

■ Opgave 4

Hairfashion Petra, een kapsalon voor dames en heren, wil haar marktaandeel (in procenten van de omzet) in haar verzorgingsgebied vergroten. Het ondernemingsplan omvat onder andere een verbouwingsplan en een marketingplan.

In het marketingplan staat een tweetal vragen die nog beantwoord moeten worden:

a gaat Hairfashion Petra uitsluitend klanten helpen op afspraak of gaat ze de klanten helpen zonder afspraak in volgorde van binnenkomst?

b gaat zij de tarieven als marketinginstrument gebruiken of niet? Zo vraagt de eigenaresse zich af of ze op woensdagmiddag 'kinderknippen' moet gaan invoeren of niet. Bij 'kinderknippen' wil zij op woensdagmiddag kinderen tot 13 jaar knippen tegen een speciaal tarief van € 12,50. Het normale tarief bedraagt € 15,-.

Hairfashion Petra verwacht dat jaarlijks 400 nieuwe klanten van het speciale tarief 'kinderknippen' gebruik gaan maken. In totaal zal door oude en nieuwe klanten 1.000 keer per jaar gebruik worden gemaakt van het speciale tarief 'kinderknippen'.

- 2p **17** Tot welk marketinginstrument moet men de eventuele keuze 'op afspraak knippen' rekenen? Motiveer het antwoord.
- 1p **18** Noem een economisch voordeel voor Hairfashion Petra om uitsluitend volgens 'afspraak te knippen'.
- 2p **19** Bereken of het speciale tarief 'kinderknippen' een positieve invloed heeft op de jaarlijkse omzet van Hairfashion Petra.