

INHOUDSOPGAVE

BLZ

DEEL A		BASISBEREKENINGEN	
HOOFDSTUK	1	BASISBEREKENINGEN	15
	1.1.	Inleiding	15
	1.2.	Doelstellingen	15
	1.3.	Cijfers en getallen	15
	1.4.	Hele en gebroken getallen	17
	1.5.	Optellen	21
	1.6.	Aftrekken	24
	1.7.	Vermenigvuldigen	27
	1.8.	Delen	30
	1.9.	Afronden van getallen	33
	1.10.	Begrippen	35
	1.11.	Eindopdracht	36
HOOFDSTUK	2	BEREKENINGEN GEVORDERD	39
	2.1.	Inleiding	39
	2.2.	Doelstellingen	39
	2.3.	Procenten	40
	2.4.	Indexcijfers	45
	2.5.	Saldo-berekeningen	59
	2.6.	Begrippen	62
	2.7.	Eindopdrachten	63
HOOFDSTUK	3	INKOOP, VERKOOP EN BTW	65
	3.1.	Inleiding	65
	3.2.	Doelstellingen	65
	3.3.	Inkoop, verkoop en BTW	66
	3.4.	Belastingen en BTW	67
	3.5.	De BTW berekening	69
	3.6.	De afdracht van de BTW	80
	3.7.	Samenvatting	86
	3.8	Begrippen	87
	3.9.	Eindopdracht	88
DEEL B		COMMERCIEËLE CALCULATIES NIVEAU 3-4	
HOOFDSTUK	4	SALES: VERKOOPPRIJS, OMZET EN MARGE 1	91
	4.1.	Inleiding	91
	4.2.	Doelstellingen	91
	4.3.	Het belang van de prijs	92
	4.4.	De prijs vaststellen	96
	4.5.	Omzet en kortingen	104
	4.6.	Begrippen	109
	4.7.	Eindopdracht	110

HOOFDSTUK	5	SALES: VERKOOPPRIJS, OMZET EN MARGE 2	111
	5.1.	Inleiding	111
	5.2.	Doelstellingen	111
	5.3.	Verkoopprijs en nettowinst	111
	5.4.	Rekenen met de brutowinst, inkoopprijs en verkoopprijs	117
	5.5.	BTW betalen	127
	5.6.	Inkoopfactuurprijs en consumentenprijs berekenen	130
	5.7.	Omzet, inkoopwaarde omzet en brutowinstpercentage	139
	5.8.	Werkelijke inkoopwaarde omzet en werkelijke brutowinst	144
	5.9.	Begrippen	157
	5.10.	Eindopdracht	158
HOOFDSTUK	6	SALES: CONDITIES	161
	6.1.	Inleiding	161
	6.2.	Doelstellingen	161
	6.3.	Verkoopformulieren	162
	6.4.	De prijsstelling en offertes/facturen	176
	6.5.	Het berekenen van de factuurprijs/offerteprijs	181
	6.6.	Verkoop en voorwaarden	186
	6.7.	Begrippen	188
	6.8.	Eindopdracht	188
HOOFDSTUK	7	MARKETING EN VERKOOPPLAN: ANALYSE EN KENGETALLEN	189
	7.1.	Inleiding	189
	7.2.	Doelstellingen	189
	7.3.	Eigen administratie	190
	7.4.	Omzet en analyse	193
	7.5.	Personeelskosten en analyse	208
	7.6.	Promotiekosten en analyse	212
	7.7.	Servicegraad	219
	7.8.	Omzet en seizoensinvloeden (indexberekening)	222
	7.9.	Distributiekenngetallen (inclusief marktaandeel)	225
	7.10.	Analyse verkoopkanaal	237
	7.11.	Penetratiegraad	243
	7.12.	De marktvraag	246
	7.13.	Respons en conversie	248
	7.14.	Prijselasticiteit	250
	7.15.	De gemiddelde ordergrootte	253
	7.16.	Begrippen	254
	7.17.	Eindopdrachten	256
HOOFDSTUK	8	MARKETING- EN VERKOOPPLAN: VERKOOPCIJFERS PRESENTEREN	259
	8.1.	Inleiding	259
	8.2.	Doelstellingen	259
	8.3.	De tabel	259
	8.4.	De grafiek	263
	8.5.	Begrippen	276
	8.6.	Eindopdracht	276

DEEL C COMMERCIËLE CALCULATIES NIVEAU 4: HERHALING EN VERDIEPING

HOOFDSTUK	9	BASISONDERZOEK	279
	9.1.	Inleiding	279
	9.2.	Doelstellingen	279
	9.3.	De frequentietabel	279
	9.4.	Frequentieverdeling met klassen	287
	9.5.	Gewogen en ongewogen gemiddelde	291
	9.6.	De onderzoeksgegevens in een grafiek	297
	9.7.	Begrippen	303
	9.8.	Eindopdrachten	304
HOOFDSTUK	10	SALES: CALCULATIES EN PRIJSBEPALING	305
	10.1.	Inleiding	305
	10.2.	Doelstellingen	305
	10.3.	De omzet per periode	305
	10.4.	De verkoopprijs	307
	10.5.	De optimale ordergrootte	308
	10.6.	Het verlenen van kortingen	310
	10.7.	Begrippen	312
	10.8.	Eindopdrachten	312
HOOFDSTUK	11	SALES: CALCULATIES EN CONDITIES	315
	11.1.	Inleiding	315
	11.2.	Doelstellingen	315
	11.3.	Leverings- en betalingscondities	315
	11.4.	Factuur en offerteprijs	317
	11.5.	Krediet	327
	11.6.	Begrippen	331
	11.7.	Eindopdrachten	332
HOOFDSTUK	12	MARKETINGPLAN: CALCULATIES	335
	12.1.	Inleiding	335
	12.2.	Doelstellingen	335
	12.3.	Indexcijfers	335
	12.4.	Het marktaandeel	336
	12.5.	De marktvraag	338
	12.6.	Penetratiegraad	340
	12.7.	Distributie kengetallen	342
	12.8.	Elasticiteiten	345
	12.9.	Concurrentie analyse	349
	12.10.	Begrippen	352
	12.11.	Eindopdrachten	353
HOOFDSTUK	13	VERKOOPPLAN: CALCULATIES	355
	13.1.	Inleiding	355
	13.2.	Doelstellingen	355
	13.3.	Verkoopkanalen	355
	13.4.	Grafieken en tabellen	359
	13.5.	Omloopsnelheid en omlooptijd van de debiteuren	362
	13.6.	Conversie	365
	13.7.	Extra oefenopgaven	367
	13.8.	Begrippen	368
	13.9.	Eindopdrachten	369

HOOFDSTUK	14	ACCOUNTPLAN: CALCULATIES	371
	14.1.	Inleiding	371
	14.2.	Doelstellingen	371
	14.3.	Accountanalyse	371
	14.4.	De klantenpiramide	373
	14.5.	Veranderingen in de markt	374
	14.6.	Break-even punt	374
	14.7.	De klantwaarde	376
	14.8.	Interpreteren grafieken	379
	14.9.	Extra verdiepingsopgaven	381
	14.10.	Begrippen	385
	14.11.	Eindopdrachten	385

DEEL D PRAKTIJKOPDRACHT

EXCEL ALS HULPMIDDEL	391
----------------------	-----