan/productintroductie-zo-lanceer-je-een-nieuw-product>

marketingscriptie. (2021, 11 januari). *Marketingmix van de 4 P's met voorbeeld*

/ [Marketingscriptie.nl](https://www.marketingscriptie.nl/). Geraadpleegd op 12 juni 2022,

van <https://www.marketingscriptie.nl/marketingmix-4ps/>

Vis, D., & Van Paesschen, H. (2022, 23 april). *Nieuw product verkopen | Producten op de markt brengen*. Ondernemen & Internet. Geraadpleegd op 12 juni 2022,

van <https://www.ondernemeninternet.nl/product-verkopen/>