



STAGE VERSLAG



PLUS
Van Velzen



E-COMMERCE



**ONLINE, VERBINDEN
EN VERDER GROEIEN**



Julian Oskam



**HOGESCHOOL
ROTTERDAM**

Stage verslag

Plus van Velzen
Lopik



Door:

Julian Oskam
(1130348)
Ent1E

ENTTOW01J1

Ondernemerschap & Retail Management
Hogeschool Rotterdam

Onder begeleiding van Jelle Lamens

10-06-2026

Voorwoord

Dit is mijn stageverslag over de e-commerceafdeling van PLUS Van Velzen in Lopik en is onderdeel van de cursus *ENTTOW01J1 – Talentontwikkeling & Stage*. Dit verslag is de afsluiting

van mijn stage in het eerste jaar van de opleiding Ondernemerschap & Retail Management aan de Hogeschool Rotterdam. Ik heb vier weken lang meegewerkt en gelopen op de e-commerce afdeling om te kijken hoe het proces rondom de online bestellingen verloopt en hoe dit nog beter kan.

Zonder hulp had ik dit verslag niet kunnen maken zoals het nu is. Daarom wil ik graag een paar mensen bedanken. Allereerst Harold van Velzen, omdat ik stage mocht lopen in zijn winkel. Ook mijn stagebegeleider Jelle Lamens en afdelingschef Rick Timmer wil ik graag bedanken. Ik kon altijd alles aan ze vragen en ze gaven me de ruimte om zelfstandig aan de slag te gaan. Ook wil ik de klanten en oud-medewerker bedanken die geholpen hebben bij de interviews.

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
Inleiding	4
Hoofdstuk 1: Het 7S model invullen voor het stagebedrijf	5
Hoofdstuk 1.1: Strategy – Strategieanalyse e-commerce	6
Hoofdstuk 1.2: Systems - Systemen binnen de e-commerce afdeling.....	8
Hoofdstuk 1.3: Staff - Selectie & Onboardingproces nieuwe werknemers	9
Hoofdstuk 1.4: Structure – Organogram & Communicatie	11
Hoofdstuk 1.5: Skills – PDCA-Cyclus binnen het bedrijf.....	14
Hoofdstuk 1.6: Style – Leiderschap binnen het bedrijf	16
Hoofdstuk 1.7: Shared Values – Normen en waarden binnen PLUS.....	18
Hoofdstuk 2: Reflectieopdracht	20
Hoofdstuk 2.1: Reflectie per periode	21
Hoofdstuk 2.2: Intrapreneurship vs Entrepreneurship	22
Hoofdstuk 2.3: Persoonlijke en professionele ontwikkeling.....	22
Conclusie	23
Aanbevelingen	24
Literatuurlijst	26
Bijlagen	27
Bijlage 1: Beoordelingsformulier begeleider	28
Bijlage 2: Interview vragen	28

Inleiding

Steeds meer mensen bestellen hun boodschappen online. Ook bij PLUS Van Velzen in Lopik wordt de e-commerceafdeling daarom steeds belangrijker. De winkel wil er graag voor zorgen dat klanten online net zo makkelijk en fijn boodschappen kunnen doen als in de fysieke winkel.

Als student Ondernemerschap & Retail Management heb ik de afgelopen weken meegelopen op deze online-afdeling. Het doel van mijn stage was tweeledig: kijken hoe de afdeling werkt en advies geven om dingen te verbeteren, én reflecteren op mijn eigen doelen.

Mijn verslag is opgedeeld in twee duidelijke hoofdstukken. In hoofdstuk 1 neem ik de hele organisatie onder de loep aan de hand van zeven vaste punten: Strategie, Systemen, Personeel, Structuur, Vaardigheden, Stijl van leidinggeven en de Cultuur van het bedrijf. Ik leg per punt uit hoe het er nu voor staat bij de PLUS en geef aan het eind van elk stukje een handig advies.

In hoofdstuk 2 gaat het vooral over mijn eigen ontwikkeling. Ik kijk terug op wat ik dit schooljaar allemaal heb gedaan. Ook vergelijk ik het hebben van een eigen bedrijf met het werken voor een baas. Tot slot vertel ik of het me is gelukt om zelfstandiger te worden op de werkvloer.

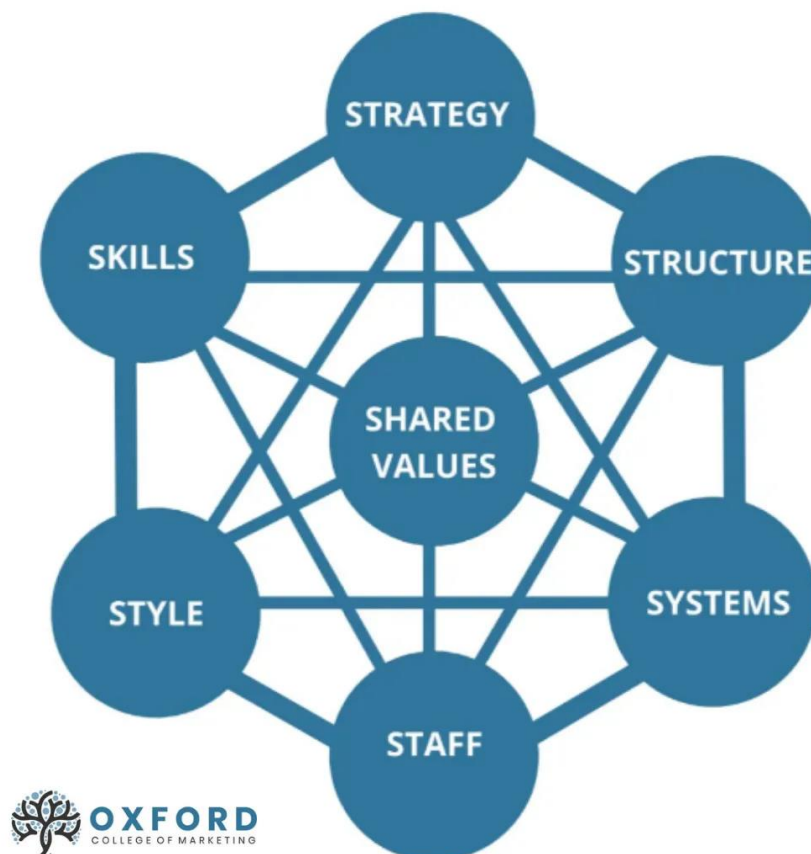
Hoofdstuk 1: Het 7S model invullen voor het stagebedrijf

Om een organisatie goed te kunnen analyseren, wordt vaak gebruikgemaakt van het 7S-model van McKinsey. Dit model bestaat uit zeven factoren die gezamenlijk invloed hebben op het functioneren en de prestaties van een onderneming. Het model laat zien dat organisaties niet succesvol worden door slechts één onderdeel goed uit te voeren, maar juist door samenhang en balans tussen alle factoren te creëren.

De zeven factoren binnen het 7S-model beïnvloeden elkaar voortdurend. Wanneer één factor verandert, heeft dit automatisch invloed op de andere onderdelen van de organisatie. Daarom is het belangrijk dat alle factoren elkaar ondersteunen om een effectieve en efficiënte organisatie te realiseren.

Daarnaast maakt het model duidelijk dat er geen standaardmanier van succes bestaat die voor iedere onderneming hetzelfde is. Iedere organisatie heeft een eigen aanpak nodig die past bij de doelen, werkwijze en bedrijfscultuur. Het 7S-model helpt om inzicht te krijgen in deze samenhang en om verbeterpunten binnen de organisatie te signaleren.

In dit hoofdstuk wordt het 7S-model toegepast op PLUS Van Velzen, waarbij de volgende factoren van de organisatie worden geanalyseerd;



(McKinsey's 7S Model | Oxford College Of Marketing)

Hoofdstuk 1.1: Strategy – Strategieanalyse e-commerce

Strategy gaat over de lange termijnplannen en doelen van een organisatie. Hierbij wordt gekeken naar de manier waarop een bedrijf zich wil onderscheiden van concurrenten en welke keuzes worden gemaakt om succes te behalen. Denk hierbij aan groei, klantgerichtheid en innovatie.

Huidige strategie van Plus van Velzen

Momenteel richt de e-commerce afdeling van de PLUS zich voornamelijk op klantgerichtheid, gebruiksgemak en online groei. Steeds meer klanten doen hun boodschappen online, waardoor het belangrijk is dat de webshop overzichtelijk, snel en betrouwbaar is voor de klanten.

Daarnaast probeert de onderneming zich te onderscheiden door:

- Een ruim online assortiment aan te bieden
- Snelle en correcte levering van boodschappen
- Een gebruiksvriendelijke webshop
- Acties en aanbiedingen ook online zichtbaar maken
- Klanten zowel online als fysiek winkel goed te helpen (klantenservice)

De e-commerceafdeling ondersteunt hiermee dus de algemene strategie van PLUS.

Hoe komt deze strategie tot uiting binnen het bedrijf?

Tijdens gesprekken met de assistent-bedrijfsleider (Jelle Lamens) en afdelingschef (Rick Timmer) werd mij duidelijk dat klanttevredenheid centraal staat binnen de PLUS, zij hopen dan ook zo min mogelijk klachten binnen te krijgen. Ook de medewerkers binnen de e-commerce afdeling houden zich dagelijks bezig met het zo zorgvuldig mogelijk verzamelen van de boodschappen zodat klanten kwalitatieve producten ontvangen.

De strategie komt op verschillende manieren naar voren, zo proberen de medewerkers snel te reageren bij vragen of klachten over de boodschappen. Hierdoor blijven de klanten loyaler en vertrekken ze minder snel. Ook wordt er gekeken naar manieren om het online-bestelproces makkelijker te maken voor de klanten. De combinatie fysieke winkels en online dienstverlening zorgt ook voor extra gemak bij klanten. Dit zijn punten waaruit blijkt dat PLUS actief bezig is met het verbeteren van de online-dienstverlening en klantrelaties.

Mijn advies voor verdere groei voor de e-commerce afdeling

Voor de verdere groei van de e-commerce afdeling adviseer ik om gebruik te maken van de groeistrategieën van Ansoff. Mijn voorkeur gaat hierbij uit naar marktpenetratie en gedeeltelijke productontwikkeling.

Waarom marktpenetratie?

Bij marktpenetratie probeert PLUS meer klanten aan te trekken in de huidige markt waarin ze actief zijn. Dit kan door zich meer te richten op online reclame via sociale media, momenteel wordt dit steeds meer gedaan op andere afdelingen binnen de PLUS maar nog niet binnen de e-commerce afdeling. Ook raad ik aan om persoonlijke aanbiedingen aan te bieden voor vaste/loyale klanten, denk hierbij aan gratis bezorging als een klant 3 maanden lang elke week een bestelling plaatst. Of bijvoorbeeld een spaarsysteem voor online bestellingen waarbij ze bij een bepaald aantal punten kans maken op aanbiedingen!

Momenteel is er weinig tot geen promotie voor online bestellingen in de fysieke winkel. Ook hier kan meer mee gedaan worden, denk dan aan simpele marketing zoals; posters en reclameborden in de winkel, qr codes op winkelwagens/kassabonnen/schappen om klanten naar de webshop te leiden, folders en flyers meegeven bij de kassa. Hierdoor kunnen bestaande klanten vaker bestellen en kunnen nieuwe klanten worden aangetrokken.

Waarom productontwikkeling?

Daarnaast kan PLUS groeien door nieuwe online diensten aan te bieden. De huidige webshop van PLUS biedt al de mogelijkheid om online boodschappen te bestellen. Toch zijn er verschillende manieren waarop deze dienst verder ontwikkeld kan worden om beter aan te sluiten op de wensen van klanten. Hierin zijn de bestaande klanten van PLUS de markt.

Zo dacht ik aan een herhaalfunctie bij het bestellen van je boodschappen, klanten kunnen hierdoor met één klik op de knop eerdere bestellingen opnieuw plaatsen. Ook een digitale chatbot lijkt me handig om te installeren op de website van PLUS, momenteel zijn er namelijk veel klachten die telefonisch bij de assistent-bedrijfsleider terechtkomen en s'avonds bij de shiftleider. Dit is niet gelijk een probleem, maar zij staan minder nauw in contact met de e-commerce waardoor ze niet altijd de beste hulp kunnen bieden.

Hoofdstuk 1.2: Systems - Systemen binnen de e-commerce afdeling

Binnen het 7S-model staat Systems voor alle systemen, processen en werkwijzen die een organisatie gebruikt om dagelijkse werkzaamheden goed te laten verlopen. Deze systemen houden alles bij binnen een organisatie, denk hierbij aan omzet, werkefficiëntie, bestelprocessen etc.

Huidige systemen

Binnen de PLUS wordt vooral TOP G&A gebruikt, dit is een systeem waarin alles automatisch opgeslagen en opgezocht wordt. Dit wordt winkelbreed gebruikt door de meeste afdelingen om bijvoorbeeld op de voorraden te letten. Binnen de e-commerce afdeling wordt hier een stuk minder gebruik van gemaakt.

Die afdeling maakt vooral gebruik van Store Mate. Dit systeem ondersteunt medewerkers bij verschillende dagelijkse werkzaamheden binnen de PLUS en de e-commerce afdeling. Store Mate moet je zien als een management – en informatiesysteem dat helpt bij het controleren en opslaan van processen in de winkel. Met Store Mate kunnen medewerkers of managers bestellingen van klanten verwerken, werkefficiëntie van order verzamelaars en de volledigheid van de boodschappen van klanten analyseren.

Tijdens gesprekken met de afdelingschef van de e-commerce afdeling werd duidelijk dat de systemen dagelijks veel worden gebruikt om online bestellingen soepel te laten verlopen. Wanneer een klant een bestelling plaatst via de webshop, komt deze automatisch in het bestelsysteem terecht. Vervolgens verzamelen medewerkers de producten in de winkel. Het voorraadbeheersysteem controleert daarbij of producten beschikbaar zijn. Daarna wordt de bestelling klaargemaakt voor bezorging of afhalen. Ook werd aangegeven dat klantgegevens belangrijk zijn voor de service. Medewerkers kunnen bijvoorbeeld eerdere bestellingen bekijken wanneer een klant een vraag heeft over een product of bestelling.

Mijn advies voor Store Mate

Op dit moment merk ik dat klanten vaak teleurgesteld worden omdat sommige producten niet meer op voorraad zijn. Om dit op te lossen adviseer ik om voorraadkoppeling naar de webshop te implementeren. Door de koppeling van de actuele voorraad naar de webshop zien klanten online dat het product niet meer voorradig is, hierdoor kunnen ze zelf een alternatief product kiezen wat minder leidt tot teleurstelling of discussie over een te duur alternatief product dat door een verzamelaar verzameld wordt.

The screenshot shows the PLUS webshop interface. At the top, there is a green header with the PLUS logo and a search bar. Below the header, there is a navigation menu with categories like 'Producten', 'Aanbiedingen', 'Recepten', 'Goed eten', 'Spaaracties', 'Zakelijk', 'Winkels', and 'Meer'. The main content area is titled 'Frisdrank' and shows 560 products. A sidebar on the left lists categories like 'Cola', 'Sinas, cassis', 'Lemon-lime, tonic', 'Isthee', 'Sportdrink, energiedrank', and 'Overige frisdrank'. The main product grid displays four items: 'PLUS Cola zero' (0,95), 'Coca-Cola Original taste 4-pack' (6,65), 'Coca-Cola Zero sugar' (2,99), and 'Coca-Cola Zero sugar 4-pack' (6,45). Each product has a price tag and a green plus sign icon. The page also includes a 'Sorteer op' dropdown menu set to 'Meest gewild'.

Hoofdstuk 1.3: Staff - Selectie & Onboardingproces nieuwe werknemers

Staff gaat over de medewerkers binnen de organisatie. Hierbij wordt gekeken naar hoe managers omgaan met medewerkers en welke sfeer er binnen een organisatie heerst. In dit deel behandel ik vooral de manier waarop een nieuwe medewerkers wordt geselecteerd en het onboardingsproces dat hierbij hoort.

Selectie nieuwe werknemers

Plus van Velzen is momenteel niet actief bezig met het promoten van vacatures, als dit wel gebeurt wordt er een klein promotie stukje op sociale media of in de plaatselijke krant gezet. Dit komt omdat Plus van Velzen best een luxepositie heeft met betrekking tot de vraag naar werk. Plus van Velzen is namelijk gevestigd in Lopik, een klein dorp met weinig andere werkgelegenheden voor jongeren van 14-17 jaar. Hierdoor is er eerder sprake van een wachtrij bij de vacatures dan een zoektocht naar nieuwe werknemers.

Om als boodschappenverzamelaar te kunnen werken bij Plus van Velzen moet je een online vacature invullen, deze kan je op de website vinden. Nadat de vacature is ingevuld kijkt de afdelingschef of je oud genoeg bent om bij PLUS te kunnen werken. Vervolgens word je gebeld om op gesprek te komen, hier wordt dan gevraagd naar je beschikbaarheid, flexibiliteit, wanneer ze echt willen werken en wat ze buiten school doen. Aan de hand hiervan maakt de afdelingschef de keuze om een vervolgesprek in te plannen. Als dit het geval is word je weer gebeld en wordt er besproken wanneer je kan beginnen. Nu ben je aangenomen!

The screenshot shows the PLUS website interface for a job application. At the top, the PLUS logo is visible, along with navigation links for 'Vacatures' and 'Werken bij PLUS'. The main heading is 'Boodschappenverzamelaar' with a green 'Solliciteer direct' button. A green circular badge on the left says 'Geen CV nodig om te solliciteren'. Below this, there is a section for 'Parttime' (8 - 12 uur) and contact information for PLUS Van Velzen: 0348-551224, President Kennedyaan 2, 3411 BR, Lopik. A map shows the location in Lopik, near 'Dirk Kramer Lopik' and 'PLUS Van Velzen'. The 'Wat ga je doen?' section describes the role: 'Jij maakt online bestellingen klaar voor verzending door in de winkel alle boodschappen te verzamelen. Je scant producten zorgvuldig en houdt de houdbaarheidsdatum en de kwaliteit in de gaten. Ook de hygiënevoorschriften leef je na, speciaal voor producten uit de koeling. Omdat je veel in de winkel aan het werk bent, sta je af en toe klanten te woord. Uiteraard servicegericht en vriendelijk.' The 'Wie ben je?' section lists requirements: 'Je bent een echte aanpakker', 'Je houdt van werken met collega's en klaarstaan voor klanten', 'Je bent lekker flexibel en pletje-precies', and 'Service en klantvriendelijkheid zitten in je bloed'. The 'Wat bieden we je?' section describes the benefits: 'Bij de PLUS bij jou in de buurt word je elke dag opnieuw uitgedaagd. Hoe?! Je komt in een omgeving terecht met leuk en afwisselend werk waarin je veel vrijheid krijgt. Je kunt écht het beste uit jezelf halen. Niet meer genoeg uitdaging? Dan kun je bij ons altijd doorgroeien. Er zijn binnen PLUS diverse manieren om jezelf te ontwikkelen. Je krijgt veel eigen verantwoordelijkheid en je wordt onderdeel van een gemotiveerd en gezellig team van collega's. We doen het samen. Tegelijkertijd ben je dagelijks bezig met het in de watten leggen van onze klanten. Zeg nou zelf, zo'n baan wil je toch?'. At the bottom, it says 'Kom je werken in een klantvriendelijk, ondernemend en'.

Onboardingproces nieuwe werknemers

Binnen Plus van Velzen worden nieuwe medewerkers begeleid door ervaren collega's en managers. Op het moment dat een nieuwe medewerker binnenkomt wordt hij/zij keurig begeleid. Dit doen ze aan de hand van een inwerk stappenplan dat opgesteld is. Via dit stappenplan weten ze wat een medewerker moet weten en wordt er na elke werkdag gekeken wat de nieuwe medewerker al weet en niet, hierdoor weet de manager/ervaren collega wat er volgende week besproken moet worden. Dit stappenplan is vrij nieuw, maar werkt tot nu toe zeer goed om nieuwe medewerkers zo goed mogelijk te begeleiden.

Mijn advies

Mijn advies met betrekking tot het selecteren van nieuwe medewerkers is om vacatures professioneler en aantrekkelijker te presenteren op sociale media en de website. Hierdoor krijgt PLUS Van Velzen een nog sterkere uitstraling als werkgever en kunnen gemotiveerde kandidaten sneller worden bereikt. Daarnaast kan het helpen om in vacatures duidelijker te beschrijven wat de werkzaamheden, doorgroeimogelijkheden en voordelen van het werken bij PLUS zijn. Dit zorgt ervoor dat sollicitanten beter weten wat zij kunnen verwachten.

Voor het onboardingproces adviseer ik om tussentijdse en afrondende evaluatiegesprekken in te plannen. Hierdoor kun je kijken hoe de nieuwe medewerker ervoor staat en waar hij/zij nog tegen aanloopt.

Hoofdstuk 1.4: Structure – Organogram & Communicatie

Structure beschrijft hoe een organisatie is opgebouwd. Dit gaat bijvoorbeeld over de verdeling van taken, verantwoordelijkheden en afdelingen binnen het bedrijf. Ook de hiërarchie en communicatie tussen medewerkers vallen hieronder. In deze paragraaf is het organogram van PLUS van Velzen uitgewerkt en de wisselwerking hiervan.

Organogram PLUS van Velzen



Harold van Velzen (ondernemer):

Harold is eigenaar/filiaalmanager van PLUS van Velzen. Zijn taken zijn het aansturen van alle afdelingen, personeelsbeleid, financiële resultaten en het nemen van belangrijke beslissingen

Jelle Lamens (manager):

Verantwoordelijk voor de vers/brood afdeling. Hij is verantwoordelijk voor het aansturen van zijn medewerkers en het managen van de algehele winkel

Robin Janssen (manager):

Manager van de algehele winkel.

Rick Timmer (manager)

Verantwoordelijk voor de kw/e-commerce/zuivel afdeling. Hij is verantwoordelijk voor het aansturen van zijn medewerkers en het managen van de algehele winkel.

Danielle Vonk (afdeling chef):

Verantwoordelijk voor de zuivel afdeling. Taken hierbij zijn voorraadbeheer, productkwaliteit en personeelsplanning.

Jaron van de Ven (afdeling chef):

Verantwoordelijk voor de kw (kruidenierswaren) afdeling. Taken hierbij zijn voorraadbeheer, productkwaliteit en personeelsplanning.

Petra van Kesteren (afdeling chef):

Verantwoordelijk voor de vleesafdeling. Taken hierbij zijn voorraadbeheer en productkwaliteit.

Erben Alblas (afdeling chef):

Verantwoordelijk voor de versafdeling. Taken hierbij zijn voorraadbeheer en productkwaliteit.

Leidinggevende kw:

Dit is een groep van 10 jongens, zij leiden de vulploeg in de avond shift. Hun taken hierbij zijn het netjes houden van de winkel, het soepel verlopen van de shift en de winkel strak achterlaten voor de volgende dag.

Leidinggevende kassa:

Dit is elke avond een ander. Deze persoon zorgt ervoor dat iedere kassamedewerker weet wat hij/zij moet doen. In het weekend tellen zij na elke avond de kluis.

Leidinggevende vers:

Officieel zijn er geen echte leidinggevende op deze afdeling, maar meestal is het de oudste medewerker die bepaald wie er wat doet tijdens de avond shift. Ook zorgt hij/zij ervoor dat er goed afgerond wordt voor de volgende dag.

Vulploegmedewerker kw:

Deze medewerkers vullen schappen aan en zorgen voor een nette winkel.

Boodschappenverzamelaar:

Deze medewerkers verzamelen online bestellingen en zorgen ervoor dat klanten hun boodschappen correct ontvangen.

Kassamedewerker:

Zij helpen klanten bij het afrekenen van de boodschappen en het beantwoorden van hun vragen.

Vulploegmedewerker vers:

Deze medewerkers vullen schappen aan en zorgen voor een nette winkel.

Communicatie op horizontaal niveau

Binnen PLUS van Velzen werken veel afdelingen dagelijks samen. Vooral de e-commerce afdeling heeft veel contact met andere afdelingen, omdat online bestellingen afhankelijk zijn van de producten die in de winkel beschikbaar zijn.

Horizontale communicatie vindt plaats tussen medewerkers en afdelingen op hetzelfde niveau. Denk hierbij aan boodschappenverzamelaars die overleggen met vulploegmedewerkers over voorraad of versafdelingen die informatie doorgeeft over een product. Deze communicatie gebeurt meestal mondeling op de vloer of via de oortjes die medewerkers op hebben om met elkaar te communiceren.

Communicatie op verticaal niveau

Verticale communicatie verloopt tussen managers en medewerkers. Managers geven instructies, plannings en feedback aan medewerkers van hun afdeling. Binnen PLUS van Velzen gebeurt deze communicatie vooral via werkoverleggen, mondeling tijdens diensten of gewoon via whatsapp.

Efficiëntie van de taakverdeling

De huidige taakverdeling binnen PLUS van Velzen werkt over het algemeen efficiënt. Iedere afdeling heeft duidelijke verantwoordelijkheden en medewerkers weten meestal goed wat hun taken zijn. Vooral binnen de e-commerce afdeling is samenwerking en tempo belangrijk om online bestellingen op tijd klaar te hebben. Wel komt het tijdens drukke momenten soms voor dat de afdelingen minder goed communiceren, producten moeilijk vindbaar zijn of online bestellingen vertraging oplopen.

Mijn advies voor de wisselwerking tussen afdelingen

Mijn advies voor PLUS van Velzen is om vaste contactpersonen per afdeling aan te stellen. Hierdoor weten medewerkers precies bij wie zij terecht kunnen met vragen of problemen. Vooral binnen de e-commerceafdeling is dit belangrijk, omdat online bestellingen afhankelijk zijn van andere afdelingen binnen de winkel. Wanneer er bijvoorbeeld een product niet op voorraad is, kan de boodschappenverzamelaar direct contact opnemen met een vaste medewerker van de vulploeg of versafdeling. Hierdoor worden problemen sneller opgelost en hoeft er minder gezocht of overlegd te worden. Dit bespaart tijd en zorgt ervoor dat online bestellingen sneller verwerkt kunnen worden.

Hoofdstuk 1.5: Skills – PDCA-Cyclus binnen het bedrijf

Staff gaat over de medewerkers binnen de organisatie. Hierbij wordt gekeken naar personeelsbeleid, ontwikkeling, motivatie en de manier waarop medewerkers worden ingezet. Goed personeel is belangrijk voor het behalen van organisatiedoelen.

Huidige PDCA-cyclus

Binnen PLUS Van Velzen wordt de PDCA-cyclus gebruikt om werkzaamheden binnen de supermarkt en de e-commerceafdeling te organiseren en te verbeteren. De PDCA-cyclus bestaat uit vier onderdelen: Plan, Do, Check en Act. Hiermee kan de organisatie processen controleren en blijven verbeteren.

Plan

Binnen PLUS Van Velzen worden verschillende plannings gemaakt om de dagelijkse werkzaamheden goed te laten verlopen. Managers maken bijvoorbeeld personeelsplanningen, bezorgplanningen, voorraadplanningen en actie- en promotieplanningen.

Voor de e-commerceafdeling wordt vooraf gekeken hoeveel online bestellingen verwacht worden. Op basis daarvan wordt bepaald hoeveel medewerkers nodig zijn voor het verzamelen van boodschappen en het verwerken van online orders. Daarnaast wordt rekening gehouden met drukke momenten zoals feestdagen en aanbiedingen.

Do

Tijdens de uitvoeringsfase worden de werkzaamheden volgens planning uitgevoerd. Medewerkers verzamelen online bestellingen, vullen schappen aan en helpen klanten in de winkel. Managers begeleiden medewerkers en zorgen ervoor dat de werkzaamheden goed verlopen.

Binnen de e-commerceafdeling wordt gewerkt met systemen zoals StoreMate en de webshop om bestellingen efficiënt te verwerken.

Check

PLUS van Velzen controleert regelmatig of werkzaamheden volgens planning verlopen. Managers kijken bijvoorbeeld naar:

- Het aantal online bestellingen
- Levertijden
- Voorraadniveaus
- Klanttevredenheid
- Fouten in bestellingen

Daarnaast wordt op de werkvloer gecontroleerd of medewerkers hun werkzaamheden correct uitvoeren en of klanten tevreden zijn over de service.

Act

Op basis van de controles worden verbeteringen doorgevoerd. Wanneer blijkt dat processen niet goed verlopen, worden aanpassingen gemaakt. Bijvoorbeeld:

- Extra personeel inzetten tijdens drukke momenten;
- Panningen aanpassen;
- Medewerkers extra begeleiden;
- Systemen verbeteren;
- Werkprocessen efficiënter maken.

Hierdoor probeert PLUS van Velzen de kwaliteit van de werkuren steeds verder te verbeteren.

Mijn advies op het PDCA-cyclus

De PDCA-cyclus werkt over het algemeen goed binnen PLUS van Velzen omdat er actief wordt gepland, gecontroleerd en verbeterd waar nodig. Toch denk ik dat er mogelijkheden zijn om de cyclus te optimaliseren

Ik adviseer om vaker gebruik te maken van vaste evaluatiemomenten binnen de e-commerce afdelingen. Hierdoor kunnen problemen sneller worden besproken en opgelost. Tijdens deze momenten kun je het hebben over welke fouten er vaak voor komen, hoe klanten hierop reageren en hoe wij dit momenteel oplossen. Ook kunnen medewerkers kwijt waar ze op dat moment tegenaan lopen.

Daarnaast kan PLUS van Velzen gebruik maken van klantfeedback binnen de check fase van de PDCA-cyclus. Klanten kunnen dan bijvoorbeeld na een online bestelling een korte beoordeling geven over de levering, productkwaliteit en service. Dit zou ervoor moeten zorgen dat klanten minder vaak naar de PLUS bellen om een klacht in te dienen. Ook kan de PLUS hier makkelijker mee aan de slag omdat ze alle gegevens van de klant voor zich hebben en dit niet telefonisch gecommuniceerd hoeft te worden.

Hoofdstuk 1.6: Style – Leiderschap binnen het bedrijf

Style heeft betrekking op de manier van leidinggeven en de bedrijfscultuur. Hierbij wordt gekeken naar hoe managers omgaan met medewerkers en welke sfeer er binnen de organisatie heerst. Een organisatie kan bijvoorbeeld formeel of juist informeel zijn.

Leiderschapsstijl binnen PLUS van Velzen

Binnen PLUS van Velzen is voornamelijk sprake van participatief leiderschap. Bij deze leiderschapsstijl worden medewerkers betrokken bij werkzaamheden en beslissingen op de werkvloer. Managers luisteren naar medewerkers, geven begeleiding en stimuleren samenwerking binnen de verschillende afdelingen.

Deze leiderschapsstijl past goed bij PLUS van Velzen, omdat veel werkzaamheden binnen de supermarkt en de e-commerceafdeling afhankelijk zijn van teamwork en goede communicatie. Medewerkers krijgen verantwoordelijkheid tijdens hun werk en kunnen vaak zelf meedenken over oplossingen of verbeteringen. Daarnaast zag ik dat managers niet alleen opdrachten geven, maar medewerkers ook ondersteunen en begeleiden wanneer dat nodig is. Hierdoor ontstaat een prettige werksfeer waarin medewerkers zich gehoord voelen.

Hoe uit dit zich binnen het bedrijf?

Tijdens mijn observatie ben ik erachter gekomen dat managers binnen de PLUS veel contact hebben met werknemers op de vloer. De managers zitten niet urenlang op het kantoor, maar zijn juist veel op de vloer te vinden, ook helpen ze mee tijdens drukke momenten en geven ze direct feedback op momenten dat het nodig is.

Bij goed nieuws zoals optijd klaar zijn met vullen of positieve klantfeedback, geven de managers geregeld complimenten aan de werknemers. Uit gesprekken met werknemers blijkt dat ze zich hierdoor gewaardeerd en gemotiveerd voelen.

Bij slecht nieuws of fouten merkte ik dat de managers dit rustig probeerde uit te leggen over wat beter kan in de toekomst. Daarna zoeken zij samen naar een oplossing, ook hierin krijgen de medewerkers de vrijheid om zelf na te denken over oplossingen. Gelukkig gaat dit professioneel en respectvol.

Ook het completeren binnen de PLUS gaat op een leuke en respectvolle manier, met hier en daar een flauwe grap. Hierdoor merkte ik dat de werksfeer luchtig blijft en er zelden tot geen conflicten zijn tussen medewerkers.

Welke leiderschapsstijl ik zou hanteren

Wanneer ik leiding zou geven binnen PLUS van Velzen, zou ik ook kiezen voor participatief leiderschap. Ik vind dat deze leiderschapsstijl goed past binnen de supermarktbranche omdat hier veel samenwerking nodig is tussen de medewerkers en afdelingen. Ook vind ik het belangrijk dat medewerkers gehoord worden en echt actief betrokken worden bij het oplossen van problemen. Medewerkers op de werkvloer zien vaak als eerste waar problemen ontstaan.

Ook vind ik het belangrijk dat managers meehelpten tijdens drukke momenten of problemen. Daarom zou ik participatief leiderschap combineren met duidelijke communicatie en afspraken, zodat medewerkers altijd weten wat er van ze gevraagd wordt. Wel moet er tijdens deze communicatie ruimte zijn voor grappen, hierdoor blijft het luchtig op de werkvloer.

Hoofdstuk 1.7: Shared Values – Normen en waarden binnen PLUS

Shared Values vormen de kernwaarden en cultuur van een organisatie. Dit zijn de normen, overtuigingen en ideeën die medewerkers delen en die richting geven aan het gedrag binnen het bedrijf. Deze factor staat centraal in het 7S-model omdat het alle andere factoren beïnvloedt.

Normen en waarden binnen PLUS van Velzen

Binnen PLUS Van Velzen staan verschillende normen en waarden centraal. De belangrijkste zijn klantgerichtheid, respect, betrouwbaarheid, samenwerking en betrokkenheid. Deze waarden sluiten aan bij de dienstverlening van de supermarkt en zijn belangrijk voor zowel klanten als medewerkers. Klanten moeten het idee hebben dat ze ook echt betrokken zijn binnen de PLUS, dit merkte ik heel erg in de 4 weken dat ik hier heb gelopen. Ook het respect tussen de medewerkers en klanten is goed te zien als je de gesprekken volgt. Ondanks dat klanten soms onvriendelijk overkomen, blijven de medewerkers altijd vriendelijk tegen de klant!

Onderzoek naar klanten

Ik heb onderzoek gedaan naar de ervaringen van klanten met de normen en waarden van PLUS. Dit heb ik gedaan door 2 trouwe klanten te interviewen en 1 oud-werknemer, dit omdat ik toch ook erg benieuwd was naar de normen en waarden bij de werknemers onderling. Bij de 2 trouwe klanten vroeg ik vooral naar de service rondom de e-commerce en het bezorgen.

Interview klant 1

Klant 1 was een wat oudere vrouw die geregeld in de PLUS komt vertelt ze. Ik heb voor een wat oudere vrouw gekozen omdat de winkel ervaring voor haar anders is dan klanten die wat minder op leeftijd zijn. Oudere klanten hebben vaak moeite met de boodschappen inpakken bij de kassa en het vervolgens naar de auto te brengen. PLUS van Velzen bied hier een goede service voor vindt ze. Zo worden haar boodschappen netjes ingepakt en wordt er mee gelopen naar de auto. Ook over de thuisbezorgd service van de PLUS is ze erg te spreken, klanten boven de 65 hebben de optie om hun boodschappen gratis thuis te laten bezorgen! Al met al een tevreden klant.

Interview klant 2

Klant 2 is een jonge moeder die elke week 1x haar week boodschappen besteld bij PLUS. Ze verteld dat ze tevreden is over de klantvriendelijkheid van de bezorgers en dat ze goed meedenken als er een keer een fout is gemaakt bij het verzamelen. Ook al zijn de bestellingen niet altijd compleet, heeft ze over het algemeen weinig te klagen doordat ze de service uitstekend vindt.

Interview oud-medewerker

Deze oud-medewerker is kortgeleden gestopt bij PLUS Van Velzen. Hij geeft aan dat de normen en waarden binnen de PLUS duidelijk te zien zijn. Ook door de manier waarop er met klanten en door medewerkers onderling gecommuniceerd wordt.

Mijn advies over de normen en waarden

Ondanks dat de normen en waarden goed zichtbaar zijn binnen de organisatie en de communicatie richting de klanten kan PLUS Van Velzen deze nog sterker uitdragen richting klanten. Mijn advies is om de kernwaarden (klantgerichtheid, respect, betrouwbaarheid, samenwerking en betrokkenheid) zichtbaar te maken in de winkel en op de webshop. Bijvoorbeeld door bij de ingang van de winkel en op de website een korte boodschap te plaatsen waarin de belangrijkste waarden worden benoemd.

Daarnaast kunnen medewerkers tijdens werkoverleggen vaker aandacht besteden aan deze waarden. Hierdoor blijven de normen en waarden niet alleen zichtbaar voor klanten, maar ook voor medewerkers. Een voorbeeld voor in de winkel is het plaatsen van een bord bij de ingang met een tekst die met de klantwaarden te maken heeft. Hierdoor worden klanten direct herinnerd aan waar de organisatie voor staat.

Hoofdstuk 2: Reflectieopdracht

In dit hoofdstuk reflecteer ik op mijn ervaringen en ontwikkeling gedurende het afgelopen jaar. Tijdens dit jaar heb ik aan verschillende opdrachten gewerkt. In periode 1 heb ik een analyse en opdrachten uitgevoerd voor een bestaand bedrijf, in periode 2 en 3 heb ik gewerkt aan mijn eigen onderneming en in periode 4 heb ik stagegelopen bij PLUS van Velzen op de e-commerceafdeling. Doordat deze opdrachten vrij verschillend zijn heb ik veel kennis opgedaan die ik heb kunnen toepassen in de praktijk, mijn stage dus!

Door te reflecteren op deze ervaringen krijg ik inzicht in wat ik heb geleerd, welke vaardigheden ik heb ontwikkeld en tegen welke tegenslagen ik ben aangelopen. Daarnaast kijk ik naar de verschillen en overeenkomsten tussen het werken voor een bestaand bedrijf, het ondernemen van een eigen bedrijf en het uitvoeren van werkzaamheden tijdens mijn stage. Deze ervaringen hebben niet alleen bijgedragen aan mijn ontwikkeling, maar ook aan mijn persoonlijke groei. In de volgende paragrafen bespreek ik mijn leerervaringen, de belangrijkste inzichten die ik heb opgedaan en de manier waarop deze ervaringen mij hebben voorbereid op mijn toekomstige carrière.

Hoofdstuk 2.1: Reflectie per periode

Wanneer ik terugkijk op het afgelopen jaar, merk ik dat ik veel verschillende ervaringen heb opgedaan. In elke periode werkte ik in een andere situatie, waardoor ik steeds nieuwe dingen heb geleerd. Er waren ook zeker dingen waar ik tegen aan ben gelopen in dit jaar.

Periode 1 – Analyse van een bestaand bedrijf

In periode 1 werkte ik aan opdrachten voor een bestaand bedrijf (Xclusive kicks). Dit was voor mij een goede kennismaking met het bedrijfsleven. Wat ik soms lastig vond, was dat je rekening moet houden met de wensen van een opdrachtgever en dat je niet alles zelf kunt bepalen. Tegelijkertijd vond ik het fijn dat het een klein opkomend bedrijf is, hierdoor is het makkelijker om goede aanbevelingen te presenteren. Tijdens deze opdrachten heb ik vooral geleerd om professioneel samen te werken, onderzoek te doen en adviezen te geven aan een bedrijf. Ook heb ik mijn communicatievaardigheden kunnen ontwikkelen.

Periode 2 & 3 – Opzetten van mijn eigen bedrijf

In periode 2 en 3 werkte ik aan mijn eigen bedrijf genaamd Clean SKI. Dit was heel anders dan werken voor een bestaand bedrijf. Bij mijn eigen onderneming moesten we alles zelf bedenken en beslissen. We moesten nadenken over mijn doelgroep, marketing, financiën en de toekomst van het bedrijf. Hierin kregen we veel vrijheid van de docent, maar ook meer verantwoordelijkheid. Ook heb ik ontdekt dat ondernemen veel doorzettingsvermogen vraagt en dat niet alles meteen lukt. Als ik terugkijk op deze periode vind ik dat we te weinig energie hebben gestopt in het bedrijf buiten school om. Dit is gewoon zonde omdat je dan nooit een succesvol bedrijf kunt opbouwen.

Periode 4 – Stagelopen bij PLUS van Velzen

Tijdens periode 4 liep ik stage bij PLUS van Velzen op de e-commerceafdeling. Hier heb ik geleerd hoe het is om echt onderdeel te zijn van een organisatie. Ik zag hoe verschillende afdelingen samenwerken en hoeveel werk er nou achter een online bestelling zitten. Wat mij opviel was dat communicatie heel belangrijk is. Als afdelingen niet goed samenwerken, kan dit direct gevolgen hebben voor klanten. Tijdens mijn stage heb ik geleerd om beter samen te werken met collega's, verantwoordelijkheid te nemen en zelfstandig werkzaamheden uit te voeren. Ook kreeg ik meer inzicht in hoe een organisatie dagelijks wordt aangestuurd door de managers die er rondlopen.

Als ik naar alle periodes kijk, zie ik dat elke ervaring mij iets anders heeft geleerd. Bij de opdrachten voor een bestaand bedrijf leerde ik vooral hoe organisaties werken en hoe je het beste advies kunt geven, bij mijn eigen onderneming leerde ik ondernemen en tijdens mijn stage heb ik gezien hoe het er in de praktijk echt aan toe gaat. Deze ervaringen hebben mij geholpen om mezelf verder te ontwikkelen en geven mij een beter beeld van wat ik later nou echt graag wil doen.

Hoofdstuk 2.2: Intrapreneurship vs Entrepreneurship

Tijdens ORM jaar 1 heb ik zowel de intrapreneur als de entrepreneurkant ervaren. Dit vond ik leerzaam omdat beide manieren van werken erg verschillend zijn. Bij intrapreneurship werkte ik voor een bestaand bedrijf en tijdens mijn stage bij de PLUS. Hierbij moest ik rekening houden met de doelen, werkwijze en wensen van het bedrijf. Ik vond het prettig dat er al een duidelijke structuur aanwezig was, omdat je daardoor beter weet wat er van je verwacht wordt. Dit zorgde er wel voor dat ik minder vrijheid had om zelf keuzes te maken. Hierdoor gaat mijn voorkeur ook uit naar intrapreneurship!

Bij entrepreneurship werkte ik aan mijn eigen bedrijf. Dit was een hele andere ervaring, omdat we alles zelf moesten bedenken en organiseren. Ik moest zelf keuzes maken over het product en de marketing. Ook was ik zelf verantwoordelijk voor de financiële administratie. Dit gaf veel vrijheid, maar bracht ook meer verantwoordelijkheid met zich mee. Wel vond ik het fijn dat er niemand is die verteld wat en hoe je iets doet.

Er zijn ook zeker overeenkomsten tussen intrapreneurship en entrepreneurship. In beide gevallen moest ik creatief nadenken, problemen oplossen en samenwerken met anderen. Daarnaast was het belangrijk om initiatief te nemen en verantwoordelijkheid te dragen voor mijn werkzaamheden. Ik heb in beide situaties geleerd om beter te plannen en georganiseerd te werken.

Het grootste verschil zit voor mij in de hoeveelheid vrijheid en verantwoordelijkheid. Bij intrapreneurship werk je binnen de regels en doelen van een bestaande organisatie, terwijl je bij entrepreneurship zelf bepaalt hoe en wat je gaat doen. Daardoor moest ik als ondernemer veel zelfstandiger werken. Aan de andere kant heb ik tijdens mijn stage en opdrachten voor bestaande bedrijven geleerd hoe organisaties in de praktijk functioneren en hoe belangrijk samenwerking en communicatie zijn. Door beide kanten van het ondernemerschap te ervaren heb ik een beter beeld gekregen van wat bij mij past. Ik vind het leuker om zelf ideeën te bedenken en uit te werken, maar ik merk ook dat ik het prettig vind om onderdeel te zijn van een team binnen een organisatie.

Hoofdstuk 2.3: Persoonlijke en professionele ontwikkeling

Tijdens mijn stage bij PLUS van Velzen wilde ik mij ontwikkelen in mijn zelfstandigheid door vaker zelf initiatief te nemen en werkzaamheden vaker zelfstandig uit te voeren. Daarom heb ik aan het begin van mijn stage een SMART doel op moeten stellen:

- **Specifiek:** Ik wil zelfstandiger worden door vaker zelf taken op te pakken, oplossingen te bedenken en initiatief te nemen wanneer ik verbeterpunten of problemen zie.
- **Meetbaar:** Ik neem minimaal één keer per week zelf initiatief door een taak op te pakken of een verbetervoorstel te doen zonder dat dit door mijn begeleider wordt gevraagd.
- **Acceptabel:** Dit doel sluit aan bij mijn persoonlijke ontwikkeling en wordt ondersteund door mijn stagebegeleider.
- **Realistisch:** Tijdens mijn werkzaamheden op de e-commerceafdeling krijg ik voldoende mogelijkheden om zelfstandig te werken en initiatief te tonen.
- **Tijdsgebonden:** Aan het einde van mijn stageperiode kan ik mijn werkzaamheden grotendeels zelfstandig uitvoeren en neem ik actief initiatief binnen de afdeling.

Wanneer ik terugkijk op mijn stageperiode bij PLUS Van Velzen, merk ik dat ik hierin duidelijke stappen heb gezet. In het begin vond ik het soms lastig om zelf aan taken te beginnen. Naarmate de stage vorderde, ging dit steeds makkelijker en wist ik beter wat er moest gebeuren, hierdoor nam ik onbewust al wat meer verantwoordelijkheid binnen de e-commerce afdeling.

Ondanks dat ik veel geleerd heb, zijn er ook vaardigheden die ik graag verder wil ontwikkelen. Ik wil bijvoorbeeld nog beter worden in het analyseren van bedrijfsprocessen en het onderbouwen van adviezen. Tijdens mijn stage heb ik gezien dat veel beslissingen worden genomen op basis van data en resultaten. Deze ervaringen hebben ook invloed gehad op mijn kijk op de toekomst. Voor dit schooljaar wist ik nog niet precies welke richting ik later op wilde. Door het werken bij een bestaand bedrijf, het hebben van een eigen onderneming en mijn stage bij de PLUS ben ik erachter gekomen dat ik het interessant vind om bezig te zijn met de commerciële kant van een organisatie. Vooral e-commerce spreekt mij aan, omdat je hier veel bezig bent met marketing en klantgerichtheid.

Op dit moment zie ik mezelf eerder werken binnen een bestaande organisatie dan als zelfstandig ondernemer. Tijdens de periodes waarin ik aan mijn eigen bedrijf werkte merkte ik dat ik het leuk vond om zelf beslissingen te nemen, maar ik vond het ook fijn om tijdens mijn stage onderdeel te zijn van een team en duidelijkheid te hebben over je taken.

Als ik naar de toekomst kijk wil ik mij daarom verder ontwikkelen binnen de wereld van intrapreneurship. Ik vind het interessanter om binnen een team te werken waarvan er duidelijk is wat er van je verwacht wordt. Deze stage heeft ervoor gezorgd dat ik een beter beeld heb gekregen van mijn interesses en heeft mij geholpen bij het nadenken over mijn toekomstige loopbaan.

Conclusie

Tijdens mijn stage bij PLUS Van Velzen heb ik een goed beeld gekregen van hoe een e-commerceafdeling werkt binnen een grotere organisatie. Door het uitvoeren van de verschillende analyses aan de hand van het 7S-model heb ik inzicht gekregen in de sterke punten van de afdeling, maar ook in de onderdelen waar nog kansen liggen voor verbetering.

Wat mij vooral opviel tijdens mijn stage is dat de samenwerking tussen medewerkers goed verloopt en dat er veel aandacht is voor klantgerichtheid. Medewerkers helpen elkaar als dat nodig is en de managers zijn veel aanwezig op de werkvloer. Hierdoor hangt er een prettige werksfeer en weten medewerkers goed wat er van hen verwacht wordt. Ook de normen en waarden van PLUS Van Velzen zijn duidelijk zichtbaar in de manier waarop medewerkers omgaan met klanten en collega's, ik zag dat werknemers erg klantvriendelijk zijn en blijven richting de klant! Daarnaast heb ik gezien dat de e-commerceafdeling een steeds belangrijkere rol speelt binnen de supermarkt. Steeds meer klanten maken gebruik van online bestellen en thuisbezorging. Tijdens mijn onderzoek werd mij duidelijk dat er al best veel goed gaat, maar dat er ook op verschillende vlakken nog mogelijkheden zijn om efficiënter te werken en de klanttevredenheid verder te verhogen. Deze aanbevelingen kun je lezen op de volgende pagina.

Persoonlijk heb ik tijdens deze stage veel geleerd over samenwerken binnen een organisatie, communiceren met collega's en het zelfstandig uitvoeren van werkzaamheden. Ook heb ik beter inzicht gekregen in de commerciële kant van een bedrijf en hoe belangrijk klanttevredenheid is voor het succes van een organisatie. Al met al kijk ik terug op een leerzame stageperiode waarin ik mezelf zowel persoonlijk als professioneel heb ontwikkeld.

Aanbevelingen

Voor dit onderdeel heb ik gebruik gemaakt van AI. Ik heb de AI-tool mijn adviezen die ik per S heb gegeven samen laten vatten. Dit heb ik gedaan omdat het toegestaan is volgens de cursushandleiding. Deze adviezen zijn ook gelijk mijn aanbevelingen voor PLUS van Velzen.

Strategy:

- Meer promotie maken voor de website voor het online bestellen via sociale media.
- Persoonlijke aanbiedingen ontwikkelen voor vaste online-klanten.
- Een spaarsysteem of loyaliteitsprogramma invoeren voor online bestellingen.
- Meer promotie van de webshop in de fysieke winkel door middel van posters, flyers, kassabonnen en QR-codes.
- Nieuwe online-diensten ontwikkelen, zoals een herhaalfunctie voor eerdere bestellingen.
- Een chatbot of livechat toevoegen aan de webshop om klantvragen sneller af te handelen.

Systems:

- Een realtime voorraadkoppeling tussen de winkelvoorraad en de website voor het online bestellen implementeren, zodat klanten direct kunnen zien welke producten beschikbaar zijn.
- Hierdoor worden foutieve bestellingen, teleurstellingen en discussies over vervangende producten verminderd.

Staff:

Selectie van nieuwe medewerkers

- Vacatures professioneler presenteren op sociale media en de website.
- Duidelijker communiceren over werkzaamheden, voordelen en doorgroeimogelijkheden binnen PLUS.

Onboardingproces

- Tussentijdse evaluatiegesprekken plannen tijdens de inwerkperiode.
- Een afsluitend evaluatiegesprek voeren om het inwerkproces te beoordelen en eventuele verbeterpunten te bespreken.

Structure:

- Vaste contactpersonen aanwijzen per afdeling.
- Hierdoor kunnen medewerkers sneller schakelen bij vragen over voorraad, producten of online bestellingen.
- Dit zorgt voor efficiëntere communicatie tussen afdelingen en een snellere afhandeling van online orders.

Skills (PDCA-cyclus):

- Wekelijkse evaluatiemomenten organiseren binnen de e-commerceafdeling.
- Klantfeedback structureel verzamelen en meenemen in verbeterprocessen.

- Veelvoorkomende fouten analyseren en bespreken tijdens teamoverleggen.
- Medewerkers actief betrekken bij het aandragen van verbeteringen.

Style:

- De huidige participatieve leiderschapsstijl behouden.
- Managers blijven zichtbaar op de werkvloer en medewerkers actief betrekken bij verbeteringen.
- Blijven investeren in open communicatie en een informele werksfeer waarin medewerkers zich gehoord voelen.

Shared Values:

- De kernwaarden van PLUS van Velzen zichtbaarder maken in de winkel en op de website voor online bestellingen.
- Klantgerichtheid, betrouwbaarheid, respect, samenwerking en betrokkenheid vaker benoemen tijdens werkoverleggen.
- Een bord of boodschap plaatsen bij de ingang van de winkel waarop de belangrijkste kernwaarden zichtbaar zijn.

Ik denk dat PLUS van Velzen hier zeker mee aan de slag kan gaan. Ook omdat de aanbevelingen vrij haalbare en realistisch zijn.

Literatuurlijst

Bronnen

[OpenAI ChatGPT](#). (2026). *Tekstondersteuning, samenvatting en afbeelding voor voorblad van stageverslag*. Kunstmatige intelligentie geraadpleegd op juni 2026.

Oxford College of Marketing. (z.d.). *McKinsey's 7S Model*.
<https://www.oxfordcollegeofmarketing.com>

Afbeeldingen:

[PLUS Supermarkten](#). (z.d.). *Online boodschappen en bedrijfsinformatie*. Geraadpleegd op 3 juni 2026.

PLUS Van Velzen Lopik. (z.d.). *Winkelinformatie en dienstverlening*. Geraadpleegd op 3 juni 2026.

McKinsey & Company. (z.d.). *McKinsey 7S Framework* [Afbeelding]. Geraadpleegd van
<https://www.mckinsey.com>

Bijlagen

Bijlage 1: Beoordelingsformulier begeleider

Bijlage 2: Interview vragen

[Interview vragen](#)