

**J.W. Bijzet
T.C.B. Steigenga
S. Veninga
S.C. Vos**



**Eindrapport
Minor IED januari 2011**



Voorwoord

Dit adviesrapport is geschreven voor Elvira de Rooij, initiatiefneemster van Goodget, toekomstige werknemers en vrijwilligers van Goodget en organisaties die samen willen werken met Goodget. Dit rapport is tot stand gekomen in het kader van de minor International Entrepreneurship and Development aangeboden door de Technische Universiteit Delft. Via deze weg willen wij onze dank betuigen aan Esther Blom en Boukje Vastbinder voor hun scherpe feedback en adviezen. Werner van Ekkendonk, Johan Spaans en Joost van Dam willen wij bedanken voor het delen van hun expertise met ons.

Dit rapport is opgedeeld in twee delen. Het eerste deel beschrijft het ontstaan van Goodget, de opzet tot 2010 en een beschrijving van de sterke en zwakke punten van deze opzet. In het tweede deel beschrijven wij ons advies aan Elvira de Rooij om Goodget tot een succesvolle onderneming te maken. Dit advies is in de vorm van tips voor veranderingen en uitwerking.

Delft, 21 januari 2011

Jan-Willem Bijzet, 5e jaars student Industrieel Ontwerpen
Thomas Steigenga, 4e jaars student Bouwkunde
Selmer Veninga, 4e jaars student Industrieel Ontwerpen
Suzanne Vos, 3e jaars studente Technische Bestuurskunde



Verklarende woordenlijst

Bottom of the Pyramid - Staat voor de grote groep mensen die zich onderaan de ontwikkelingsladder bevinden en leven op slechts een paar dollar per dag. De eindgebruikers van goodgets bevinden zich in deze bottom of the pyramid.

Distributiecentrum - Er zijn twee distributiescenario's voor de verspreiding van goodgets. Een daarvan is het distributiecentrum. In dit geval wordt er gebruik gemaakt van een distributiecentrum als opslagplaats van goodgets in Ghana. Deze opslagplaats kan in handen zijn van Goodget of van een lokale NGO. Goodget is ervoor verantwoordelijk dat de voorraad op peil blijft.

Dropshipping - Het tweede distributiescenario is dropshipping. In dit geval wordt door Goodget doorgegeven welke producten waarnaar toe verscheept moeten worden. De producent is in dit geval verantwoordelijk voor het leveren van de producten aan de reseller.

Eindgebruiker - De eindgebruiker is de persoon of groep personen die de producten van Goodget uiteindelijk zullen gebruiken. Zij kopen de goodgets van een lokale reseller. De eindgebruiker is arm maar heeft niet meer iedere cent nodig om te overleven.

Haalbaarheidsonderzoek - Om het uitgewerkte concept van de onderneming Goodget van concept naar succesvolle onderneming te laten groeien is een tussenstap nodig: het haalbaarheidsonderzoek. Dit haalbaarheidsonderzoek zal bestaan uit een marktonderzoek en een pilot in Ghana.

Goodget - Onderneming die duurzame, innovatieve en zuinige producten verkoopt. Het is non-profit, alle gemaakte winst wordt weer teruggestoken in de ontwikkeling van het bedrijf Goodget.

Goodget.org - De producten van Goodget worden aangeboden via Goodget.org. Hier kan op korte termijn een overzicht van de goodgets verwacht worden en op iets langere termijn zullen via de website bestellingen geplaatst kunnen worden.

Goodgets - Een goodget is een duurzaam, innovatief en zuinig product. De naam komt van gadget, maar dan niet gericht op welvarende mensen maar op hen die aan de bottom of the pyramid leven.

Krutu - Vergadering waarbij mensen met verschillende achtergronden en expertisen bijeenkomen om te vergaderen over een onderwerp, in dit geval onderneming Goodget.

Marktonderzoek - Het marktonderzoek maakt deel uit van het haalbaarheidsonderzoek. Bij dit marktonderzoek worden in Ghana antwoorden gevonden op vragen waar in Nederland nog geen eenduidig antwoord op kan worden gegeven. De lijst met vragen die beantwoord zullen moeten worden dankzij het marktonderzoek staat in hoofdstuk 5.

NGO - Non-gouvernementele organisatie die onafhankelijk is van de overheid en zich richt op ontwikkelingssamenwerking op locatie.

Pilot - De pilot is onderdeel van het haalbaarheidsonderzoek. Met de pilot wordt onder andere getest of de gekozen distributie scenario's in praktijk werken en of de geselecteerde goodgets aanslaan. De volledige lijst met dingen die getest worden tijdens de pilot is te vinden in hoofdstuk 5.

Reseller - Schakel tussen de onderneming Goodget en de eindgebruiker. De reseller koopt via Goodget producten in en verkoopt deze aan de eindgebruiker. Dit kan gebeuren met behulp van een gevestigde marktstal of winkeltje, tupperware parties of door langs de deuren te gaan van potentiële eindgebruikers.

Tupperware party - Bij een klassieke tupperware party worden de producten tentoongesteld en uitgelegd door een gastvrouw. Goodget wil tupperware parties inzetten in Ghana waarbij de reseller de goodgets tentoonstelt en vertelt welke producten hij aanbiedt en wat deze producten voor meerwaarde kunnen genereren voor de eindgebruiker.



Inhoud

Voorwoord.....	2	3.3 Conclusie	19
Verklarende woordenlijst.....	3	Hoofdstuk 4: Naar een concreter Goodget concept	20
Inhoud	4	4.1 Aangescherpt Goodget concept.....	20
Deel 1: Analyse Goodget medio 2010	5	4.2 De goodgets lijst.....	22
Hoofdstuk 1: Wat is Goodget?.....	6	4.3 Business model	23
1.1 Het ontstaan van Goodget	6	4.4 Financiële situatie resellers en Goodget	31
1.2 Het idee van Elvira	6	4.5 Conclusie	31
1.3 Elvira's Goodget toegelicht	7	Hoofdstuk 5: Stappenplan	32
1.4 Haalbaarheidsonderzoek	8	5.1 Voorbereiding in Nederland.....	32
1.5 Wat wij bijdragen Goodget.....	8	5.2 Marktonderzoek in Ghana	33
1.6 Indeling van dit adviesrapport.....	8	5.3 Pilot in Ghana.....	34
Hoofdstuk 2: Analyse Goodget medio 2010	9	5.4 Terug in Nederland	35
2.1 SWOT analyse	9	5.5 Nabije toekomst 2-5 jaar	36
2.1.1 Kansen: opportuniteiten & strengths.....	9	5.6 Verre toekomst 10-20 jaar	36
2.1.2 Risico's: opportuniteiten & weaknesses.....	10	5.7 Conclusie	36
2.1.3 Bedreigingen: Threats met zowel Strengths als Weaknesses	10	Hoofdstuk 6: Conclusie en aanbevelingen	37
2.2 Analyse business plan en financiële plan	11		
2.3 Stakeholder analyse	12		
2.4 Conclusie.....	13		
Deel 2: Ons Advies voor Goodget.....	14		
Hoofdstuk 3: Het ontstaan van ons advies.....	15		
3.1 Input secundaire partijen.....	15		
3.2 Vergelijkbare ontwikkelingen wereldwijd.....	18		



Deel 1: Analyse Goodget medio 2010

In hoofdstuk 1 introduceren wij Goodget zoals het gepresenteerd werd aan ons bij de start van onze minor. In hoofdstuk 2 zetten wij de pluspunten en de knelpunten van dit Goodget uiteen. Deze uiteenzetting gebeurt aan de hand van een SWOT analyse, business plan, financieel plan, een stakeholder analyse en een business model analyse. Dit resulteert in een overzicht van de sterke en zwakte punten van het huidige plan.



Hoofdstuk 1: Wat is Goodget?

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe Elvira de Rooij als initiatiefneemster Goodget (spreek uit als: gadget, maar dan Goodget) ziet in het heden en in de toekomst. Paragraaf 1.1 beschrijft het ontstaan van Goodget, in paragraaf 1.2 is de visie van Elvira op de ontwikkeling van Goodget uiteengezet en in paragraaf 1.3 staat wat wij bijdragen aan Goodget met dit rapport.

1.1 Het ontstaan van Goodget

In 2009 is Elvira de Rooij begonnen met het initiatief Goodget. Elvira heeft een master gedaan in Media en Journalistiek, freelance gewerkt als filmproducent en journalist en werkte als consultant bij het Ministerie van Buitenlandse Zaken. Op dit moment is Elvira werkzaam bij HOPE als hoofd communicatie en marketing. Daarnaast werkt ze aan Goodget. Voor de uitgebreide achtergrond van Elvira zie bijlage A.

De aanleiding van het opzetten van Goodget was een reis naar Senegal voor een sociaal ondernemingsproject. Tijdens Elvira's verblijf viel de stroom steeds uit. De enige oplossing was het aanschaffen van een dure en vervuilende dieselgenerator. Duurzame, innovatieve en vaak betaalbare producten als een windmolen of zonnecellen die goed tot hun recht komen in een derde wereld cultuur zijn daar niet te verkrijgen. Mensen daar weten zelfs niet van het bestaan van deze producten, terwijl ze ze waarschijnlijk wel heel goed kunnen gebruiken. Er is sprake van een latente vraag en een enorme potentiële markt.

Geconfronteerd met deze feiten besloot Elvira Goodget op te zetten. Goodget is vastgelegd als merk in het merkenregister, zie hiervoor bijlage B. Via de website Goodget.org wil Elvira goodgets aanbieden: duurzame, zuinige en innovatieve producten. Het verschil tussen gadgets en goodgets is de doelgroep. Waar gadgets hebbedingen zijn voor mensen in de westerse wereld zijn goodgets gericht op de minder bedeelden in ontwikkelingslanden.

Een goodget is een innovatief, duurzaam en zuinig product gericht op het verbeteren van de levenskwaliteit van de eindgebruiker. De eindgebruikers van goodgets zijn de minder bedeelden in de wereld. Goodgets zijn in te delen in de categorieën landbouw, energie, gezondheid, beschutting en water. De goodgets die aangeboden worden zullen worden gekozen met behulp van criteria als levensduur, milieubelasting, gebruiksgemak, garantie, investeringskosten en distributiemogelijkheden.

Op dit moment is de leiding van Goodget in handen van Elvira. Sinds 2009 heeft zij samengewerkt met verschillende vrijwilligers, o.a. via Enviu, en zijn verschillende externe consultants geraadpleegd. Goodget is een non-profit organisatie. Alle winsten zullen weer worden teruggestoken in de verdere ontwikkeling van Goodget. Goodget heeft geen winstoogmerk en wil blijven bestaan om zo de minder bedeelden in de wereld te kunnen helpen.

1.2 Het idee van Elvira

Volgens Elvira is Goodget een gat in de markt. Veel verschillende groepen zullen profijt hebben van Goodget. Ten eerste is er de groep potentiële eindgebruikers. Goodget wil zorgen voor keuzevrijheid door goodgets aan te gaan bieden in ontwikkelingslanden. Er is nu geen algemeen punt waar deze producten kunnen worden besteld of gehaald. Uniek aan Goodget is dat het mensen in derde wereld culturen ook als potentiële eindgebruikers ziet en niet alleen welvarende Westerlingen. Hierdoor wordt een nieuwe markt aangeboord. Maar liefst 90% van de wereldbevolking leeft aan de zogenoemde "bottom of the pyramid" of "bottom billion". Dit houdt in dat zij leven van minder dan \$2 per dag. De levenskwaliteit en levensstandaard zou aanzienlijk verbeterd kunnen worden met behulp van goodgets, maar deze goodgets zijn nu niet beschikbaar voor deze mensen.

Ten tweede zullen de uitvinders, ontwerpers en producenten (ook uit ontwikkelingslanden zelf) van goodgets profijt hebben van Goodget. Veel van hun producten bereiken nu niet de volledige markt die bediend kan worden, waaronder dus die bottom of the pyramid. Goodget helpt bij het bereiken van deze doelgroep door te dienen als verkoopkanaal en te assisteren bij de distributie.

Elvira stuitte meteen op een probleem: hoe bereiken de goodgets de eindgebruiker? Het internet in ontwikkelingslanden is groeiende, helaas is het nog niet van dermate niveau dat zelfs de 'bottom of the pyramid' daartoe toegang heeft. Daarom heeft Elvira gekozen voor een verkoopmodel met een lokale tussenpersoon/ondernemer, de zogenaamde reseller. Op deze manier stimuleert Goodget tevens de lokale werkgelegenheid. De reseller koopt zijn producten op de webshop goodget.org eventueel met behulp van micro kredieten en verkoopt deze vervolgens, via zijn winkel, op de markt of van deur tot deur, aan de 'bottom of the pyramid'. Bij het lanceren van Goodget zullen dat nog enkele geselecteerde resellers zijn, uiteindelijk is het de bedoeling dat iedereen ter wereld goodgets kan bestellen via internet. Dan restte voor Elvira nog de vraag hoe de goodget terecht komt bij de reseller: een bekend fenomeen van bezorging voor webshops in het Westen is drop-shipping. De reseller



koopt in dit model zijn product op goodget.org, de producent van de goodget handelt de order vervolgens af en verstuurt deze naar de reseller.

1.3 Elvira's Goodget toegelicht

Volgens Elvira kan het idealistische hoofddoel van Goodget verwoord worden op de volgende manier: 'Het bewerkstelligen van een duurzame economische groei, toenemende welvaart en stabiele samenleving zonder dat dit ten koste gaat van het milieu'. Hieronder een uiteenzetting van subdoelen en middelen om dit hoofddoel te bereiken.

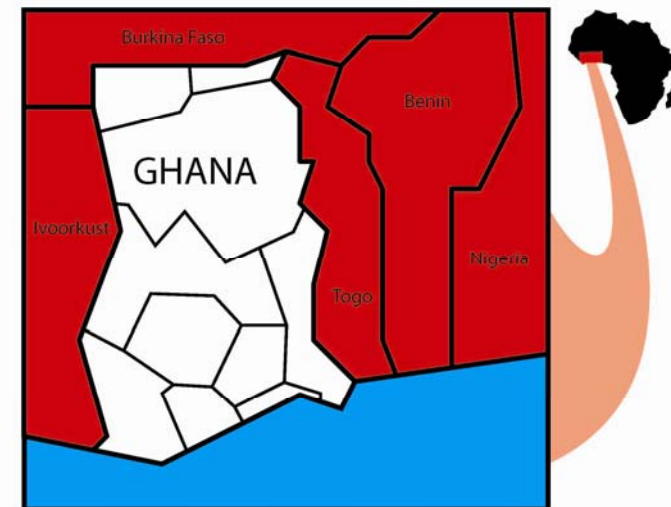
- Subdoel: Goodgets toegankelijk maken voor 'the bottom billion'.
 - Middel 1: Producten selecteren aan de hand van criteria voor Goodgets. Goodget is een keurmerk.
 - Middel 2: Resellers selecteren en begeleiden met behulp van lokale NGO's en evt. organisaties als YEFA en SIFE. Goodget-reseller is een status.
 - Middel 3: Website als platform waar producent en reseller bij elkaar gebracht worden. Producenten verkopen daar goodgets.
 - Middel 4: Marketing in ontwikkelingslanden t.b.v de verkoop en in het Westen t.b.v. het werven van producenten voor goodgets.

Ad middel 1) Een goodget is een innovatief, duurzaam en zuinig product gericht op het verbeteren van de levenskwaliteit van de eindgebruiker. Goodgets zijn in te delen in een aantal categorieën: landbouw, energie, gezondheid, beschutting en water. De goodgets die aangeboden worden zullen worden gekozen met behulp van criteria als levensduur, milieubelasting, gebruiksgemak, garantie, investeringskosten en distributiemogelijkheden.

Ad middel 2) Resellers hebben via internetcafé's in de stad beschikking over een computer met internet. Daarnaast hebben ze een netwerk van potentiële eindgebruikers waaraan ze de goodgets kunnen verkopen. De resellers bestellen en betalen producten via Goodget.org en verkopen deze vervolgens door. Om ervoor te zorgen dat zij het geld hebben om goodgets in te kopen wordt hen microkrediet aangeboden. Daarnaast volgen ze een ondernemingstraining waarbij ze leren om een levensvatbare en winstgevende onderneming op te zetten. Door op deze manier resellers werk te verschaffen wordt lokale economische activiteit gestimuleerd.

Ad middel 3) Het bestellen van producten via de website Goodget.org zal als volgt gaan. De reseller plaatst een bestelling via Goodget.org en betaalt aan Goodget. Goodget zorgt ervoor dat het geld terecht komt bij de producent van de bestelde goodgets. De producent draagt er dan zorg voor dat het product gedistribueerd wordt naar de reseller. Deze vorm van distributie heet dropshipping. Goodget is dus een doorgeefluik van bestellingen.

Ad middel 4) Elvira maakt onderscheid tussen marketing gericht op de eindgebruikers en marketing gericht op producenten van goodgets. Eindgebruikers zullen kennis maken met de producten van Goodget via zogenaamde tupperware parties die georganiseerd worden door resellers op locatie. Bij deze gelegenheden presenteert een reseller de goodgets en geeft deze uitleg over het gebruik en de functie aan potentiële eindgebruikers. Het Westen maakt met kennis met het initiatief Goodget met behulp van de reizende tentoonstelling Design for the other 90%. Deze tentoonstelling haalt Elvira naar Nederland om zo bewustwording te creëren voor het feit dat veel handige en in onze ogen logische producten niet te verkrijgen zijn voor iedereen op de wereld. Zie voor extra informatie rondom deze tentoonstelling bijlage C. Er zijn subsidies aangevraagd om deze tentoonstelling naar Nederland te halen.



Figuur 1: Ghana



1.4 Haalbaarheidsonderzoek

In de toekomst zal Goodget.org fungeren als een wereldwijd online platform waar men online goodgets kan bestellen. Om dit te kunnen bewerkstelligen zal eerst op kleine schaal een haalbaarheidsonderzoek worden uitgevoerd. Dit haalbaarheidsonderzoek behelst een marktonderzoek en een pilot in Ghana. Aan de hand van verkregen informatie hieruit zal het concept worden aangepast en aangevuld zodat het wereldwijd kan opereren.

In Ghana wordt Goodget actief gepromoot door mensen te benaderen. Ghana is gekozen als land voor het haalbaarheidsonderzoek op basis van de volgende overwegingen en criteria:

- Bestaande connecties tussen lokale organisaties en partners van Goodget.org
- Bestaande netwerken van studenten, vrouwengroepen, kamer van koophandel etc.
- Bestaand distributienetwerk voor goedkope goederen vooral uit China
- Beschikbaarheid internet in de steden
- Groei van mogelijkheden om online producten te kopen.
- Politiek stabiel klimaat en overwegend veilig
- Urgente problemen met betrekking tot energievoorziening, schoon water, vervuiling, onderdak, gezondheid, etc.
- Bestaande onderzoeken over de behoeften van de armen
- Bestaande programma's voor de introductie van duurzame producten
- Positieve aanwezigheid van microkrediet faciliteiten en NGO's
- Engels is een officiële taal

1.5 Wat wij bijdragen Goodget

In het kader van de minor International Entrepreneurship and Development hebben wij ons het afgelopen semester verdiept in Goodget. Ieder van ons heeft een andere achtergrond en heeft dus met een andere kijk Goodget bestudeerd. Ons uitgangspunt is het plan dat Elvira heeft met Goodget. Wij gaan dit plan analyseren en een advies formuleren om dat plan te verbeteren. Dit advies zal de vorm van een stappenplan hebben voor nu en een toekomstvisie voor de langere termijn. Verder zoeken wij naar goodgets en stellen wij criteria op waar goodgets die aangeboden worden via Goodget.org aan moeten voldoen. Zo dragen wij bij aan het succesvol maken van de onderneming Goodget zonder de visie te schaden.

1.6 Indeling van dit adviesrapport

Dit adviesrapport is opgedeeld in twee delen. In het eerste deel wordt het plan van Elvira wat in hoofdstuk 1 uiteen is gezet geanalyseerd. Deze analyse leidt tot een overzicht van de sterke en zwakke punten van Goodget. Op basis hiervan wordt in deel 2 een advies geformuleerd. Hierbij wordt gekeken hoe de sterke punten optimaal benut kunnen worden en de zwakke punten kunnen worden verbeterd. Deel 2 eindigt met een stappenplan dat direct uitgevoerd kan worden en een toekomstvisie.



Hoofdstuk 2: Analyse Goodget medio 2010

Het uitgangspunt van dit hoofdstuk is het plan van Elvira voor Goodget dat beschreven is in hoofdstuk 1. In 2.1 wordt met een SWOT analyse beschreven waar de kansen en knelpunten voor Goodget liggen. In paragraaf 2.2 worden het business plan en het financiële plan aan een kritische blik onderworpen. Een analyse van de stakeholders wordt besproken in 2.3. Er wordt afgesloten met een conclusie in paragraaf 2.4.

2.1 SWOT analyse

Voor deze SWOT analyse is gekeken naar de strengths, weaknesses, opportuniteiten en threats van en rondom de onderneming Goodget. Kansen kunnen gespot worden door te kijken naar de combinatie van opportuniteiten en strengths. Risico's kunnen bepaald worden door de opportuniteiten en weaknesses tegenover elkaar te zetten. Bedreigingen komen naar voren door te kijken naar de combinatie weaknesses en threats. De belangrijkste kansen, risico's en bedreigingen worden hier besproken. Voor het volledige overzicht, zie bijlage D.

2.1.1 Kansen: opportuniteiten & strengths

Aan de hand van de gedefinieerde opportuniteiten en strengths wordt gekeken waar deze elkaar goed aanvullen en waar dus kansen liggen voor Goodget. De belangrijkste kansen worden hier genoemd.

1. Ongerepte markt & handelskansen

Bottom of the pyramid wordt door ons gezien als een potentiële ongerepte markt. De bottom of the pyramid is te bereiken via een tussenpersoon: de reseller.

2. Stimuleert marktwerking & armoede bestrijding

Goodget pakt armoede aan vanuit een nieuwe insteek: aid through trade. Door het verstrekken van microkredieten via banken waar Goodget mee samenwerkt, wordt geïnvesteerd in de lokale markt. Op deze manier wordt de marktwerking niet ondermijnd maar juist gestimuleerd. Dit is een duurzame manier van armoede bestrijding.

3. Verwachte groei van internet en communicatie in de ontwikkelingslanden & biedt handelskansen

Producenten en lokale ondernemers krijgen door Goodget de kans om duurzame, innovatieve en zuinige producten aan te bieden aan een nieuwe markt. De producten worden aangeboden via een website. Steeds meer mensen wereldwijd krijgen toegang tot internet, dus de groep potentiële gebruikers van Goodget.org is zeer groot.

4. Verwachte groei van internet en communicatie in de ontwikkelingslanden & unieke service

Op dit moment is de mobiele markt booming in ontwikkelingslanden. Er wordt verwacht dat deze trend zich voort zal zetten en dat internet zich snel zal ontwikkelen. Aankopen doen via internet is dan de volgende stap, er



zijn gigantisch veel internetcafés. Goodget speelt in op deze ontwikkeling. Als het internet groeit, groeit de klantenbasis van Goodget mee.

2.1.2 Risico's: opportuniteiten & weaknesses

De risico's zijn de combinaties van opportuniteiten en weaknesses. Kansen kunnen gemist worden door zwaktes vanuit Goodget.

5. Ongerepte markt en kleine organisatie met grote ambities, gebrek aan kennis van de markt & weinig ervaring met ondernemen

Het gevaar is dat wij te veel hooi op onze vork nemen. Goodget wil een enorme markt aanboren die nog niet goed gedefinieerd is. Daarnaast hebben wij nog geen praktijk ervaring met ondernemen in een multiculturele context.

6. Stimuleert marktwerking & gebrek aan kennis van de markt

Het doel is om de marktwerking te stimuleren. Door gebrek aan kennis en ervaring kunnen wij op onverwachte problemen stuiten. Slaan de producten aan, hoe kunnen wij opschalen en hoe worden producten verhandeld op micro niveau? Op die vragen zullen wij antwoorden moeten zoeken.

2.1.3 Bedreigingen: Threats met zowel Strengths als Weaknesses

Iets is een grote bedreiging als het de primaire bedrijfsprocessen van Goodget kan schaden. Dit zijn dus bedreigingen van buitenaf die niet goed opgevangen kunnen worden door Goodget. Er wordt dus gekeken naar de combinatie weaknesses en threats.

7. Gebrek aan goodgets

Een gebrek aan goede goodgets kan ontstaan door te strenge criteria en weinig vertrouwen van producenten die willen samenwerken met Goodget als kleine samenwerking. Hiermee staat of valt ons hele plan.

8. Geen vertrouwen in online aankopen doen

Het internetgebruik is in ontwikkeling in veel ontwikkelingslanden. Wij zullen andere internet webshops die opereren in Ghana moeten analyseren (gebrek aan marktkennis). Uit het interview met Werner (zie 3.1.2) kunnen we opmaken dat betalen via internet niet ver genoeg ontwikkeld is om toegepast te worden als gangbaar betaalmiddel voor resellers aan Goodget.

9. Producten worden niet geleverd

Indien er problemen zijn met de levering, dan gaat dit ten koste van onze merknaam en het vertrouwen van de resellers in Goodget. Onze sterke

punten zijn juist dat we te boek staan als een betrouwbare interculturele organisatie. Het feit dat wij klein zijn kan hier zowel in ons voordeel als nadeel werken. Er is gemakkelijk controle uit te oefenen op alle processen die plaatsvinden in het bedrijf, maar daarnaast kunnen zaken gemakkelijk fout gaan vanwege gebrek aan mankracht.

10. Te weinig lokaal ondernemingsinitiatief

Resellers en/of distributie in Ghana zijn een onmisbare schakel in het business plan. Hiervoor is lokaal initiatief nodig. Mochten wij te weinig ondernemers kunnen vinden die goodgets willen verhandelen gaat dit ten koste van ons bereik en potentiële afzet.

11. Goodgets verkopen niet

Er is geen sprake van een gearticuleerde behoefte, dus het is lastig om in te schatten welke goodgets goed zullen verkopen en welke minder. Het is moeilijk om vanuit Nederland in te schatten wat mensen op het platteland van Ghana goed kunnen gebruiken. Daarnaast zou er sprake kunnen zijn van een affectieve cultuur, het vertrouwen in de aankoop van een goodget hangt erg af van de persoon die het product verkoopt.

12. Concurrentie

Gezien onze beperkte ondernemingservaring en kleine organisatie zijn wij een gemakkelijke prooi voor eventuele machtigere concurrentie. Phillips bijvoorbeeld is een grote speler in India als het gaat om het distribueren van goederen onder de armen onder de bevolking.



2.2 Analyse business plan en financiële plan

2.2.1 Kan Goodget de concurrentie aan?

Goodget wil zich plaatsen tussen producenten en resellers van goede producten, om zo de marketing van deze producten samen te doen. Dit heeft als voordeel dat alle producten onder een naam komen en daardoor gemakkelijker bekendheid krijgen. Als dit lukt hebben producten van Goodget een groot voordeel ten opzichte van vergelijkbare producten.

De goodgets moeten voor de juiste prijs worden verhandeld. Het is echter nog onzeker wat deze prijs is. Dit bepaalt of Goodget de concurrentie aan kan. Op dit moment worden veel goedkope Chinese producten aangeboden. De kwaliteit is echter niet erg hoogstaand waardoor de levensduur van veel producten te wensen over laat. Goodget zou deze concurrentie aan kunnen als de producten voor een lage prijs worden verkocht en van goede kwaliteit zijn.

2.2.2 Is een internetwebshop de oplossing?

Goodget wil via Goodget.org producenten van Goodgets met lokale ondernemers in contact brengen via de website. Maar is het internetgebruik in Ghana al zo ontwikkeld dat lokale ondernemers via internet producenten durven te contacteren?

Een groot deel van de plannen rond Goodget richt zich vooral op de website. De website zal allerlei interactieve mogelijkheden moeten hebben en mogelijkheden tot online betaling. Of dit slaagt is afhankelijk van de kwaliteit van het internet in Ghana en het vertrouwen in online betalen van de resellers. Daarnaast zullen misschien sommige resellers niet de beschikking hebben over internetbankieren en zal naar andere oplossingen gekeken worden. Een webshop is in deze fase misschien nog niet de juiste functie voor de website.

2.2.3 Is dropshipping haalbaar?

Halverwege en aan het begin van onze minor zetten wij al enkele vraagtekens bij dropshipping. Dit is een uiterst westers initiatief, is dit niet te duur en zal dit wel werken bij een initiatief als Goodget. Het is uiteindelijk de bedoeling dat goederen in grote aantallen worden verstuurd maar hoe organiseer je dat en bovendien heb je dan aan het begin, bij kleinere aantallen, hoge verzendkosten. Dit gaan wij nader onderzoeken in deel 2 van dit rapport, om specifiek te zijn in 3.1.4.

2.2.5 Willen resellers goodgets verkopen?

Eerder is gesproken over de vraag of lokale ondernemers het internet voldoende vertrouwen om daar producten te kopen. Er wordt in het businessplan ook benadrukt dat mensen bij veel Goodgets moeten worden overtuigd van het feit dat het daadwerkelijk een beter (en goedkoper op lange termijn) product is dan het concurrerende product. Dit zal tijd vragen en geld, maar de vraag is vooral: hoe gaat Goodget dit aanpakken?

2.2.6 Is het financiële plan reëel?

Voor het eerste jaar is de verwachting dat er 80 producten op de website zullen komen, waarvan de listing fee per product zal variëren tussen de 150 en 350 euro per jaar, afhankelijk van het bedrijf achter het product. Startende bedrijven zullen minder hoeven te betalen. Samen komt dit op een inkomen van 21.000 euro in het eerste jaar. In het eerste jaar worden 25 resellers verwacht die elk 500 producten verkopen. Gemiddeld zullen ze deze producten voor 20 euro per stuk verkopen, waar Goodget 10% van zal krijgen. Dit levert Goodget dus 25.000 euro op. Daarnaast zal Goodget 2% courtage op de microkredieten ontvangen, omdat Goodget microkrediet instanties klanten levert, dat levert 6.250 euro op. Daarmee komt het totaal van inkomsten in het eerste jaar op 52.250 euro.

Bij de verwachte uitgaven zijn de belangrijkste posten salarissen, kantoorkosten, reiskosten, marketingkosten en vooral de websitekosten. Deze komen in het eerste jaar gezamenlijk uit op meer dan 100.000 euro. De grootste posten: het salaris van Elvira, 25.000 euro, het salaris van de verkoopmanager, 20.000 euro, het laten bouwen van de website, 20.000 euro, en de totale marketingkosten komen op 14.000 euro.

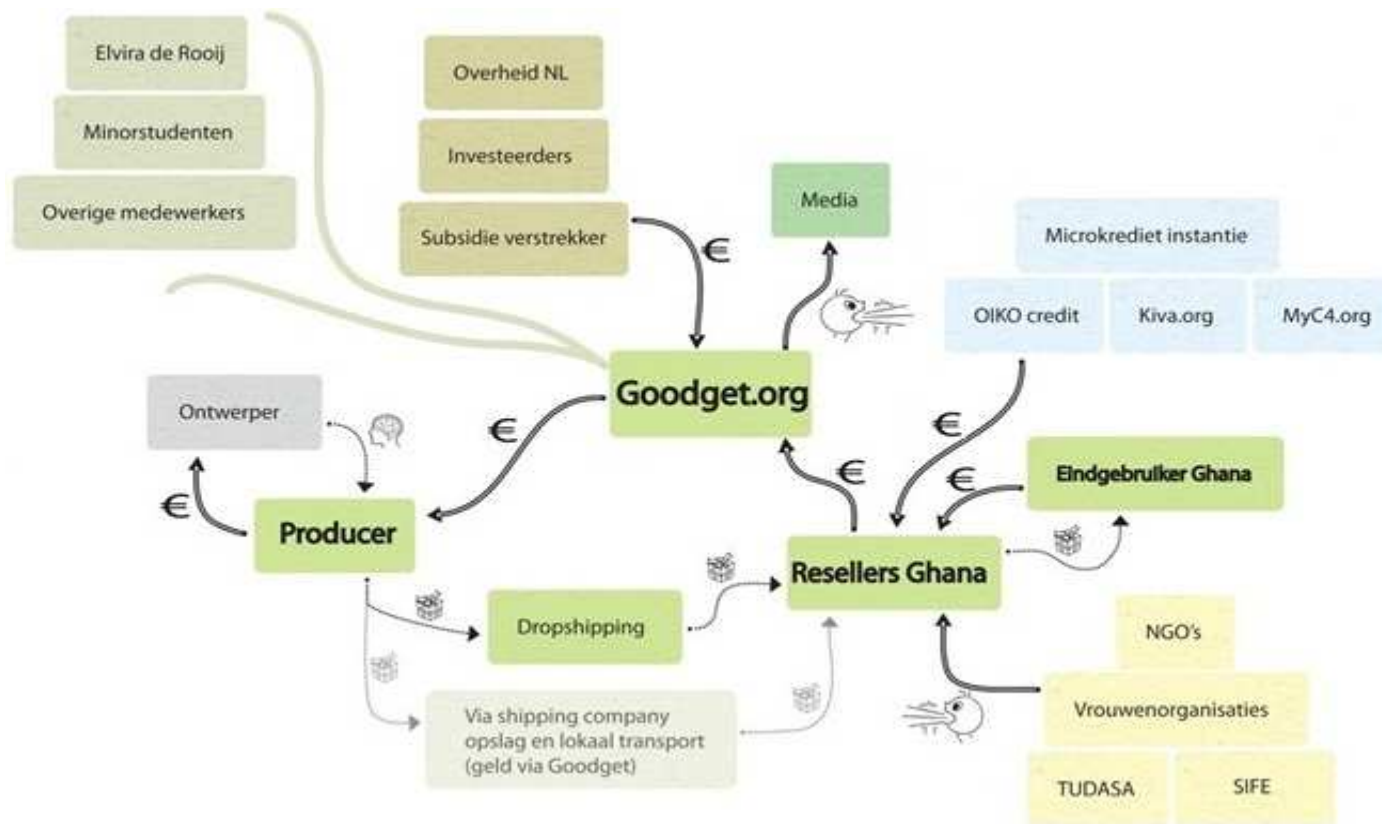
Dit is zo optimistisch geschat dat dit financiële plan waarschijnlijk niet klopt. In het plan wordt ergens gezegd dat het risico niet echt hoog is, omdat de investering niet enorm hoog is. Maar het is belangrijk om zo realistisch mogelijk te begroten om de aanpak er op te kunnen afstemmen. Anders zou Goodget misschien niet van de grond komen, terwijl het met een andere aanpak wel lukt.



2.3 Stakeholder analyse

In een eerder stadium is er gekeken naar de stakeholders. De volledige versie van de stakeholdersanalyse is te vinden in bijlage E. De organisatiestructuur is in kaart gebracht voor een helder overzicht, zie figuur 2.

Dit zijn de partijen die de belangrijkste rol spelen in de organisatie rond Goodget, als er gebruik gemaakt wordt van dropshipping, zoals in het Goodget business model van 2010. Het is vooral van belang dat de producenten met Goodget willen samenwerken en de distributie betaalbaar geregeld kan worden, dus binnen die twee branches zijn contacten het meest belangrijk om te leggen.



Figuur 2: stakeholder analyse



2.4 Conclusie

Hieronder zal kort worden opgesomd waar de kansen liggen bij Goodget, en welke punten nog problemen kunnen opleveren. Daar zal in dit verslag verder aandacht aan gegeven worden.

2.4.1 Kansen

- *Marketingvoordeel*: alle producten die goodgets genoemd kunnen worden op één plek aanbieden, en vooral: onder één naam bekendheid genereren.
- *Distributievoordeel*: door gecombineerde zendingen kan de prijs van de producten omlaag. Dit moet echter wel goed geregeld worden.
- Goede *reputatie* door helpend karakter: doordat Goodget kan zeggen dat de winst weer in het eigen bedrijf gestoken wordt en de handel in goodgets onder andere lokale ondernemers in arme landen helpt, kunnen mogelijke partners goed aangetrokken worden.

2.4.2 Probleempunten

- *Concurrentie* met (lage prijzen van) huidige producten: hoewel sommige producten die Goodget wil aanbieden nog niet op de markt lijken te zijn, zullen er altijd alternatieve producten al wel aanwezig zijn, al dan niet met dezelfde functie. Dit zullen in dit geval voornamelijk goedkope producten zijn van Chinese makelij. Dit levert twee uitdagingen: Goodget moet mensen overtuigen van de betere kwaliteit van Goodgets en dat de prijs het waard is. Daarvoor moet aan de andere kant de prijs ook zo laag mogelijk worden gehouden.
- *Website*: de focus van de website ligt nu op een webshop. Maar in deze fase is dat misschien niet de beste optie. Is het internetgebruik in Ghana al zo ver ontwikkeld dat lokale ondernemers producten durven te bestellen? En hoe kan Goodget willekeurige ondernemers vertrouwen?
- *Dropshipping*: tijdens de eerste maanden waarin Goodget zal draaien, lijken de kosten van dropshipping veel te hoog te zijn, omdat er dan niet van enorme hoeveelheden producten kan worden uitgegaan. En is dit wel de beste oplossing, of zijn er betere alternatieven?
- De *doelen* aan de start van Goodget waren *te hoog* en optimistisch waardoor het financiële plaatje voor sommige mensen ongelooftwaardig leek.

- Hoe gaat Goodget *resellers* en *eindgebruikers* overtuigen van de kwaliteit en levenskwaliteitsverbetering?
- Heel sterk *concept*. Maar het is heel moeilijk op te zetten. Het is misschien te vergelijken met de opvouwbare containerkist, een fantastisch idee, maar hoe ga je het product in vredesnaam implementeren?
- Goodget introduceert nieuwe producten in een nieuwe markt. Dit maakt het een risicovolle onderneming. Om dit toch tot een succes te kunnen maken heeft Goodget *partners* nodig met verstand van de markt.



Deel 2: Ons Advies voor Goodget

Na de analyse van het Goodget model van medio 2010 in deel 1 gaan we in deel 2 op zoek naar verbeterpunten en concretiseren we het model. Na ons onderzoek naar de verbeterpunten in hoofdstuk 4 hebben wij een business model gemaakt gebaseerd op twee scenario's, namelijk een scenario met dropshipping en met een distributiecentrum. Dit staat in hoofdstuk 5. In hoofdstuk 6 beschrijven we het stappenplan voor de uitwerking van een haalbaarheidsonderzoek bestaande uit een pilot en marktonderzoek in Ghana. Op deze manier slaan we een brug tussen het concept en de daadwerkelijke uitvoering van het concept.



Hoofdstuk 3: Het ontstaan van ons advies

In de eerste paragraaf komen de input van een aantal deskundigen aanbod, o.a. bevindingen uit de Krutu, van Werner van Ekkendonk en van onszelf. In de tweede paragraaf gaan we dieper in op vergelijkbare projecten: China in Ghana, vergelijkbare projecten in India en vergelijkbare projecten in Afrika. Tenslotte vormen we een conclusie in de laatste paragraaf.



Figuur 3.1.2: Werner van Ekkendonk

3.1 Input secundaire partijen

In dit hoofdstuk staat een kort overzicht van input van secundaire partijen en een paragraaf over onze eigen bevindingen.

3.1.1 Krutu

(voor volledig verslag, zie bijlage G)

Wat duidelijk is geworden tijdens de krutu is dat het belangrijk is dat we zoveel mogelijk producten tegelijkertijd moeten bestellen. Dit is noodzakelijk om de prijs laag te houden. In de krutu is hier ook al een oplossing bedacht. We zullen eerst in kaart moeten brengen hoeveel vraag er naar welk product is (dit kan gedaan worden door middel van orders). Op die manier kunnen we een grote bestelling in een keer doen. Met deze strategie zullen we een grote begininvestering nodig hebben. Hier hebben we ook wat op bedacht. We moeten zorgen dat het totale plaatje helemaal duidelijk is voordat we investeerders gaan zoeken. Ook moet het systeem winstgevend zijn. We moeten niet afhankelijk zijn van subsidies en dergelijke. De pilot kunnen we laten financieren door studenten die volgend jaar deze minor doen. Zij zullen dan voor ons subsidies zoeken voor de pilot. Tijdens de pilot is het dus nodig om uit te zoeken wat het concept en de productomvang van het project wordt. Als tijdens de pilot het distributiesysteem is uitgezocht en ons hele businessplan compleet is kunnen we hiermee investeerders gaan zoeken.

3.1.2 Werner van Ekkendonk

Werner van Ekkendonk is directeur van het bedrijf Coach Today, een bedrijf gespecialiseerd in het coachen van werkzoekenden en werknemers om het beste uit hun zelf te halen. Met hem hebben we om de tafel gezeten en aan de hand van de onderwerpen: verkoopkanalen, reseller cursussen, producten en doelgroepen het hele concept van Goodget doorbesproken, hierbij een samenvatting. Voor het gehele document zie bijlage F.

Verkoopkanalen:

- Het is riskant om in Ghana resellers in te zetten. Het is in Ghana heel normaal te stoppen met werken zodra je je loon binnen hebt. Je gaat pas weer werken als het op is. Goede reseller selectie is een oplossing hiervoor.
- Mogelijke status voor reseller als Goodget-reseller.



- Winkelketens zijn niet handig te gebruiken als 'reseller', ze bedienen rijkere Ghanezen. Lokale markten zijn daarentegen wel een goede plek om goodgets te verhandelen.
- Resellers zijn goed te verwerven via KIVA, vrouwenorganisaties en NGO's
- Vrouwen zijn een goede reseller als het gaat om vrouwelijke producten.

Reseller cursussen:

- Werner heeft al cursussen gegeven aan vergelijkbare personen als onze resellers.
- Werner heeft een lokaal contact bij wie we konden aankloppen om ondernemingscursussen te organiseren.
- Voor toewijding van de deelnemers is een kleine financiële vergoeding voor de cursus noodzakelijk, deze hoeft niet de volledige cursus te dekken.
- Aan het begin van Goodget kan de cursus gegeven worden door iemand met affiniteit van het westen en Ghana, daarna kunnen d.m.v. speciale train-de-trainer cursussen lokale mensen de cursus gaan geven.
- Voor micro kredieten is de Grameen Bank een goede, tevens kan naar Kiva gekeken worden.
- Belastingen worden nog weinig betaald in Ghana, Goodget zal wel ingeschreven moeten staan. Resellers kunnen zonder kvk nummer werken.

Producten:

- Eisen voor producten: ze moeten goed tegen stof en/of vochtigheid kunnen, in het noorden van Ghana is het heel droog, in het zuiden heel nat.
- Bezit is soms statusverheffend. Als producten er mooi (mooi op zijn Ghanees, veel primaire kleuren en bling bling) uitzien vooral.
- Werner denkt dat er wel vraag naar een knijpkat is in Ghana.
- In Ghana zijn heel veel producten van lage kwaliteit in China.
- Vitamine pillen zijn in Ghana vaak hip en statusverheffend, zoals veel producten uit het westen.
- Medicijnen zijn niet handig te verhandelen i.v.m. regelgeving.
- Het is soms lastig westerse producten geschikt te vinden als goodget. In ontwikkelingslanden / Ghana stellen mensen hele andere eisen. Duurzaamheid is minder belangrijk, design is minder belangrijk en de robuustheid vele malen belangrijker.
- Voor gedetailleerdere repliek aan de hand van de goodgets zie bijlage F

Doelgroep:

- Voor internet in Ghana kun je inbellen via je gsm. Met slecht weer is er vaak geen verbinding. Betalen via internet doen banken meestal niet. In het zuiden komt het wel eens voor, maar niet door particulieren. Dat resellers online gaan bankieren is dus geen goed plan.

3.1.3 Joost van Dam

Tijdens een college was er gelegenheid om commentaar te krijgen van een ervaringsdeskundigen in ondernemen in ontwikkelingslanden, dit was Joost van Dam. Hij is directeur van Viafrica die zich richt op de verbetering van onderwijs in het sub-sahara gebied door middel van ICT te integreren in het schoolsysteem, zo dat het beheer in handen van lokale mensen ligt.

Het grote probleem van Goodget zit hem niet in de website, maar in de distributie. Chinese goedkope producten zijn er al te vinden, gaat het lukken om de prijzen zo aantrekkelijk te krijgen dat je kunt concurreren?

Daarnaast werd gezegd dat Chinezen wel naar Afrika willen met hun producten en dat er wel producten op de markt liggen, maar dat ze in feite Afrikanen niet snappen. Hier zou een kans kunnen liggen voor Goodget. Joost van Dam stelt voor dat Goodget misschien kan samenwerken met de Chinezen, Chinezen voeren aan, Goodget verkoopt.

Als derde kwam naar voren dat er twijfel bestaat over het gebruik van resellers. Allereerst hebben ze geen geld. Dit is eventueel op te lossen met gebruik van microkredieten. Daarnaast denken ze anders dan Westerlingen en kan dat nog wel eens problemen opleveren qua reputatie van Goodget, omdat zij het gezicht zijn van Goodget. Wil je wel dat ze de producten verkopen onder de naam Goodget?

Ten vierde ging het over de website. Uiteindelijk kwam daaruit naar voren het advies dat in de pilot geen website nodig is. Eerst is het belangrijk om de producten daar te krijgen voor een goede prijs, waarna een goede manier gevonden moet worden om de Goodgets daar aan de man te brengen. Dit kan dus via resellers, maar ook warenhuizen zijn bijvoorbeeld een optie. Daarna pas wordt het interessant om een website op te zetten om zo de link tussen producent en reseller te leggen, mocht er toch gebruik worden gemaakt van resellers.

Concluderend werd er gezegd dat Goodget teveel hooi op de vork neemt door geen keuzes te maken, maar alles open te laten. Het is belangrijk om concreter te worden en klein te beginnen, met bijvoorbeeld alleen producten die in Ghana worden geproduceerd, zodat niet alles in één keer wordt getest en de slagingskans een stuk hoger wordt.



3.1.4 Ons eigen onderzoek

Een aantal relevante zaken die aan bod kwamen tijdens ons onderzoek voor Goodget zijn hier te lezen. Vragen die naar voren kwamen tijdens de analyse van deel 1 worden hier beantwoord. Wat kost drop shipping en hoeveel zo eventueel een container kosten? Wat houdt micro krediet precies in en hoe kunnen we hiermee aan de slag met Goodget? Aan het einde van deze paragraaf belichten we nog e-mail verkeer met de producenten van een van onze goodgets en een artikel over gsm betalen dat we kregen van Elvira de Rooij.

Dropshipping

Dropshipping houdt in dat Goodget aan de producent doorgeeft welke producten waar terecht moeten komen en dat de producent de verantwoording neemt voor het verschepen van de producten. Een nadeel van dropshipping is dat dit erg duur is. Als dit wordt doorberekend in de prijs van de goodgets zal dit een nadelig effect hebben op de verkoop.

Als voorbeeld is er gekeken naar een doos met Lifestraws die verstuurd wordt vanuit Lausanne, Zwitserland waar deze geproduceerd worden naar Accra, Ghana. De doos is 41x31x26 cm groot en daar passen 100 producten in. Om dit met UPS te versturen kost 808 euro. Dat is dus iets meer dan 8 euro per product. De inkoopprijs van de Lifestraw bedraagt 7 euro, dus de verkoopprijs daarvan wordt alleen al door de verzendkosten meer dan twee keer zo hoog.

Opslagcentrum

Opslag in Ghana kan op een aantal manieren. Helaas is er overal sprake van een soort corruptie in de vorm van zogenaamde service kosten. Daarnaast wordt de huurprijs per jaar betaald, of per twee jaar, maar nooit per maand.

Opslag in de vorm van een container kan ook. Een container van 24 kuub kost 1200 dollar, en dan moet je nog een plek vinden om hem neer te zetten. Wij schatten deze kosten op eenzelfde bedrag per jaar.

Microkredieten

Microkredieten worden vooral gebruikt in ontwikkelingslanden. Het geeft arme mensen de mogelijkheid om een kleine investering te doen die zich relatief snel terugbetaalt. De verstrekte kredieten in Ghana lopen uiteen van 50 dollar tot 1500 dollar. Microkredietinstellingen leveren verschillende financiële producten voor verschillende doeleinden.

Soms wordt een lening gebruikt door enkele gezinnen, die samen een koe kopen om inkomsten te genereren. Een andere keer is het een

visser die een lening krijgt voor een mobieltje, zodat hij de gevangen vis al kan verkopen voordat hij aan land is. Dan hoeft hij niet op de markt te gaan staan en kan hij langer vissen en genereert zo meer inkomsten.

Niet iedereen kan zomaar een lening van 1500 dollar krijgen, maar alleen een ondernemer die al meerdere jaren succesvol een bedrijfje heeft en die betrouwbaar is. De voorwaarden voor de verschillende financiële producten verschillen dus.

Door de hoge risico's voor de microkredietinstellingen zijn de rentes vaak vrij hoog. Om een indicatie te geven, bij de instelling MyC4 – waarbij westerse mensen persoonlijk geld kunnen investeren in ondernemers – variëren de gevonden rentes van 11 tot 20%.

Gebruik microkredieten bij Goodget

Goodget wil de resellers ondersteunen door middel van microkredieten. Stel, een beginnende reseller heeft nog geen ondernemerservaring. Vaak wil de microkredietinstelling dan dat mensen gezamenlijk de verantwoordelijkheid dragen om garant te staan voor de terugbetaling. Goodget kan in zee gaan met een microkredietinstelling om ze te overtuigen van de kracht van Goodget en de betrouwbaarheid van het concept. Daarnaast heeft Goodget een goede onderhandelingspositie omdat er veel potentie in het concept zit. Dit geeft mogelijkheid tot een scherpe rente, of het ontvangen van een zogenaamde brokerage fee. Dit laatste houdt in dat Goodget geld ontvangt voor iedere aangetrokken klant. Dit zal echter moeten blijken bij het benaderen van verschillende instellingen.

Niet elke microkredietinstelling levert financiële producten voor startende ondernemers. Op de website van MIX Market zijn gegevens te vinden van verschillende instellingen in Ghana om een eerste indruk te krijgen over de mogelijkheid tot samenwerking. Hier is ook informatie te vinden over de financiële situatie van de instellingen, en bijvoorbeeld hoeveel mensen actieve leners zijn en voor hoeveel geld ze gemiddeld verschuldigd zijn.

In het eerste jaar van Goodget zal daadwerkelijk moeten blijken hoeveel geld resellers kunnen verdienen met de verkoop van Goodgets en hoeveel ze dus ook kunnen lenen. Waarschijnlijk zal een reseller van Goodget beginnen met een eerste lening van bijvoorbeeld 210 dollar waarmee hij voorraad koopt, zie paragraaf 4.4 over de financiële situatie van Goodget en resellers. Hij kan hiermee een eerste loon van 20 dollar per week genereren.

Concluderend zal Goodget contact moeten leggen met verschillende instellingen en de onderhandelingen aangaan. Dit zal ondersteund moeten worden met een degelijk plan en concrete reële doelen, zodat de microkredietinstelling graag met Goodget wil samenwerken.



Mail Producent Hipporoller

Met de hipporoller kan een groot aantal liter water over langere afstand als een soort duw wiel vervoerd worden. Voor de volledige mail, zie bijlage J.

Op dit moment wordt 95% van alle hipporollers gratis weggeven in ontwikkelingslanden. De producent is laaiend enthousiast om de hipporoller ook te gaan verkopen. Dit kan bijvoorbeeld aan bedrijven of een aantal families samen om de kostenlast zo veel mogelijk te spreiden.

Het laatste project van de hipporoller in zuid Sudan betrof wel de verkoop van hipporoller, al dan niet gesponsord. Ze werden verkocht voor 40 dollar waar de nieuwprijs 115 dollar is. Desondanks waren ze razend snel uitverkocht. Dit bevestigt nogmaals dat een concept als Goodget echt kan werken. Meer informatie over deze brief in hoofdstuk 4, bij de Goodget beschrijving.

3.2 Vergelijkbare ontwikkelingen wereldwijd

Wereldwijd ontwikkelen economieën zich aan de bottom of the pyramid. De economie wordt in verschillende werelddelen op verschillende manieren gestimuleerd. Wat kunnen wij hiervan leren en gebruiken om Goodget te verbeteren? Chinese producten zijn aan het oprukken op Afrikaanse markten. In India is het gebruik van microkrediet een succes geworden en wordt dit gebruikt om producten aan te schaffen. Verder bestaan er websites in Afrika waarop producten aangeboden worden.

3.2.1 Chinese producten op de Afrikaanse markt

China heeft distributiekanaalen naar Ghana. Veel goedkope Chinese producten worden aangeboden op markten. Deze producten zijn echter niet duurzaam, hebben een korte levensduur en hebben een slechte prijs/kwaliteit verhouding. Veel producten zijn van inferieur kunststof en daardoor erg goedkoop. Joost van Dam deelde ook mee dat niet alle producten die worden aangeboden door Chinezen aanslagen bij de Afrikanen, ze begrijpen elkaar niet. Zie hiervoor ook 4.1.3. Voorbeelden van producten die aangeboden worden door Chinezen in Afrika zijn plastic teiltjes, slippers, zaklantaarns, papierwaren, goedkope sieraden en rekenmachines. Goodget zit niet in precies hetzelfde marktsegment als gekeken wordt naar het precieze aanbod van producten, een deel overlapt wel. De producten die Goodget aan zal bieden zullen robuuster zijn met een betere prijs/kwaliteit verhouding en langere levensduur. Daarnaast kijkt Goodget naar welke producten echt behoefte is.

3.2.2 Ondernemerschap in India met behulp van microkredieten

De Grameen Bank verstrekt in India microkredieten. Het is opgezet door Muhammed Yunus die er in 2006 een nobelprijs voor heeft mogen ontvangen. Deze microkredieten zijn kleine leningen die worden verstrekt aan een groepje mensen, over het algemeen vrouwen. Deze mensen zijn zo arm dat ze geen materialistisch bezit hebben dat als onderpand kan dienen. Wat deze vorm van microkrediet verschaffing zo succesvol heeft gemaakt is het feit dat vertrouwen als onderpand wordt gebruikt. Binnen de groep kan maar een persoon tegelijk het geld lenen. Als deze het geld niet terugbetaald kan niemand anders meer het geld lenen. Dit gevoel van verplichting stimuleert om het geld op tijd terug te betalen. Op deze manier wordt gestimuleerd dat zorgvuldig met het geld wordt omgegaan en dat de ondernemer het geld meer waard maakt.

Microkredieten kunnen worden ingezet om resellers van kapitaal te voorzien waarmee ze goodgets kunnen inkopen. Hun ondernemerschap



wordt gestimuleerd, het microkrediet moet immers worden afbetaald en met de winst kan de familie worden onderhouden of kunnen nieuwe goodgets worden gekocht. Er kan gekeken worden naar de mogelijkheid om geld te lenen aan zowel individuele resellers als aan groepjes resellers. Daarnaast zullen eindgebruikers misschien ook wel gebruik willen maken van microkredieten om goodgets aan te schaffen als deze de meerwaarde van een goodget inzien.

3.2.3 Vergelijkbare websites

AfricaRetail.com, AfricaTradeholding.com en Fairback.org zijn drie Afrikaanse websites. In bijlage K staat een uitgebreid verslag van deze websites. Africa retail en Africa Tradeholding zijn gericht op de rijkere Afrikanen. De site waar we het meeste van kunnen leren is AfricaRetail.com. Zij hebben een overzichtelijke site gemaakt waarop duidelijk is aangegeven hoe de betaling in zijn werk gaat. Er kan op twee manieren worden afgerekend. Via internet met je bankpas, of cash via een bank die AfricaRetail betalingen accepteert. Als er cash wordt betaald kun je de producten bij je huisadres laten bezorgen. Dit wordt niet door AfricaRetail gedaan, maar door een derde. Goodget zal ook op zoek moeten gaan naar een bank die betalingen van resellers aan Goodget kan regelen.

3.3 Conclusie

Uit de krutu kwam naar voren dat dropshipping waarschijnlijk wel mogelijk is met behulp van gecombineerde zendingen. Dit zal in de pilot daadwerkelijk moeten blijken, maar we kunnen het niet op voorhand afschrijven.

De pilot zal ook moeten worden gebruikt om uit te vinden wat de omvang van Goodget het eerste jaar kan worden, aan de hand van de vraag naar goodgets. Dit is van belang om uit te vinden hoeveel geld er moet worden geïnvesteerd.

Het gebruik van resellers om goodgets te verkopen is zeker mogelijk, maar het is wel zaak dat dit goed aangepakt wordt. Dit kan bijvoorbeeld door ze zelf mee te laten investeren in hun onderneming zodat ze eraan gebonden zijn voor hun toekomst.

In de pilot is het nog niet nodig om Goodget.org te gebruiken als webshop. Dit brengt enkel een groter risico met zich mee. De website als webshop zal pas ontwikkeld moeten worden als het concept Goodget blijkt te werken en de vraag omhoog gaat.



Hoofdstuk 4: Naar een concreter Goodget concept

Met behulp van de input van secundaire partijen en door te kijken naar vergelijkbare ontwikkelingen in hoofdstuk 3 wordt in dit hoofdstuk het Goodget concept aangescherpt en concreter gemaakt. In paragraaf 4.1 wordt het aangescherpte Goodget concept beschreven. De lijst met criteria en de geselecteerde goodgets staat in 4.2. Het business model voor distributie met behulp van dropshipping en hoe het traject eruit ziet met een distributiecentrum wordt beschreven in 4.3.



Figuur 4.1: Eindgebruiker familie Farouki uit Kamasi

4.1 Aangescherpt Goodget concept

Het hoofddoel van Goodget is het beschikbaar stellen van goodgets aan alle potentiële eindgebruikers. Een bijkomend voordeel is dat producenten zo een grotere markt bereiken.

4.1.1 De eindgebruiker: Bottom Up

De potentiële eindgebruiker bevindt zich aan de zogenaamde bottom of the pyramid en behoort dus tot het arme deel van de wereldbevolking. Goodget richt zich niet op de aller armsten, maar op hen die niet meer elke cent nodig hebben om te kunnen overleven. Deze mensen kunnen investeren in bijvoorbeeld een koe, dus ook in goodgets. Een voorbeeld van een eindgebruiker zou de familie Farouki zijn uit Kamasi, zie afbeelding 4.1. De familie Farouki bestaat uit 6 gezinsleden waarvan 3 boven de 18. Ze hebben een jaarinkomen tussen de \$950 en \$1100. Het aanschaffen van een lamp op zonne energie zorgt ervoor dat de kinderen 's avonds kunnen leren en de volwassenen nog wat extra arbeid kunnen verrichten.

Goodget werkt bottom up en biedt alleen producten aan waar de markt vraag naar heeft. Deze goodgets worden niet gratis weggegeven, dit ondermijnt de marktwerking. Goodget streeft ernaar om op een duurzame manier economische groei te stimuleren. Door mensen te laten betalen voor goodgets ontstaat er een gevoel van waarde en eigendom. Hierdoor wordt er voorzichtiger met het product omgegaan en is de levensduur van een goodget aanzienlijk langer dan wanneer dit niet het geval is.

4.1.2 Reseller als sleutelfiguur

Om bij de eindgebruiker te komen en dus de markt te bereiken wordt de reseller als tussenpersoon ingezet. De reseller is iemand met een ondernemende geest en is regelmatig in de stad te vinden maar heeft ook contacten op het platteland waar de potentiële eindgebruikers zich bevinden. Voorbeelden van resellers zijn Eddy en Betty, zie figuur 4.2.

Betty was eerst een huisvrouw en zorgde voor haar man en vier kinderen. Inmiddels gaan al haar kinderen naar school en koopt Betty met behulp van een microkrediet goodgets in via Goodget.org om te verkopen in haar buurt. Eddy is getrouwd en heeft vijf kinderen. Hij werkte eerst voor een recycling bedrijf maar is nu zijn eigen baas en kan zijn familie nu nog beter financieel onderhouden. Via Goodget.org koopt hij producten in die hij met zijn motor vervoert naar het platteland. Daar



4.2 De goodgets lijst

Niet alle producten en gadgets kunnen een goodget genoemd worden. Bij het selecteren van goodgets zijn de volgende criteria in acht genomen:

- Levensduur
- Duurzaamheid
- Geschikt voor particulier gebruik
- Behoeftte vanuit de markt
- Prijs
- Omvang

Van alle goodgets wordt verwacht dat het geen prullen zijn die na een enkele keer gebruiken kapot zijn. In totaal hebben wij nu een lijst van 17 goodgets opgesteld aan de hand van deze criteria. De uitgebreide lijst is te vinden in bijlage I.

In de categorie waterzuivering worden verschillende goodgets aangeboden met een verschillende omvang en doelgroep. Het waterfilter in de vorm van een theezakje is erg geschikt voor individueel gebruik en de zuivering van eenmaal 1 liter water. Het ceramic water filter kan echter per uur 2 liter water zuiveren en is meer geschikt voor het gebruik in een groot gezin. De lifestraw kan overal gebruikt worden om overal direct water te drinken, dit in tegenstelling tot het ceramic water filter.

Binnen de categorie verlichting hebben we meerdere lampen op zonne energie. Sommige lampen hebben echter nog een extra functie. Zo kan met de Solar Light And Solar Charger ook een telefoon worden opgeladen en weert de Insect Repellent Lamp ook insecten af.

In de categorie overige electronica wordt een knijpkat en een opwindbare radio aangeboden. Daarnaast heeft Goodget ook een telefoon van slechts 11 euro in het assortiment, voor meer informatie zie hieronder. De telefoon wordt gezien als status symbol.

Als laatste categorie hebben we de overige producten. Hierin vallen de volgende producten. Focus On Vision is een simpele bril waarvan de sterkte zelf ingesteld kan worden. De Hippo Roller is een soort ton waarmee een grote hoeveelheid water op een simpele manier kan worden getransporteerd. De Lunapad is een uitwasbaar maandverband. Als laatste goodget wordt een uitgebreid zakmes aangeboden.

Hippo Roller

Zoals in hoofdstuk drie al aangegeven, hebben we contact gehad met de producent van de hipporoller. Deze is laaiend enthousiast over ons

initiatief. In zijn mail meldt hij dat naast de gewoonlijke positieve gevolgen van de hipporoller als het gemakkelijk vervoeren van water er ook secundaire positieve gevolgen waren. Een opsomming:

- 200% toename van productie voor een baksteen producent
- Statussymbool
- Sociale stimulering: bezitters van een hipporoller lenen hem vaak uit
- Echt waar: vrouwen hoeven geen waterkruiken meer op hun hoofd te dragen. Daardoor kunnen zij hun haar mooi dragen en aandacht vragen van de mannen

Simple Mobile Phone

Er bestaat er een mobiel betaalsysteem in Afrika. Dit maakt mobiele telefoontjes extra handig. Met behulp van het overdragen van beltegoed kun je betalingen voldoen. Internetbankieren is dus niet nodig. Dit is een ideale manier voor eindgebruikers om resellers te betalen. Hier is een artikel over te vinden in bijlage L, een quote hieruit zegt al genoeg: 'A 2005 London Business School study extrapolated the effect even further, concluding that for every additional 10 mobile phones per 100 people, a country's G.D.P. rises 0.5 percent.'



4.3 Business model

Op basis van het aangescherpte Goodget concept wat in §4.1 is beschreven is een business model gemaakt. Met behulp van het business model wordt inzichtelijk gemaakt op welke manier Goodget welke waarde voor de klant creëert, hoe dit gedaan wordt en hoe winst gemaakt wordt. Het business model bestaat uit de volgende onderdelen:

- Klantsegmenten, wie is de betalende klant?
- Waardeproposities, welke meerwaarde biedt Goodget?
- Kanalen, van welke kanalen wordt gebruik gemaakt?
- Klantrelaties, hoe positioneert Goodget zich?
- Inkomstenstromen, hoe komen er winsten binnen en wat voor winsten zijn dit?
- Key resources, wat zijn de belangrijkste resources waarmee Goodget waarde creëert?
- Key activities, welke activiteiten zijn vereist om waarde te kunnen creëren?
- Key partners, welke personen of groepen personen zijn het belangrijkste?
- Kostenstructuur, welke kosten zijn er?

Voordat deze onderdelen besproken worden, zullen eerst de twee scenario's uiteengezet worden: namelijk dropshipping en een distributiecentrum. Deze verschillende scenario's hebben een verschillende impact op een paar van de bovenstaande onderdelen.

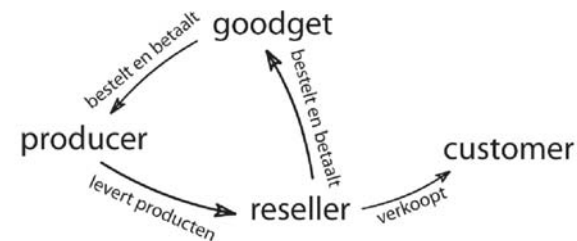
4.3.1 Scenario's dropshipping en distributiecentrum

Voor de distributie van de goodgets zijn wij uitgekomen op twee mogelijke scenario's: dropshipping of gebruik maken van een distributiecentrum. Het business model van Goodget.org is opgebouwd uit een algemeen model wat wordt aangevuld en gespecificeerd met dropshipping of een distributiecentrum.

In het geval van dropshipping bestelt een reseller of een groep resellers via Goodget.org een lading goodgets. Hoe groter de lading hoe lager de dropshipping kosten uitvallen. Er wordt online betaald en als dit nog niet mogelijk is via een lokale bank of NGO. Goodget bundelt de orders en stuurt deze door naar producenten. De producenten zijn er dan verantwoordelijk voor dat de producten worden verstuurd naar de reseller of naar een lokale NGO waar de producten kunnen worden opgehaald.

Voor een visuele weergave zie figuur 4.3a. Goodget is in dit scenario sterk afhankelijk van in hoeverre de producent wil dropshippen.

Wanneer er gebruik wordt gemaakt van een distributiecentrum is er in Ghana een centraal punt waar goodgets worden opgeslagen. Dit kan een container zijn of een leegstaande ruimte van een NGO. Goodget is ervoor verantwoordelijk dat de voorraad op peil blijft. Resellers kunnen producten kopen bij het distributiecentrum. Voor een visuele weergave zie figuur 4.3b.



Figuur 4.3a: Dropshipping



Figuur 4.3b: Distributiecentrum

4.3.2 Uitwerking onderdelen business model



De verschillende onderdelen van het business model worden hier beschreven. Een visuele weergave van het business model is te vinden in 4.3.3.

Goodget in de praktijk

Om visueel duidelijk te maken hoe Goodget uiteindelijk in zijn werk gaat, hebben wij een kort stripje gemaakt.



Een producent zit met een probleem: hij heeft een ontzettend handig product bedacht eventueel voor ontwikkelingslanden. Maar hoe krijgt hij het daar zonder een zootje te maken van de lokale markt door het gratis te gaan verspreiden met behulp van subsidie's? Juist! Goodget. Op deze manier verzamelt Goodget een hele rits duurzame producten!



Selmer van Goodget gaat i.s.m. met een lokale NGO en wat studenten van de Universiteit van Ghana lokale verkopers opleiden tot official Goodget Reseller. Deze mensen zijn experts op het gebied van Goodgets en verkopen ze door aan de moeilijk te bereiken eindgebruiker in de buitenwijken en op het platteland.



Eddy, de Goodget reseller, gaat op zoek naar de vraag naar Goodgets. Gewapend met een bestellijst neemt hij bestellingen op van de eindgebruikers. De familie Farouki bestelt een lamp op zonne-energie.





Als een gek gaat Eddy de producten bestellen op Goodget.org. Een weekje wachten en hij kan ze ophalen bij het Goodget distributiepunt dat beheerd wordt door een lokale NGO en wat studenten.



Reseller Eddy komt zijn bestelde goodgets ophalen bij het distributiepunt



De producten van alle resellers worden verstuurd naar Ghana



Reseller Eddy rijdt naar de buitenwijken en het platteland om zijn producten naar de eindgebruiker te brengen.





Hij brengt de producten bij de eindgebruiker thuis langs...



...of ze komen ze ophalen bij Eddy's eigen shop! Het einde!

Klantsegmenten CS

De producent is de grootste betalende klant van Goodget. Deze brengt direct geld binnen door een listing fee te betalen van \$150 per product dat wordt aangeboden op Goodget.org per jaar. De resellers nemen de producten af van de producenten en plaatsen bestellingen via Goodget. Goodget ontvangt een percentage van iedere betaalde bestelling die

doorgegeven wordt aan de producent. De eindgebruikers van goodgets worden bereikt via de resellers. De eindgebruikers zijn niet de directe klanten van Goodget, maar van de resellers.

Waardeproposities VP

De waardepropositie van Goodget.org is in het business model inzichtelijk gemaakt door onderscheid te maken tussen de drie klantsegmenten: producenten, resellers en eindgebruikers.

Producenten van Goodgets:

Ten eerste bieden wij een platform aan waardoor een in potentieel enorme nieuwe markt aangeboord kan worden. Normaal gesproken worden de producten maar beperkt verkocht terwijl er veel meer potentieel in de producten zit. Omdat er veel meer vraag naar de producten zal ontstaan kan er meer worden geproduceerd en dus meer winst gemaakt worden voor de producent.

De producten die op onze site komen zijn allemaal van kwaliteit en daardoor zullen goodgets geassocieerd worden met kwaliteit. Voor producenten is Goodget een marketingtool: als het product wordt aangeboden op Goodget.org is het namelijk een goed product.

In het geval we ons eigen distributiecentrum gaan opzetten zijn er nog meer voordelen voor de producenten. Ten eerste hoeven zij zich dan niet bezig te houden met de distributie van hun product. Ten tweede zullen wij een leveringsgarantie geven; wij nemen alle verantwoordelijkheid op ons dat het product door het gehele distributieproces heen komt en uiteindelijk bij de klant terecht komt.

Resellers:

Ten eerste willen we resellers stimuleren een eigen onderneming in het verhandelen van goodgets op te zetten door middel van ondernemersworkshops. Hierin zullen ze dan leren hoe ze met behulp van de producten die wij aanbieden, hun eigen onderneming kunnen opzetten. Daarnaast zullen we samenwerken met microkredietinstanties, waardoor ze meteen een microkrediet aan kunnen vragen voor hun onderneming. Bovendien hebben de resellers keuze uit producten die bewezen hebben van goede kwaliteit te zijn en een grote behoefte vanuit de omgeving te kunnen stillen.

Indien een distributiecentrum wordt opgezet zullen de resellers profiteren van een kortere levertijd en producten die altijd op voorraad zijn. Daarnaast biedt Goodget.org dan leveringszekerheid.

Eindgebruikers

Eindgebruikers hebben nu geen beschikking over goodgets en dus ook geen keuze mogelijkheden. Met behulp van goodgets wordt hun



levenskwaliteit verbeterd. Dankzij Goodget kunnen ze kiezen welke goodget het beste past bij hun situatie.

Kanalen CH

Deze zijn bepaald per klantsegment: producenten van goodgets, resellers en eindgebruikers.

Producenten van Goodgets

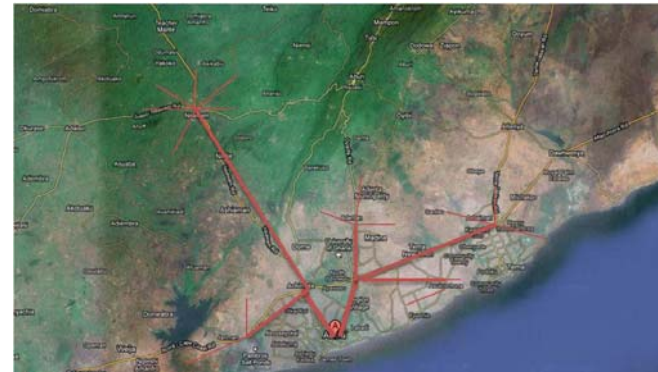
De producenten worden in eerste instantie benaderd door Goodget.org. Later als Goodget.org een goed lopend bedrijf is kunnen producenten Goodget.org benaderen. Op de webshop worden goodgets beoordeeld. Om op de website te kunnen staan betalen de producenten aan Goodget.org een listing fee. De after sales verschillen bij dropshipping en een distributiecentrum. Bij drop shipping is Goodget een doorgeefluik, bij een distributiecentrum zorgt Goodget voor de levering.

Resellers

De resellers horen over het bestaan van Goodget via bijvoorbeeld SIFE, vrouwenorganisaties of social networks. Ze worden met behulp van workshops gestimuleerd om hun eigen onderneming op te starten en deze te laten draaien op een levensvatbare manier. Ze kopen de goodgets in via Goodget.org. De producten worden geleverd aan de reseller of ze kunnen opgehaald worden bij het distributiecentrum. De reseller komt in contact met de eingebruiker via een bestaande marktstal of shop, huis-aan-huis verkoop of tupperware parties. Bij deze tupperware parties stelt de reseller de goodgets tentoon voor een groep potentiële klanten en vertelt over de producten waarna de producten gekocht kunnen worden. Via resellers kunnen goodgets uiteindelijk over heel Ghana verspreid worden, zie onderstaande figuur 4.4:

Eindgebruikers

De eindgebruikers krijgen te horen over het bestaan van goodgets via mond-tot-mond reclame en tupperware parties waarbij de resellers de goodgets presenteren. Van de reseller kunnen goodgets worden gekocht.



Figuur 4.4: Distributie via Resellers

Klantrelaties

De klantrelaties zijn hangen af van of er gebruik wordt gemaakt van dropshipping of een distributiecentrum. Zie hiervoor figuur 4.3a en b in 4.3.1.

Inkomstenstromen RS

Goodget krijgt geld binnen van producenten in de vorm van listing fees en een percentage op de verkochte producten. In het geval van een distributiecentrum is er sprake van verticale keten integratie en is er meer controle over de transportkosten. Er kan dan ten opzichte van het dropshippingmodel meer geld binnen komen. Dan zijn er nog inkomsten die niet in geld zijn uit te drukken. Goodget verbetert de levensomstandigheden van de eindgebruikers doordat zij de goodgets unnen gebruiken.

Zie figuur 4.5a voor de invloedssfeer van Goodget. Zie figuur 4.5b op de volgende bladzijde voor een voorbeeld van de invloed van Goodget uitgedrukt in woorden. De invloed van 1 reseller die drie producten verkoopt. Mocht Goodget er in slagen 10 resellers zo ver te krijgen 15 producten te verkopen per week. En dat met elke 15 producten 5 personen primair of secundair beïnvloed worden, dan kan Goodget in een jaar bijna 40.000 mensen helpen.





reseller Eddy



Reseller verkoopt 10 producten, waaronder:



verkoopt 1 'Kiran' zonne-energie lamp aan het Ghanese gezin Farouki



Primaire gevolg verkoop producten bij eindgebruiker:

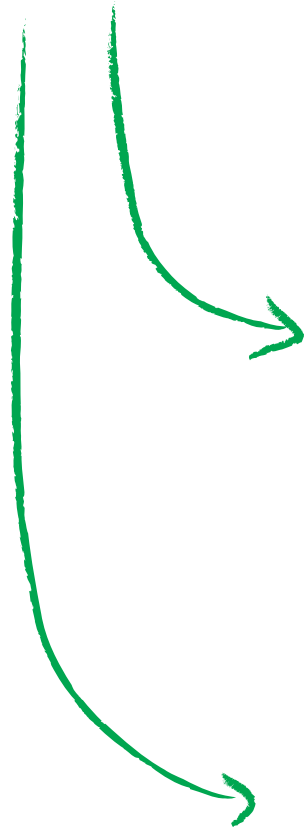


de kinderen kunnen 's avonds nog een paar uur studeren, de vader kan nog een aantal Boda Boda's produceren



Voorbeeld van secundaire gevolgen:

- * kinderen worden beter opgeleid en kunnen later meer verdienen
- * het bedrijf van de vader verdient meer, hij kan werknemers aannemen



verkoopt 1 'Hipporoller' aan een 'clay brick manufacturer'



productie wordt tweemaal zo hoog = meer omzet & een goedkoper product.



- * groei werkgelegenheid binnen het bedrijf
- * groei werkgelegenheid buiten het bedrijf door goedkopere producten



verkoopt 1 mobiele telefoon aan een visser



verkoopt zijn vangst voordat hij het aan wal heeft gebracht, wat resulteert in bijna 10% meer opbrengst en een bijna 5% lagere marktprijs (1)



- * goedkoper voedsel, meer mensen kunnen eten en hebben geld over voor Goodgets
- * vissers hebben meer tijd om vis te vangen omdat ze minder lang op de markt te hoeven staan om hun producten te verkopen





Figuur 4.5a

Key resources KR

Via Goodget.org worden de producten tentoongesteld aan de rest van de wereld. Voor de workshops zijn begeleiders nodig met specifieke en relevante kennis. In het geval van het gebruik van een distributiecentrum zijn er extra resources nodig. Zo zal het distributiecentrum er moeten komen en worden onderhouden. Bovendien hebben we dan een voorraad die onderhouden en in kaart gebracht moet worden.

Key-activities KA

Aan resellers worden ondernemings workshops en microkredieten aangeboden. Aan hen wordt een selectie van goede producten beschikbaar gesteld waar vraag naar is. Een groot deel van ons bedrijf bestaat uit de website. Deze moet goed up to date gehouden worden. Ook zullen we de bestellingen managen en zullen we ons bezig houden met de marketing. In het geval we zullen werken met drop-shipping zullen we ons bezig houden met het katalyseren van de distributie van de producten naar de resellers. In het geval we met een distributiecentrum

werken zullen we voorraden managen, het distributiecentrum aansturen en de distributie van de producent naar het distributiecentrum katalyseren.

Key Partners KP

Zonder producenten en uitvinders van goodgets heeft Goodget geen producten om aan te bieden. De resellers zijn eigenlijk een soort werknemers en ambassadeurs van Goodget en cruciaal voor het bereiken van de eindgebruikers van goodgets. Resellers kunnen tientallen dollars per week verdienen, voor een impressie van het verdienmodel van de reseller, zie bijlage H. Dan zijn er nog partners die helpen bij het werven van resellers, microkredieten aanbieden en workshops kunnen geven.

- Werving: Hier willen we samenwerken met NGO's, studenten in Nederland en in het land ter plekke zoals SIFE (Rotterdam, Delft, Ghana), vrouwenorganisaties en social media.
- Microkrediet: Hier willen we samenwerken met Kiva, Oiko Credit, MyC4.
- Workshops: Hier willen we samenwerken met Ghanasi en Werner van Ekkendonk

Verder is er geld nodig om Goodget.org te realiseren. Dit is afkomstig van investeerders en uit fondsen die ter beschikking zijn gesteld door onder andere Enviu en Hivos.

Voor de marketing worden social media ingezet.

In het geval van dropshipping zijn er dropshipping companies nodig die de goodgets vervoeren. In het geval van een distributiecentrum is er naast shipping companies ook een opslagloods nodig.

Kostenstructuur CS

Bij de kosten is er onderscheid gemaakt tussen kosten profit-wise en wat ten koste gaat van de planet. In het algemene model zitten de kosten profit wise in het ontwikkelen van de website, de marketing, reiskosten, het personeel en het uitvoeren van de pilot. De distributie gaat ten koste van planet. Bij drop-shipping kunnen de kosten erg hoog zijn voor het vervoeren van goodgets. Dit wordt doorberekend in de prijs voor de goodgets. Bij een distributiecentrum komen er kosten bij voor de huur/koop van het distributiecentrum en loonkosten van eventuele werknemers van het distributiecentrum.

Business Plan Visualisatie

Zie volgende bladzijde.



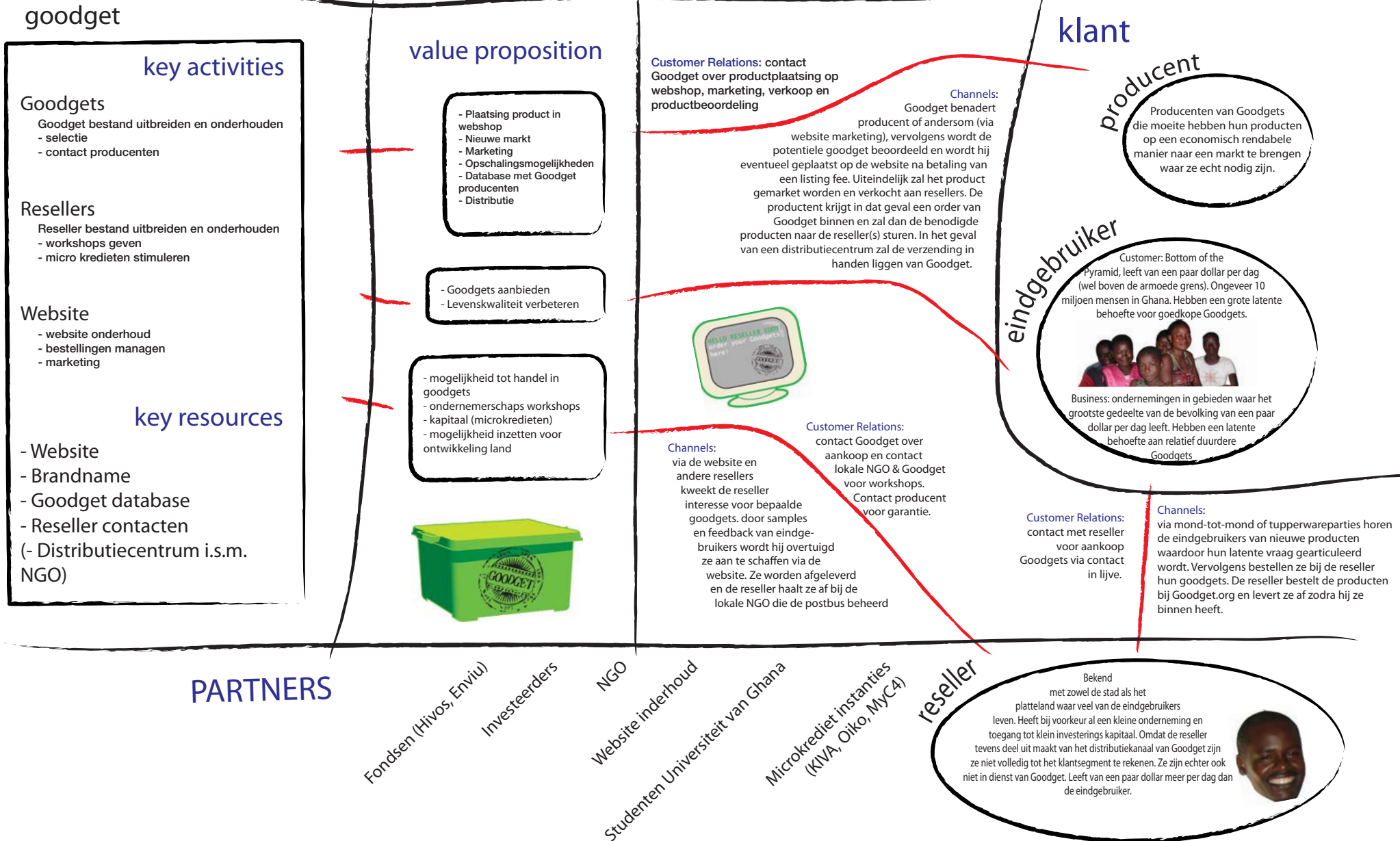
Revenue streams

Goodget krijgt geld binnen van producenten in de vorm van listing fees en een percentage op de verkochte producten. In het geval van een distributiecentrum is er sprake van verticale keten integratie en is er meer controle over de transportkosten. Er kan dan ten opzichte van het dropshippingmodel meer geld binnen komen. Dan zijn er nog inkomsten die niet in geld zijn uit te drukken. Goodget verbetert de levensomstandigheden van de eindgebruikers doordat zij de goodgets kunnen gebruiken.



Cost structure

Bij de kosten is er onderscheid gemaakt tussen kosten profit-wise en wat ten koste gaat van de planet. In het algemene model zitten de kosten profit wise in het ontwikkelen van de website, de marketing, reiskosten, het personeel en het uitvoeren van de pilot. De distributie gaat ten koste van planet. Bij drop-shipping kunnen de kosten erg hoog zijn voor het vervoeren van goodgets. Dit wordt doorberekend in de prijs voor de goodgets. Bij een distributiecentrum komen er kosten bij voor de huur/koop van het distributiecentrum en loonkosten van eventuele werknemers van het distributiecentrum.



4.4 Financiële situatie resellers en Goodget

Om een reëler financieel beeld te kunnen krijgen rond Goodget, is begonnen met kijken naar de financiële situatie van de reseller, zie voor het overzicht bijlage H. Er is uitgegaan van de volgende gegevens:

- Reseller verkoopt gemiddeld per jaar 2 producten per dag, 7 dagen per week
- Producten kosten de reseller 15\$ per stuk, hij verkoopt ze voor 17\$
- Hij koopt elke week voorraad in, zo is er het minste risico aan verbonden voor Goodget
- Reseller levert eigen vermogen van 40 dollar, om zo meer verantwoordelijkheidsgevoel te hebben
- Reseller krijgt microkrediet lening van 210 dollar, met rente van 10% per jaar
- Reseller krijgt in eerste instantie vanaf de tweede week een loon van 20\$ per week

Dit levert voor Goodget het volgende op:

1. In het eerste jaar zijn er gemiddeld 10 resellers als hierboven beschreven voor Goodget.
2. Goodget verkoopt producten aan resellers met 2 dollar marge en krijgt 2 dollar van de producent per verkocht product. Dit levert een post inkomsten uit verkoop van 123.760 dollar in het eerste jaar. De kosten aan inkoop bedragen 94.640 dollar.
3. Zie bijlage H voor een ruw eerste overzicht van het overige financiële plaatje. Aan de kant van inkomsten zullen de posten nog aangevuld moeten worden. Dit zal nog verder moeten uitgewerkt.

Het financiële plaatje is nu meer reëel omdat het is gebaseerd op de reseller. De verkoop van producten is maatgevend voor financiën van Goodget.

4.5 Conclusie

Het concept is gedetailleerder uitgewerkt. Het is duidelijk geworden dat Goodget niet van de een op de andere dag een succes wordt, hiervoor is veel voorbereiding en onderzoek nodig. Veel details die nu zijn vastgelegd kunnen in praktijk erg verschillen. Het is dus noodzakelijk dat er op locatie in Ghana een haalbaarheidsonderzoek wordt uitgevoerd bestaande uit een pilot en een marktonderzoek. Als deze zijn uitgevoerd kan dit concept geëvalueerd worden en aangepast om Goodget dan tot een winstgevende onderneming te maken.



- Lokaal geproduceerde goodgets uitzoeken en feedback geven op onze goodget lijst.
- Huidige goodgets voorleggen en mogelijkheden bespreken
- 5. Enquetes voorbereiden die gericht zijn op resellers en eindgebruikers. Deze enquetes zouden in moeten gaan op de volgende punten en helpen bij het marktonderzoek:
 - Resellers:
 1. Welke producten zouden ze willen en kunnen verkopen?
 2. Wie zien zij als mogelijke afzetmarkt?
 3. Hoeveel marge denken zij te maken?
 4. Wat zijn hun mogelijkheden voor distributie & verkoop: via winkeltjes, huis-aan-huis of tupperware parties?
 5. Wat zijn hun ervaringen met ondernemen?
 - Eindgebruikers
 - Plan de reis naar Ghana. Zorg voor de benodigde visa en andere praktische zaken.

5.2 Marktonderzoek in Ghana

Het marktonderzoek is er om antwoorden te vinden op vragen waar in Nederland nog geen antwoord op kan worden verkregen. Veel aspecten moeten in de praktijk worden ondervonden. Voor het verkrijgen van deze informatie kan gebruik worden gemaakt van de enquetes die in Nederland zijn opgesteld. De volgende aspecten moeten worden onderzocht tijdens het marktonderzoek.

1. Wat is het profiel van de reseller? Denk hierbij aan gezinssamenstelling, jaarinkomen, woonplaats, opleidingsniveau, leeftijd, geslacht, etc.
2. Wat is het profiel van de eindgebruiker?
3. Waar zijn betrouwbare resellers te vinden die al ondernemen?
4. Waar zijn potentiële resellers te vinden?
5. Hoe kan contact worden gehouden met de resellers?
6. Wat zijn gangbare betaalvormen?
7. Wat moet geleerd worden bij de ondernemingsworkshops?
8. Naar welke producten is behoefte?
9. Welke producten worden lokaal geproduceerd en zouden ook aangeboden kunnen worden via Goodget?
10. Moeten wij ons registreren bij de kvk van Ghana?
11. Moet het merk Goodget geregistreerd worden in Ghana?
12. Met welke microkrediet instanties kan Goodget samenwerken?
13. Waar wordt geld van microkredieten aan uitgegeven in Ghana?
14. Zijn er producten die nu worden aangeboden in Ghana waar een duurzamer alternatief voor is?
15. Zouden studenten in Ghana mee kunnen helpen op bijvoorbeeld management niveau?
16. Welke NGOs zouden samen willen werken met Goodget?
17. Welke banken zouden willen samen werken met Goodget?
18. Welke producten verkopen de Chinezen en voor welke prijs?



5.3 Pilot in Ghana

Business Model

Het uiteindelijke businessplan beschreven zoals in hoofdstuk 4 verschilt van de pilot zoals we die gaan starten in Ghana. Tijdens de pilot in Ghana gaat Goodget onderzoek doen naar de bedrijfsprocessen zoals ze plaatsvinden in het uiteindelijke business model. Tegelijkertijd zal Goodget proberen de pilot via fases steeds verder uit te bouwen totdat het daadwerkelijke model wordt bereikt. De pilot is de stap van het uitgewerkte concept Goodget naar de succesvolle onderneming Goodget.

De Pilot

Tijdens het eerste bezoek aan Ghana is het de bedoeling dat zoveel mogelijk van deze fase wordt voltooid. Goodget is nog niet rendabel en wordt grotendeels gefinancierd door subsidies. De pilot zal deels samenvallen met het marktonderzoek, veel van de vragen die gesteld worden in dit onderzoek kunnen namelijk beantwoord worden tijdens de pilot. De belangrijkste dingen die onderzocht moeten worden tijdens de pilot is de praktische uitvoering van de distributiescenario's, de inzet van de resellers, in welke mate de geselecteerde goodgets aanslaan en hoe het beste betaald kan worden.

Resellers

Tijdens de pilot hebben we vijf resellers. Deze resellers verkrijgen we via onze bovengenoemde contacten. De resellers zijn reeds gevestigde ondernemers met contacten in de eindgebruikers doelgroep.

Goodgets

Tijdens de pilot beginnen we met een aantal samples afhankelijk van de grootte en prijs van de Goodget. Van het theezakje hebben we enkele tientallen samples en van de duurdere hipporoller zullen we er twee meenemen. In tabel 5.3 de tabel met producten.

	price	amount	
Hippo Roller	75	3	225
Simple Mobile Phone	11	5	55
Focus on Vision	1	10	10
LIFESTRAW family	26	3	78
Mechanically powered flashlight	1	10	10
P.Light: Solata	10	3	30

TEA-bag waterfilter	0,005	200	1
Waterfilter	22,5	3	67,5
Insect Repellent Lamp	7,5	3	22,5
KIRAN	10	3	30
LIFESTRAW	7	3	21
Wind-Up Radio	10	3	30
Lunapads	10	3	30
Ceramic Water Filter	10	3	30
P.Light: Nova series	30	3	90
Zakmes	8	3	24
Solar Pebble	10	3	30
totaal			784

Tabel 5.3 (prijzen in dollar, waar de prijzen niet bekend waren is een benadering genomen van een vergelijkbaar product)

In totaal hebben we voor alle samples dus ongeveer 800 dollar nodig. Dit kost ongeveer eenzelfde bedrag om te transporteren, dus de post samples voor de pilot is ongeveer 1600 dollar.

Het plan

1. Het eerste deel van de pilot zal plaatsvinden vanuit de reeds bestaande ervaringen van de resellers. Aan de hand van tupperware parties op markten en bij shops van de resellers zal veel informatie ingewonnen worden over de producten. Bij de tupperware parties zal een aantal eindgebruikers gekozen worden die een sample kunnen uit proberen. Met deze eindgebruiker wordt tijdens de pilot in Ghana contact gehouden.
2. Zodra van alle producten een of meerdere samples zijn uitgegeven worden na een week de producten geëvalueerd bij de eindgebruikers. Bij deze producten wordt allemaal een handleiding geleverd, dit zal altijd gebeuren. De evaluatie zal deels in combinatie gaan met het marktonderzoek. Uitgezocht moet worden of de eindgebruiker het product handig lijkt en wat voor bedrag hij of zij ervoor over heeft. Hierna kan gekeken worden of dit bedrag financieel haalbaar is. Na een aantal weken kan er weer een evaluatieronde gehouden worden.
3. Na de eerste ronde kan de eerste verkoopronde beginnen. Weer zullen er tupperware parties gehouden worden, maar ditmaal kunnen eindgebruikers de producten ook bestellen. De resellers zullen bestellijsten hebben waar de eindgebruikers hun



bestellingen op kunnen aangeven. De bestellijsten van de resellers worden samengebracht. Vervolgens wordt de eerste dropshipment getest.

4. De lijsten worden doorgespeeld naar de Goodget delegatie in Nederland. Deze zullen de goodgets bestellen bij de producenten en een gecombineerde vracht maken voor dropshipment. Ze worden verstuurd naar een partner-NGO in Ghana.
5. Aangekomen in Ghana kunnen de resellers hun goodgets afhalen bij de partner-NGO in Ghana en ze afleveren bij de eindgebruikers en de betaling in ontvangst nemen. Deze eerste verkoopronde zal geld opleveren, maar aangezien er nog niet wordt gewerkt met micro kredieten hebben we hier wel een investering voor nodig. We gaan hieruit van het dubbele van wat we voor de samples nodig hebben, dat is dus 3200 dollar.
6. Met de ervaringen van de resellers zal i.s.m. met het contact van Werner en een lokale NGO een ondernemerscursus worden ontworpen. Hier kunnen potentiële resellers die gevonden zijn tijdens het marktonderzoek een eerste bèta versie van deze cursus volgen. Na deze cursus en hun eerste verkochte producten zullen zij een officieel Goodget Reseller certificaat krijgen en een officieel Goodget Reseller verkoopshirt. In totaal hebben wij nu 10 resellers.
7. Op dat moment zit het haalbaarheidsonderzoek erop. De lokale NGO beheert het postpunt voor het bezorgen van de goodgets, en een SIFE- of universiteitsteams is contact voor de ondernemingscursussen. Terug in Nederland zal met de producenten worden besproken over de website en de listing fees.

5.4 Terug in Nederland

Wanneer het haalbaarheidsonderzoek is uitgevoerd is het belangrijk om de resultaten en verregen kennis te evalueren. Aan de hand hiervan kan het concept verbeterd worden en Goodget in de toekomst verder groeien tot een succesvolle onderneming. De volgende punten dienen geëvalueerd te worden:

1. Welke goodgets werden tijdens de pilot goed verkocht? En waarom?
2. Welke goodgets die lokaal geproduceerd worden kunnen ook aangeboden worden via Goodget.org?
3. Is er gebleken dat er nog een goodget gevonden moet worden voor een behoefte?
4. Hoe kunnen grote bestellingen worden gemanaged?
5. Met wie moet regelmatig contact worden gehouden? En hoe kan dit het beste gebeuren?
6. Op welke punten moet de ondernemingsworkshop verbeterd worden? Bij deze evaluatie is het verstandig om contact op te nemen met Werner van Ekkendonk.
7. Is het mogelijk om in de toekomst resellers elkaar te laten coachen?
8. Zijn er al producten zodanig verouderd dat ze niet meer aantrekkelijk zijn om aan te bieden via Goodget.org?



5.5 Nabije toekomst 2-5 jaar

Na de evaluatie van het haalbaarheidsonderzoek kan gekeken worden of de volgende dingen al verder ontwikkeld kunnen worden. Onderstaande punten zouden kunnen worden gerealiseerd binnen een tijdsspan van 2 tot 5 jaar.

1. Het ontwikkelen van online betaalmogelijkheden zodat resellers in Ghana Goodget online kunnen betalen.
2. Is het mogelijk om met een mobiele telefoon te betalen?
3. Hoe kan van Zuid Ghana naar Noord Ghana worden uitgebreid?
4. Kan er een beloningssysteem worden opgezet om de resellers te stimuleren om meer goodgets te verkopen?
5. Is het ook mogelijk om naast particulieren ook grotere instanties als NGOs goodgets te leveren? Hier kan gedacht worden aan biogas installaties om electriciteit op te wekken.

5.6 Verre toekomst 10-20 jaar

Sommige dingen zijn nog te ambitieus om binnen 2 tot 5 jaar te ontwikkelen. De volgende punten kunnen herzien worden na 10 tot 20 jaar.

1. Welke internationale uitbreidings mogelijkheden zijn er?
2. Is het mogelijk om medicijnen aan te bieden?
3. Is het mogelijk om franchises op te zetten van Goodget?

5.7 Conclusie

Om de stap te maken van concept naar zelfonderhoudende onderneming zal het haalbaarheidsonderzoek uitgevoerd moeten worden in Ghana. Zodra dit is uitgevoerd kan Goodget de volgende grote stap maken. Het is belangrijk dat de ontwikkeling van Goodget gezien wordt als iteratief proces, nieuwe bevindingen beïnvloeden veel aspecten van de onderneming en zullen daarop aangepast moeten worden. Nieuwe kennis moet worden teruggekoppeld en toegepast.

Het haalbaarheidsonderzoek bestaande uit de pilot en marktonderzoek is erg geschikt om uit te laten voeren door een groep studenten van de minor International Entrepreneurship and Development in het academisch jaar 2011-2012. Hierbij kunnen zij bovenstaand plan als uitgangspunt nemen.



Hoofdstuk 6: Conclusie en aanbevelingen

Het doel van dit rapport is het uitbrengen van een advies aan Elvira de Rooij, initiatiefneemster van Goodget. De onderneming Goodget maakt duurzame, innovatieve en zuinige producten beschikbaar voor de armere mensen in de wereld. Dit zorgt ervoor dat het leven van de eindgebruikers van deze goodgets verbetert of makkelijker wordt gemaakt met behulp van deze producten. Daarnaast bereiken producenten van goodgets een veel groter deel van hun potentiële afzetmarkt. De visie van Goodget is: het bewerkstelligen van een duurzame economische groei, toenemende welvaart en stabiele samenleving zonder dat dit ten koste gaat van het milieu. Dit kan bereikt worden door duurzame, innovatieve en zuinige goodgets te verkopen om zo niet de marktwerking te ondermijnen. De goodgets worden van Goodget gekocht door een reseller. De reseller verkoopt de goodgets door aan de eindgebruikers.

Het advies aan Elvira heeft de vorm van concrete aanbevelingen en stappenplannen waarmee Goodget kan groeien naar een zelfonderhoudende onderneming. Deze zijn tot stand gekomen na het analyseren van het initiële concept van Elvira. Zowel het business plan als het financiële plan zijn kritisch bekeken en de sterktes en zwaktes geïdentificeerd. De grootste zwakte op dit moment van Goodget is het gebrek van concrete kennis over de markt in Ghana. Daarnaast ligt de focus op een zeer complexe en dure website. Het sterke punt van Goodget is dat het producten aanbiedt aan mensen die daar nu geen beschikking over hebben maar wel echt behoefte naar hebben.

Er zijn 17 producten geselecteerd die de naam goodget mogen dragen aan de hand van de volgende criteria: levensduur, duurzaamheid, geschikt voor particulier gebruik, behoefte vanuit de markt, prijs en omvang. Deze producten kunnen het beste in het begin duidelijk worden tentoongesteld op de website Goodget.org. In eerste instantie zal de website de vorm van een overzicht of database van goodgets moeten hebben. Later kan dit veranderen in een webshop waar de goodgets ook besteld kunnen worden en online betaald. Er zijn twee scenario's voor het distribueren van de goodgets. In het eerste geval wordt er gebruik gemaakt van dropshipping. In dat geval bestelt de reseller via Goodget.org de producten, geeft Goodget de bestelling door aan de producent van de goodgets en is de producent er verantwoordelijk voor dat de producten aankomen bij de reseller. Het tweede scenario is het opzetten van een distributiecentrum. Dit distributiecentrum heeft de vorm van een opslag en kan in handen zijn van Goodget of een NGO. Resellers kunnen dan goodgets inkopen bij het distributiecentrum. Goodget is verantwoordelijk voor de instandhouding van de voorraad.

Goodget is nu uitgewerkt tot een nog concreter concept. Om Goodget te laten ontwikkelen tot een succesvolle en zelfonderhoudende onderneming is er meer kennis nodig van de markt in Ghana. Er is dus nog een tussenstap nodig: een haalbaarheidsonderzoek. Dit haalbaarheidsonderzoek bestaat uit een marktonderzoek en een pilot. Hierbij wordt onder andere onderzocht welk distributie scenario het beste is, welke van de 17 goodgets goed aanslaan, waar betrouwbare resellers te vinden zijn en hoe de betaling op locatie in zijn werk gaat. Het marktonderzoek richt zich op het verkrijgen van kennis, de pilot is gericht op het uitvoeren van de distributie en betalingsprocessen in de praktijk. De kennis die hieruit komt dient te worden gebruikt om de zwakte van Goodget op dit moment weg te werken, namelijk het gebrek aan praktijk ervaring in ondernemen in Ghana. Dit haalbaarheidsonderzoek is ook een goede kans om partners te vinden. Partners kunnen gevonden worden in de vorm van bijvoorbeeld, lokale NGOs, de universiteit van Ghana of groepen lokale ondernemers.

Voor de uitvoering van het haalbaarheidsonderzoek is een uitgebreid stappenplan opgesteld. De uitvoering vergt voorbereiding in Nederland alvorens op locatie in Ghana het marktonderzoek en de pilot kunnen worden uitgevoerd. Terug in Nederland dient alle verkregen kennis te worden teruggekoppeld en toegepast op het huidige concept om zo Goodget weer een stap verder te helpen in de ontwikkeling naar een succesvolle onderneming. Deze ontwikkeling is een iteratief proces. Tijdens de volgende minor zullen studenten dit stappenplan uit kunnen voeren. Zij kunnen dit rapport daarvoor als uitgangspunt nemen. Daarnaast zijn er ook mogelijkheden om nog verder te groeien in de nabije toekomst (2-5 jaar) en in de verre toekomst (10-20 jaar). Deze mogelijkheden zijn in grote mate afhankelijk van de ontwikkeling van het internet en de mobiele telefonie in Afrika.



