

Congres **Podia & Festivals**

WOENSDAG 19 SEPTEMBER 2018

TIVOLIVREDENBURG UTRECHT

vereniging
nederlandse
pop | podia
en festivals

TIVOLI
VREDEN
BURG

Wat verdien ik nu écht op een drankje?

Rendementsproject in/uit de praktijk.

vereniging
nederlandse
pop | podia
en festivals

7.7 Strategisch
Bedrijfsadvies

Vandaag ...

1. Waarom een rendementsstudie?
2. Strategisch.
3. Model: Feitelijke Bruto Marge.
4. Model: Toe te wijzen kosten.
5. Model: Output & rapportage.
6. 7 Suggesties afsluitend...
7. Vragen?

Waarom zou je dit willen weten?

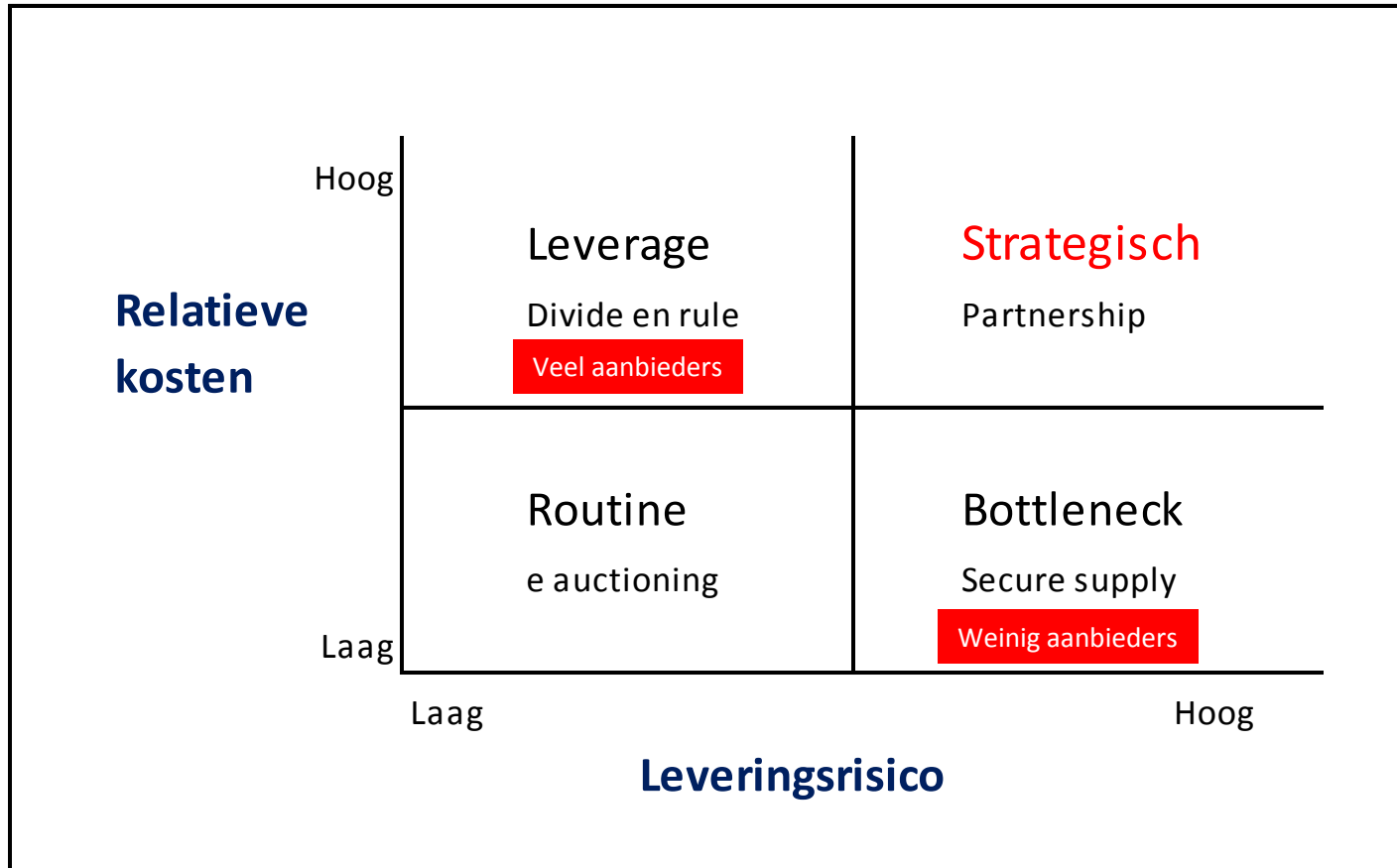
Redenen om rendements-studie te doen ...

- Aanstaande contractsvernieuwing dranken
 - Bier/ drankenhandel
 - Qua kennis op hoger niveau dan de 'overkant'.
 - Nieuwe producten: opname of niet.
- Interne kennis
 - Hoeveel verdien ik netto op een drankje
 - Assortiment & SKU's
 - 80/20
- Interne logistiek
 - Onder een vergrootglas
 - Verbetermogelijkheden komen bovendrijven
- (Onvoorspelbare) Bijvangst

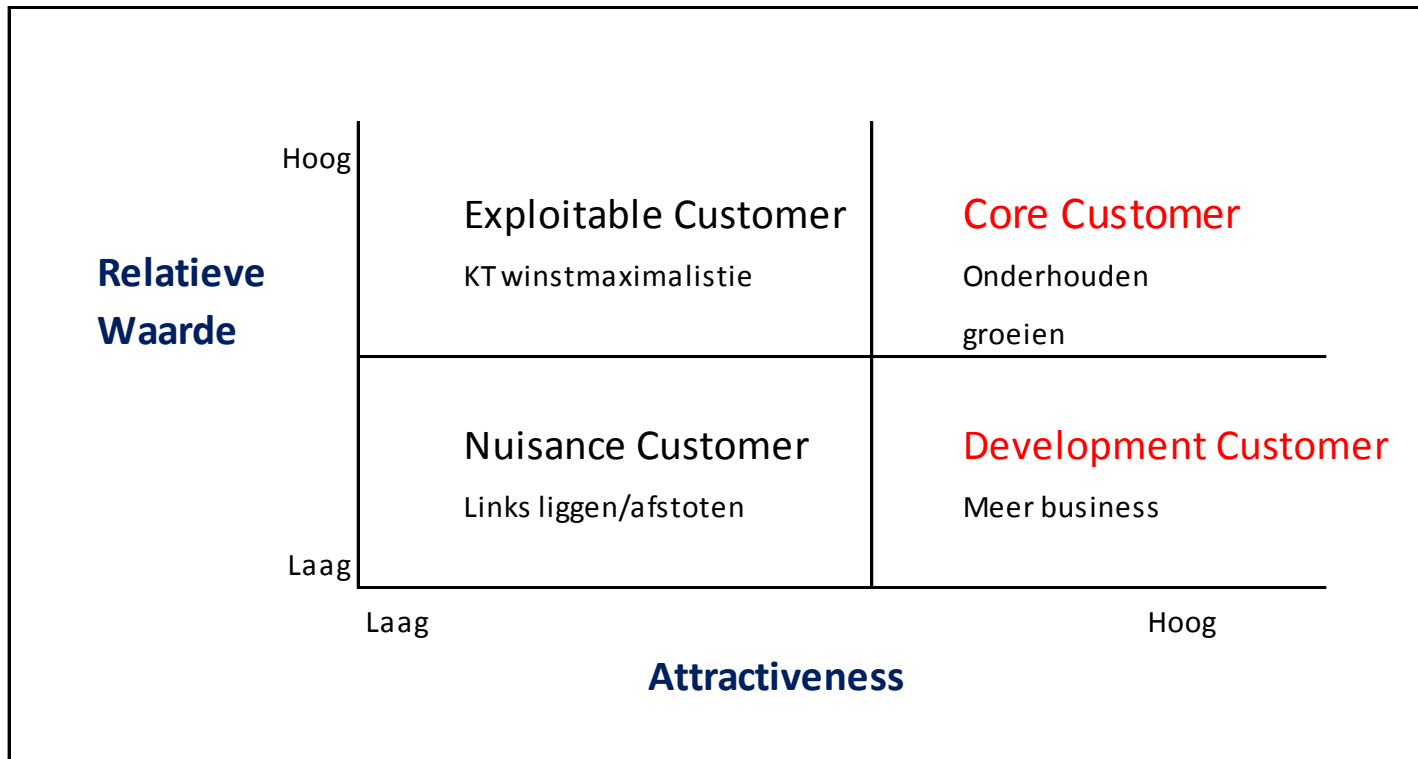
Strategisch

Even stapje terug....

1. Inkopen: Leverancierssegmentatie



1. Verkoper: Klantensegmentatie



Suggestie: Hoe groter de drankenhandel/brouwerij, hoe kleiner je zelf lijkt te worden

Rendementsmodel

Feitelijke Bruto Marge

Feitelijk: goed in beeld

Bier

Fris

Wijn

Sappen

Buitenlands
gedistilleerd

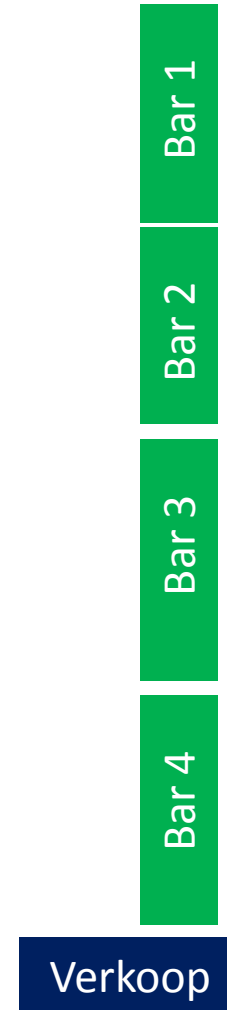
Likeuren &
bitters

Energy Drinks

Drankenhandel

Bruto inkoop & korting

Feitelijk: goed in beeld



Feitelijk: goed in beeld



Bruto inkoop & korting

Bar 1

Bar 2

Bar 3

Bar 4



Verkoop

Bonus & marketing

=> Feitelijke bruto marge

Feitelijke Bruto Marge: Hoe berekend?

Consumenten Verkoopprijs
(prijslijst)

-/-

{ (Bruto inkoopprijs – Drankenhandel kortingen) - Fabrikantendeals }

(Drankenhandel 2018 prijslijst, kortingen en deals volgens contracten)

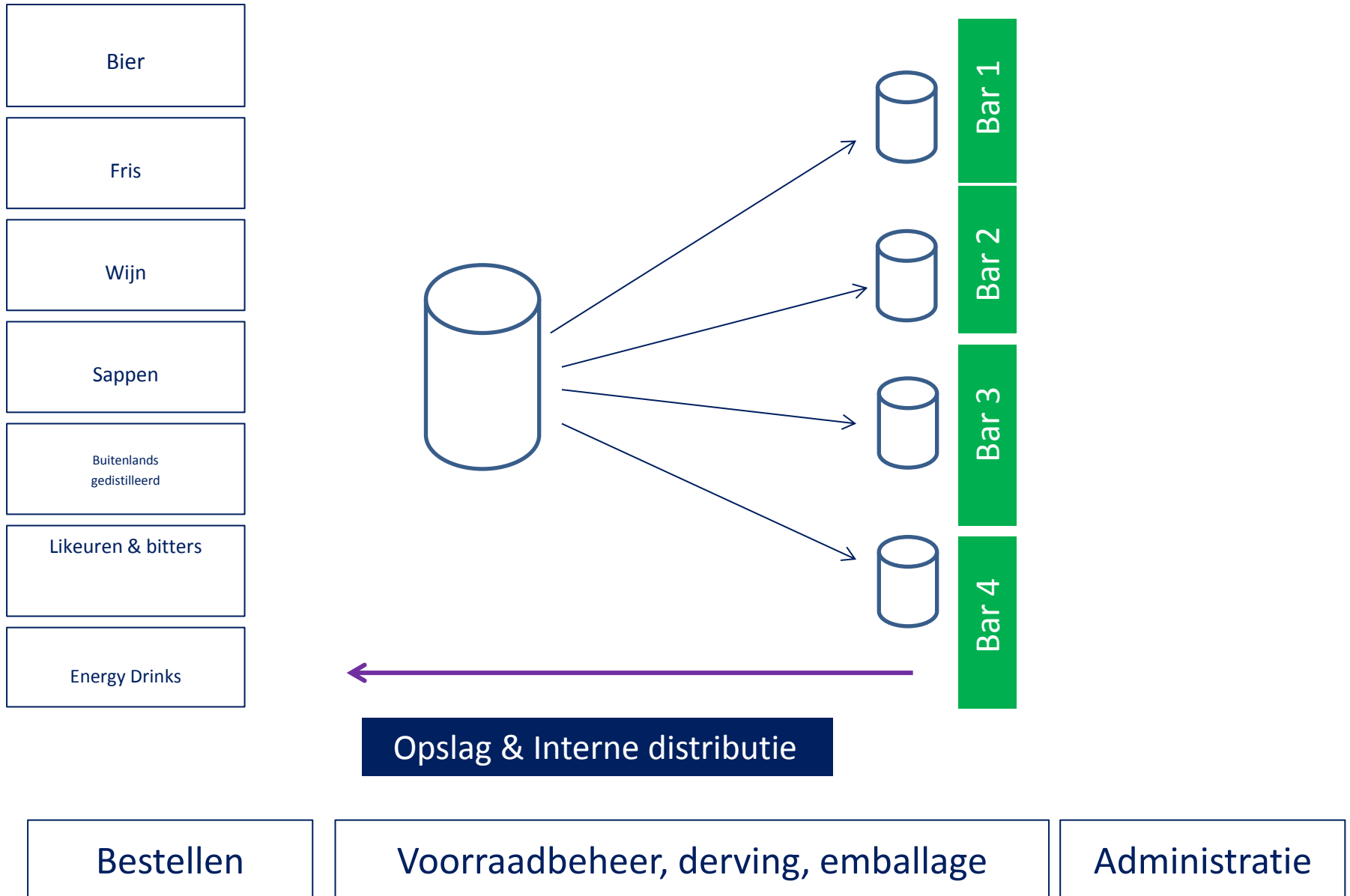
Backstage: Een A-typische eend in de bijt.

- Wat voor Backstage wordt besteld wordt beschouwd als niet verkocht.
- Deze volumes worden bij de contributie berekeningen niet meegenomen.
- Maar de volumes beïnvloeden de staffelkortingen van de diverse fabrikantendeals wel.

Rendementsmodel

Toe te wijzen Interne kosten
Logistieke en Administratie

In kaart brengen, gevoel bij krijgen



Logistieke Matrix

Groep	Voorbeeld	Binnenkomst		Opslag		Bar		Verkoop		Retour							
		Bestel, Administratie	Voorraadbeheer	Ontvangst	Verdelen	Gekoeld	Ongekoeld	Extra handeling	Gekoeld	Ongekoeld	Met glas	Uitschenken	Glasbak	Ophalen	Sorteren	Opslag	Klaarzetten
Tankbier		x	x	0,5 x		x				x	x						
Fustbier		x	x	x	x		x			x	x					x	x
Speciaal bier fles	Met glas	x	x	x	x	x	x			x			x	x	x	x	
	Zonder glas	x	x	x	x	x	x			x			x	x	x	x	
	Zonder glas met frutsel	x	x	x	x	x	x			x	+		x	x	x	x	
Glas retour	20cl flesjes retour	x	x	x	x	x	x			x			x	x	x	x	
Postmix Frisdrank		x	x	x	x		x			x							
Pet retour	Frisdrank 1 L retour	x	x	x	x	x	x			x	x			x	x	x	
Pet oneway	50 cl oneway	x	x	x	x	x	x			x							
Blik	Red Bull, Guinness	x	x	x	x	x				x							
Glas eenmalig	Witte wijn	x	x	x	x	x	x			x	x	x					
	Rode wijn	x	x	x	x		x			x	x	x					
	Vruchtensappen 1L	x	x	x	x	x	x			x	x	x					
	Sterke Drank	x	x	x	x		x	x		x		x					

- Administratie. Bestellen, voorraadbeheer
- Personeelskosten. Inschatting
- M2 gebouwkosten

Inzichten/observaties.



3 Bestel-Sku's, (postmix, 1 liter en 20cl fles) wordt bij elke bar 1 glas Cola.

Deze 3 SKU's hebben elk hun eigen logistieke Handling.
En dus verschillende kosten.

Meer bestel-Sku's dan consumenten-Sku's

Voor tankbier moet een aparte koelcel worden aangelegd.

20 cl flesjes gaan (gesorteerd) retour.

Etc



Inzichten/observaties

- Hoe meer handling aan een sku, hoe meer kosten.
 - Logistieke Matrix
- Aan elke SKU zit een volledig administratief en logistiek traject vast.
- 3,7 of 3,8 glazen per liter?
 - Conversie is belangrijk
 - Ook bij sterke drank en wijn
- Volume draaien vs assortimentsuitbreiding

- De getallen en uitkomsten verschillen bij elk poppodium/festival

Kosten.

- Arbeid
 - Toe te wijzen arbeidskosten aan horeca- activiteiten
 - Logistieke matrix

- Ruimte: M2 en M3
 - Toe te wijzen kosten aan de hoeveelheid ruimte
 - Voorraadlocaties
 - Koelcellen
 - Barren
 - .

- Apparatuur in eigen beheer

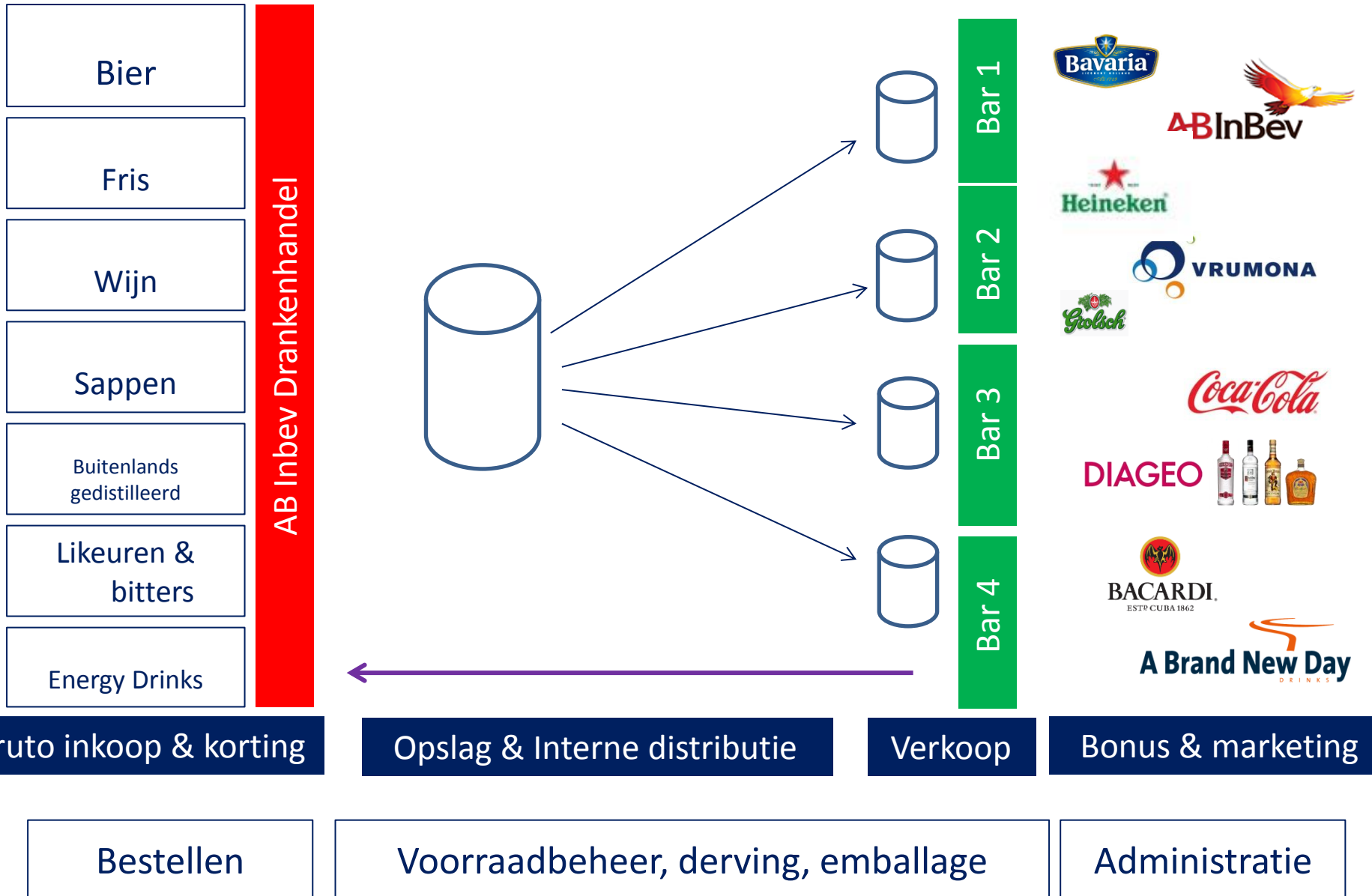
Toe te wijzen kosten (2). Methodiek

- Bereken totaal van horecakosten.
- Neem logistieke matrix, “weegfactor” per Sku.
- Verdeel kosten inc weging over SKU's

Rendementsmodel

Rapportage, output

Met dit veld van gegevens ga je aan de slag...



Om te vergelijken: Per Liter, Per consumptie, Contributie

- Per liter:
 - Hiermee maken we alle drankensoorten met elkaar vergelijkbaar
- Per consumptie.
 - Per glas, fles
- Netto contributie per inkoop-SKU.

Output rendementsonderzoek

- Rankings van soort:
 - Water, Bier, Energy, Wijn, Fris etc (10 soorten)
- Contributie per SKU
- Ranking alle SKU's
- Top 10 / Bottom 10
 - Liter, consumptie, Contributie
 - Deze zijn het leukst
- Suggesties en aanbevelingen

7 Suggesties

7 suggesties

1. Heb er plezier in om te rekenen!
2. Gebruik de meest recent beschikbare cijfers.
3. Vertel je handelspartners er over. Het is geen geheim, betrek ze er bij.
4. Nieuw product? Wat verwacht ik van een nieuw product?
5. Hou het praktisch, hou het werkbaar
6. Het zijn cijfers, geen emoties
7. Handel er naar, neem op feiten gebaseerde assortimentsbeslissingen.

7.7 Strategisch Bedrijfsadvies

Vragen??

Congres **Podia & Festivals**

WOENSDAG 19 SEPTEMBER 2018

TIVOLIVREDENBURG UTRECHT

Stichting
Verenigd
Museum
Utrecht

TIVOLI
VREDEN-
BURG

7.7 Strategisch Bedrijfsadvies

Congres **Podia & Festivals**

WOENSDAG 19 SEPTEMBER 2018

TIVOLIVREDENBURG UTRECHT

vereniging
nederlandse
podia
en festivals

**TIVOLI
VREDEN
BURG**

Presentatie tbv VNPF

Mr A.A.Prins MBA

De auteur neemt geen verantwoordelijkheid voor de actualiteit, correctheid, volledigheid of kwaliteit van de verstrekte informatie. Vorderingen tegen de auteur, die betrekking hebben op schade van materiële of immateriële aard, veroorzaakt door het gebruiken of niet gebruiken van de aangeboden informatie, dan wel door het gebruik van onjuiste en onvolledige informatie, zijn in principe uitgesloten, op voorwaarde dat de auteur geen aantoonbaar opzettelijke schuld of grove nalatigheid kan worden verweten.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder voorafgaande toestemming van de VNPF of 7.7.Strategisch Bedrijfsadvies.