

Dr. UpPepper



Gemaakt door;

Klas: 3C

Vak: Economie

Docent: Dhr. Azoubairi

Inhoudsopgave

1.Voorwoord.	(3)
2.Doelgroep.	(4)
3.Marketingsstrategie.	(5)
4.Communicatiemiddelen.	(6)
5.Begroting.	(7)
6.Nawoord.	(8)

Voorwoord

Dit werkstuk gaat over mijn eigen gemaakte drank van 'The Coca Cola Company'. Mijn product heet Dr. up Pepper. Dr. Up pepper bevat weinig suiker, geeft je een boost om wakker te blijven, maakt je avond gezelliger met een exotische smaak. De ingrediënten van mijn drankje zijn; 7% Smirnoff wodka, Coca-cola Cherry en suiker. Dr. Up pepper geeft je een vrijer gevoel, waar je van 3 blikjes minstens 5 uur plezier van kunt hebben. In de tekst kom je onder andere te weten; Doelgroep, Marketingstrategie, uitwerkingen, Communicatiemiddelen en de begroting.

Do you wanna feel beter? Drink dr. UpPepper!

Doelgroep

1. Waaruit bestaat jullie doelgroep?

Ik heb gekozen voor jongeren en studenten tussen de 18 tot 25 jaar. Studenten, hebben waarschijnlijk niet zoveel inkomsten om dure drank te kopen, waardoor Dr. UpPepper ze wel laat genieten van een drankje die niet duur is. Ik heb daarvoor gekozen omdat er in Dr. UpPepper 10% Alcohol in zit. Kinderen onder de 18 jaar mogen geen alcohol gebruiken. In Dr. Uppepper zit Alcohol met gemixte frisdrank smaakjes..

2. Wat is de levensstijl?

Dr. UpPepper is voor jongeren of studenten, die na hun schooltijd en bijbaantje hebben die van feesten en partijen houden. Dr. UpPepper is niet bedoeld voor kinderen of scholieren.

3. Waar zitten de klanten?

De klanten kunnen bij elke slijterij een blikje kopen of bij de dichtstbijzijnde Alcoholwinkel.

4. Wat kun je de klanten bieden?

Een energydrankje met 10% Alcohol met één tree blikjes krijg je 5% korting. Bij een aankoop van 5 treeën krijg je twee gratis Dr. UpPepper shirtjes

Marketingstrategie

1. Productbeleid.

Mijn product bestaat uit een 250ML blikje. Met de naam ' Dr. UpPepper' in gouden letters geschreven. Er zitten confetti stippen over het hele blikje heen, zodat me blikje er feestelijk uit ziet.. In mijn product zit er alcohol gemixt met frisdrank. Mijn product smaakt naar frisdrank met een alcoholisch smaakje. Dr. UpPepper heeft veel verschillende smaakjes o.a; Grape, Passion fruit, Ginger, Cranberry, Mango, classic & Pineapple.

2. Prijsbeleid.

Mijn product bestaat uit een 250ML blikje. Één blikje kost 2,95. Ik heb voor een gemiddelde prijs gekozen, omdat er veel concurrenten zijn die voor één blikje al 3 tot 5 euro vragen. In de Albertheijn kost een blikje frisdrank €1,85 en een blikje Alcohol kost ongeveer €2,50. Bij de Dirk van den Broek kost een blikje met alcohol €1,85 en een blikje frisdrank ook. dus heb ik voor een gemiddelde prijs gekozen. Bij een aankoop van vijf treeën krijg je twee Dr. UpPepper shirtjes erbij.

3. Plaatsbeleid

Mijn product is te koop in alle slijterijen en drankwinkels. In de meeste centrale slijterijen, drankwinkels en groothandels in Nederland kan je Dr. UpPepper kopen, o.a Gall & Gall, Dirck III en Mitra's Slagerijen.

4. Promotiebeleid

Mijn product heeft een reclamespotje met eigen slogan. Ook worden we gesponsord door . Mijn reclamespotje is te bekijken op Veronica, RTL 5, Fox. Mijn reclamespotje is te bekijken rond de avond vanaf 21:00, omdat alcohol reclames niet voor die tijd uitgezonden mogen worden en de reclame voor mensen boven de 18 zijn en niet voor kinderen waardoor het alleen in de avond uitgezonden wordt. De reclame word uitgezonden voor dat reality series beginnen en voor voetbal, poker, kickboks wedstrijden en politseries beginnen of eindigen.

5. Personeelsbeleid

Ik wil dat mijn personeel verschillende klanten ontvang, zodat het personeel het product meer kunnen promoten en verkopen.

6. Presentatie

Mijn product is verkrijgbaar in verschillende etalages van drankwinkels of slijterijen in de middelste rij op ooghoogte zodat het zichtbaar voor de ouderen mensen zijn en dat het eerder opvalt voor volwassenen inplaats van onderaan waar de kinderen bij kunnen. In slijterijen is ook bij de ingang een bord waar het nieuwe drankje word gepromoot.

Communicatiemiddelen

Mijn reclamespotje bestaat uit een persoon die naar een feest gaat die er niet zo een zin in heeft todat hij dr. UpPepper drinkt waardoor hij de gezelligste van de avond is. Dr. UpPepper is een drankje waar je een UpPepper van krijgt. Ook word de slogan 'Do you wanna feel better? Drink Dr. UpPepper' verwerkt in het reclamespotje. Daarna word het blikje laten zien. Onder de reclame is te zien waar het drankje verkrijgbaar is. Mijn product word alleen in de avond uren weergegeven, omdat er een sterk percentage alcohol in zit en niet voor minderjarige is bedoeld. Mijn product is een merkreclame. Ik probeer tijdens de reclame de consument duidelijk maken dat ze het product moeten proberen, zodat mijn product flink verkocht gaat worden. Je leert niks van de reclame, nog het blikje. Het reclame spotje is te zien op televisie, op bijna elke zender vanaf 20:00. Het reclamespotje word niet uitgezonden op Nederland 1,2 & 3 omdat het van de overheid is en de overheid promoot geen reclames.

Begroting

Inkomsten

Sponsors	€200		
Product	€1032.5		
Totaal:	€1232.5		

Uitgaven

Promotie	€800		
Inkopen	€350		
Personeelslasten	€1456		
Afschrijvingen	€500		
Uitbreidingen	€300		
Totaal:	€3406		

Om een goeie start voor mijn product is duurder dan de inkomsten van de eerste maand. Ik heb een schema gemaakt om te zien wat ik allemaal moet betalen en wat ik de eerste maand sou verdienen. Ik koop een klein winkeltje van 500 euro, ik heb niet veel personeel in dienst dus ik hoef ook niet veel personeel uit te betalen. Ik wil een lening bij de bank doen, om een winkel te openen en het product uit te breiden

Nawoord

Ik vond het heel leuk om dit werkstuk te maken. Ik heb veel geleerd, o.a wat een begroting is en hoe je die moet maken, wat je nodig hebt om een product op de markt te zetten en hoe ik de prijzen van concurrenten met elkaar moet vergelijken. Ik heb dit werkstuk alleen gemaakt, waardoor ik geen samenwerking heb geoefend. Tijdens de lessen had ik al vrij snel mijn werkstuk af, omdat ik in de lessen serieus bezig ben geweest met het Coca-Cola project.