

Handleiding Ondernemingsplan

IMK Projecten

IMK Projecten werkt aan ondernemerschap

IMK Projecten adviseert, traint en coacht ondernemers op elk niveau. Wij helpen ambities waar te maken door ons in te zetten voor mens en onderneming.

Commercieel of non-profit. Startend of gevestigd. In opdracht van ondernemers, banken, participatiemaatschappijen en subsidieverstrekkingen realiseren wij ondernemerschapprojecten.

Bel voor informatie 0299-476373 of kijk op www.imk-projecten.nl

Speciaal voor starters:

Snelle doorlichting ondernemingsplan

Vergroot uw kansen op een financiering van uw plan. Laat IMK Projecten uw plan beoordelen voordat u het naar de bank stuurt. Ervaren adviseurs kijken kritisch naar uw ondernemingsplan, u kunt desgewenst een uitgebreide rapportage ontvangen van de eventuele verbeterpunten in uw plan. De eerste indruk telt, wanneer u met een goed doortimmerd plan bij de bank komt maakt u meer kans op een financiering.

Bel voor de voorwaarden met IMK Projecten, Evert Schlebaum 0299-476373. Mailen kan ook starters@imk-projecten.nl

Haalbaarheidsonderzoek naar uw plannen

Wat zijn uw kansen?

IMK Projecten heeft een ruime ervaring in de realisatie van haalbaarheids-onderzoeken. Wij toetsen uw business plan op commerciële en financiële haalbaarheid, en verkennen samen met u de verschillende scenario's. Bij een positief advies geldt ons rapport als een extra aanbeveling voor de financier van uw plannen.

Bel voor informatie 0299-476373 of kijk op www.imk-projecten.nl

Coaching na de start van uw bedrijf

Hoe maakt u er een succes van?

Uw bedrijf is gestart. Nu is het tijd om uw plannen waar te maken. Netwerken, verkopen, produceren, klanten binden en groeien in professionaliteit en kwaliteit. Een ervaren coach kan u stimuleren om er een succes van te maken. Enkele gesprekken per kwartaal kunnen voldoende steun bieden bij de opstelling van meetpunten, het oplossen van problemen en het verkennen van uw business opportuniteiten. Bel voor informatie 0299-476373 of kijk op www.imk-projecten.nl

Start uw eigen bedrijf

Als u geld nodig heeft om uw bedrijf te starten zult u potentiële financiers moeten overtuigen van uw persoonlijke kwaliteiten en de kwaliteit van uw plan. Want geen enkele financier, of het nu een bankier, een familielid, de sociale dienst of een investeringsmaatschappij is, ziet zijn goede geld graag in een mislukt bedrijf verdwijnen.

U moet uw potentiële financiers dus overtuigen van de kwaliteit van uw plan. Hiervoor is het ondernemingsplan een noodzakelijk document. Maar vergis u niet, een plan kan nog zo goed zijn, als u kennis maakt met een potentiële financier en het klikt niet dan krijgt u geen cent. Het blijkt dat bankiers en investeerders afgaan op de persoonlijke kwaliteiten van de ondernemer, het ondernemingsplan komt op de tweede plaats. (Natuurlijk zegt een goed en mooi plan ook iets over de maker ervan)

IMK Projecten heeft een jarenlange expertise met het begeleiden van startende ondernemers. We hebben deze ervaring gebundeld in een ondernemingsplan waarmee starters hun ideeën vorm kunnen geven.

Het IMK-ondernemingsplan houdt meer dan andere plannen rekening met de persoonlijke kwaliteiten van de ondernemer, daardoor staat het dicht tegen de praktijk aan.

Deze toelichting hoort bij de schriftelijke en de digitale versie van het IMK-ondernemingsplan. U kunt deze toelichting natuurlijk ook los gebruiken bij het opstellen van uw eigen plan. Het 'Ondernemingsplan IMK Projecten' is een leidraad voor het schrijven voor uw eigen ondernemingsplan. Het plan bestaat uit vier onderdelen:

1. Inleiding
2. Persoonlijk
3. Marketing
4. Financiën.

In de eerste plaats schrijft u het ondernemingsplan voor u zelf. U zult merken dat u tijdens het schrijven van het plan steeds meer inzicht krijgt in uw te starten bedrijf. Hierdoor gaat u beter voorbereid het ondernemerschap in en vergroot u uw kans op succes.

Op de tweede plaats schrijft u het plan voor derden. Uw ondernemingsplan is het middel om financiering te verkrijgen. Daar-

naast kan een adviseur u een betere dienst verlenen als er een goed ondernemingsplan aanwezig is. Uw plan is als het ware een uitgebreid visitekaartje. Het 'Ondernemingsplan IMK Projecten' is een leidraad. Het is belangrijk dat u zelf een plan uitwerkt, waarin alle onderdelen nauwkeurig beschreven worden.

Velen gingen u voor bij het veranderen van hun droom in een bedrijf, wij hopen van harte dat ons plan daarbij een positieve bijdrage levert.

Succes bij het realiseren van uw dromen!

IMK Projecten

Inhoud

Geef uw plan een duidelijke indeling in hoofdstukken en paragrafen, zoals hieronder beschreven.

1. Inleiding	6
2. Samenvatting van uw plan	8
3. Persoonlijk	12
3.1 Personalia	12
3.2 Uw huidige inkomsten	12
3.3 Biografie	13
3.4 Ondernemerskwaliteiten	13
4. Technische punten	15
5. Marketing	16
5.1 De Markt	16
5.2 Toelichting SWOT – analyse	17
5.3 De Marketing-instrumenten	19
5.3.1 Toelichting Product/ Dienst	19
5.3.2 Prijs	20
5.3.3 Plaats	20
5.3.4 Distributie	20
5.3.5 Promotie	20
5.3.6 Personeel	21
5.4 Concurrentiepositie	22
5.5 EVA	22
6. Financiën	23
6.1 Investeringsbegroting	23
6.2 Financiering	26
6.3 Exploitatiebegroting	27
7. Plan van aanpak	31
Index	32

1. Inleiding

Hierin geeft u aan waarom u een eigen bedrijf wilt starten en waarom u geschikt bent als ondernemer. Bedenk dat de inleiding het eerst wordt gelezen en dat de eerste indruk telt. De Amerikanen hebben er een mooie uitdrukking voor: 'fire your biggest guns first'. (Schiets je grootste kanons het eerst af) met andere woorden: noem uw belangrijkste motieven en kwaliteiten het eerst.

Bijvoorbeeld:

- Ik heb specialistische ervaring; daar wil ik nu wel eens zelf van profiteren.
- Ik wil eigen baas zijn.
- Ik wil vrij zijn om mijn eigen tijd in te delen.

Maak altijd gebruik van positieve formuleringen. Een negatieve motivatie, zoals 'Het lukt me niet om een baan te vinden en daarom begin ik maar voor mezelf', komt niet goed over!!!

Branchekeuze

Het is belangrijk om voor een branche te kiezen waar u verstand van heeft of ervaring mee heeft.

(Uw) Achtergrond in relatie tot het bedrijfsidee

Voorbeeld 1: cosmeticazaak gericht op de gekleurde huid.

- Van kinds af aan vond ik het al leuk om nichtjes en vriendinnetjes op te maken.
- *Zelf heb ik altijd al problemen gehad met het vinden van geschikte make-up voor mijn gekleurde huid.*

Voorbeeld 2: webdesign.

Het is als een hobby begonnen. Als grafisch ontwerper heb ik me vaak geërgerd aan het amateuristische ontwerp van bepaalde internetsites. Ik ben me gaan verdiepen in de materie en heb vervolgens sites ontworpen voor vrienden die een eigen zaak hebben. Via via krijg ik steeds meer verzoeken om websites te ontwerpen. Ik wil nu deze activiteiten gaan professionaliseren door het opzetten van een eigen bedrijf.

Wat wilt u met uw bedrijf bereiken?
Wat zijn uw zakelijke doelstellingen?

Voorbeeld cosmeticazaak voor gekleurde huid:

Eerst richt ik me alleen op de verkoop van cosmetische producten. Na drie jaar wil ik gekwalificeerd personeel aantrekken, zodat ik ook een schoonheidssalon kan openen.

Voorbeeld webdesign:

In eerste instantie ga ik van huis uit starten om de kosten te drukken. Binnen twee jaar denk ik te kunnen uitbreiden naar een bedrijfspand, waar ik ook klanten kan ontvangen.

Wat zijn uw persoonlijke doelstellingen?

Voorbeeld cosmeticazaak voor gekleurde huid: Ik wil bij mijn doelgroep bekend staan als de specialist op het gebied van cosmetica voor de gekleurde huid.

Voorbeeld webdesign: Websites ontwerpen van een hoogwaardige kwaliteit en hiervoor waardering krijgen van ondernemers.

2. Samenvatting van uw plan

Hier staan de belangrijkste punten uit uw plan. Stelt u zich voor dat u in drie minuten moet vertellen wat uw plannen zijn. (Ook hier hebben de Amerikanen een mooie uitdrukking voor: 'the elevator pitch'. U staat toevallig met een bankier of een andere financier in een lift, u heeft tien verdiepingen de tijd om hem enthousiast te maken voor uw plan.) De samenvatting bevat hiervoor alle informatie. U kunt de samenvatting het eerst invullen, maar u kunt de samenvatting ook maken nadat u de rest van het plan heeft geschreven.

Omschrijving bedrijfsidee

Voorbeeld cosmeticazaak:

Een winkel met veel verschillende productsoorten voor de huidverzorging van de gekleurde huid, zoals Decleor, Eckstein en Naomi Sims. Deze zijn zuiver plantaardig omdat de gekleurde huid van Surinaamse, Antiliaanse, Afrikaanse, Aziatische en Marokkaanse vrouwen gevoeliger wordt in het Europees klimaat.

Voorbeeld webdesign:

Het ontwerpen en onderhouden van websites voor ondernemers in het Midden- en Kleinbedrijf, waarbij de visie en imago van het bedrijf duidelijk zichtbaar is op de site.

Bedrijfsnaam

Voordat u gaat starten moet u eerst nagaan bij de Kamer van Koophandel of u deze naam mag gebruiken. Het is raadzaam om twee namen voor uw bedrijf te bedenken, zodat u bij afwijzing een andere naam achter de hand heeft. Om zeker te zijn dat u uw bedrijfsnaam zonder risico's kunt voeren, kunt u een handelsnaamonderzoek laten uitvoeren door de KvK.

Branche

De sector waarin u uw bedrijf gaat opzetten. Dit kan: zijn

- dienstverlening
- detailhandel food (eten en drinken)
- detailhandel non-food (overige)
- groothandel
- horeca en recreatie
- industrie en ambacht
- bouw
- transport

Tip:

Probeer uw plan zowel voor uzelf als voor anderen helder te krijgen. Streef er naar om in staat te zijn uw plan in een halve minuut aan iedereen duidelijk te maken en daarbij te zeggen hoe en waarom u dat kunt en hoe u er iets aan gaat verdienen.

Rechtsvorm

Juridische organisatievorm waarin aspecten als eigendom, zeggenschap en aansprakelijkheid geregeld zijn. Er zijn twee soorten te onderscheiden: de persoonlijke ondernemingsvorm en rechtspersoon.

Bij de persoonlijke ondernemingsvorm is het verschil tussen ondernemer en onderneming erg klein. U kunt bijvoorbeeld privé aansprakelijk worden gesteld. De persoonlijke ondernemingsvormen zijn: eenmanszaak, vennootschap onder firma, commanditaire vennootschap en maatschap.

Bij de rechtspersoon is er een duidelijk onderscheid tussen ondernemer en onderneming. De onderneming is een aparte, juridische organisatie met eigen rechten en plichten. Voorbeelden van deze rechtsvorm zijn: besloten vennootschap (BV) en stichting.

Omdat uw zakelijke relaties verschillende rechtsvormen kunnen hebben, is het belangrijk dat u van elke rechtsvorm verstand heeft. Zo weet u wie namens een bedrijf afspraken mag maken en wie aansprakelijk is.

Visie ten aanzien van bedrijfsidee

Voorbeeld cosmeticazaak:

Omdat ik de kenmerken en problemen van de gekleurde huid ken, vindt de klant herkenning bij mij. Ik hecht veel waarde aan een persoonlijke benadering en neemt de tijd voor mijn klant. Daarnaast leer ik veel over de diverse culturen door het omgaan met klanten van verschillende afkomst. Deze kennis pas ik toe in de benadering naar de klant.

Voorbeeld webdesign:

Ik streef naar een hoogwaardige kwaliteit van mijn diensten en stel de klant centraal. Hard werken, hang naar perfectie en klantgerichtheid zijn voor mij belangrijke waarden in mijn ondernemerschap.

In onderstaande tabel kunt u aangeven van de verwachte nettowinst is voor het eerste jaar.

Omzet		• 100.000	
Inkoopwaarde		• 60.000	-/-
Brutowinst		• 40.000	
Kosten			
Personeel	• -		
Huisvesting	• 12.000		
Algemene kosten	• 6.000		
Rentekosten	• 3.000		
Afschrijvingen	• 4.000		
Totaal		• 25.000	-/-
Nettowinst		• 15.000	

Bedrijfsformule

De bedrijfsformule is het concept waarmee u uw markt benadert. Door deze formule wordt uw bedrijf herkenbaar voor klanten. De volgende elementen komen hierin terug:

- Op welke klantbehoeften speelt u in?
- Op welke doelgroep(en) richt u zich?
- Welk aanbod van producten of diensten biedt u aan?
- Hoe onderscheidt u zich van uw concurrenten?

- Wie zijn de klanten. Er moet een duidelijk beeld zijn van de soort, aard en hoeveelheid van de klanten. Als de ondernemer geen helder beeld heeft van zijn (potentiële) klanten, dan is bij voorbaat de hele onderneming tot de ondergang gedoemd.

- Wie zijn de concurrenten. **ER ZIJN ALTIJD CONCURRENTEN.** Want als er geen concurrenten zijn is er waarschijnlijk ook geen markt. Daarnaast zal een klant het geld dat hij uitgeeft aan een andere bestemming onttrekken. Dus er is altijd spraken van concurrentie. En een ondernemer moet zijn concurrenten kennen anders kan hij ze niet “verslaan”. Onderschatting van de concurrentie is een veel gemaakte fout. Investeerders zijn er erg alert op. Wie geen goed antwoord geeft op de vraag “wie zijn je concurrenten” kan in-

pakken. Voor alle duidelijkheid, zelfs producten die geen geld kosten ondervinden concurrentie. Zij concurreren namelijk op “aandacht”, ook een schaars goed in de nieuwe economie.

- Wat is het product. De meeste producten hebben meer attributen dan alleen de voor de hand liggende. Een auto bijvoorbeeld is meer dan een vervoersmiddel. Comfort, status en emotie spelen ook een grote rol. Het blijkt dat zelfs in het zakelijke verkeer de emotionele aspecten (imago en uiterlijk) een grote rol spelen bij de aankoop beslissing. Wie denkt dat klanten uitsluitend rationeel besluiten (goede waar verkoopt zichzelf) hebben het mis. Het is belangrijk te weten “wat het product betekent voor de koper”.

- Waarom kopen de klanten het product bij mij en niet bij mijn concurrenten. De argumentatie bij deze vraag is één van de belangrijkste aspecten bij het businessplan. Zijn er voldoende “harde” argumenten voor punt 4, dan is er sprake van concurrentie voordeel. Concurrentie voordeel is een voorwaarde voor het realiseren van “marge”, en marge is weer een vereiste voor een winstgevend bedrijf.

Omschrijving **doelgroep**: zie wie zijn mijn klanten en zie de toelichting bij paragraaf 5.1 De Markt.

Omschrijving **P's**: zie de toelichting bij paragraaf 5.3 De marketing-instrumenten.

Investerings en **financiering**: zie de toelichting bij hoofdstuk 6 financiën.

Verwachte **netto**winst: zie de toelichting bij hoofdstuk 6 Financiën.

3. Persoonlijk

Het succes van uw onderneming wordt bepaald door een combinatie van uw bedrijfsidee, de ondernemingssituatie en natuurlijk uzelf, de ondernemer. U wordt beoordeeld op uw ondernemerskwaliteiten, marktkennis, relevante ervaringen en financiële mogelijkheden.

3.1 Personalialia

Geef hier een duidelijke weergave van de gegevens die op u van toepassing zijn. Indien u bijvoorbeeld geen partner heeft, hoeft u dit ook niet te vermelden.

Bij de persoonlijke ondernemingsvorm (zoals een eenmanszaak) is het verschil tussen ondernemer en onderneming klein. Er is geen onderscheid tussen bedrijfs- en privé-vermogen. Dit betekent dat privé-schuldeisers aanspraak kunnen maken op bedrijfsbezittingen en andersom. Indien u getrouwd bent in gemeenschap van goederen kan ook het bezit van de echtgenoot/ echtgenote gevaar lopen. Het is daarom verstandig om huwelijks voorwaarden of een samenlevingsovereenkomst op te stellen bij een notaris.

3.2 Uw huidige inkomsten

Uw inkomenssituatie is van belang bij de financiering van uw bedrijfs-idee. Indien u een uitkering heeft, is het mogelijk om krediet en mogelijke inkomensaanvulling aan te vragen in het kader van de Bbz (Bijstandsbesluit zelfstandigen). U heeft dan in principe geen eigen vermogen nodig.

Heeft u eigen vermogen of kunt u gebruik maken van een achtergestelde lening (lening bij familie of vrienden), dan kunt u financiering aanvragen bij een bank. De bank eist in veel gevallen 25 – 30% eigen inbreng van het totale investeringsbedrag.

Het is raadzaam om uw BKR-registratie op te vragen bij uw (post)bank. Hierop staat vermeld of u schulden heeft en in sommige gevallen ook de hoogte ervan. Uw BKR-registratie kan van invloed zijn op het wel of niet krijgen van financiering. Het hebben van een schuld hoeft geen belemmering te zijn, mits deze niet te hoog is. Wat echter van groter belang is, zijn achterstanden op betalingen.

3.3 Biografie

Kennis en vaardigheden die u verkregen heeft door uw opleidingen, werkervaringen en nevenactiviteiten kunnen positief bijdragen aan uw rol als ondernemer. Ga uitgebreid in op die gegevens die van belang zijn voor uw ondernemerschap. Op basis van onder andere uw biografie wordt namelijk een inschatting gemaakt van uw mogelijkheden.

3.4 Ondernemerskwaliteiten

U dient antwoord te vinden op wat goed ondernemerschap voor u inhoudt, welke eigenschappen belangrijk zijn voor uw bedrijfsidee

en in hoeverre u deze eigenschappen bezit en/ of moet ontwikkelen. Per bedrijf heeft u andere kwaliteiten nodig: een kapper heeft bijvoorbeeld veel plezier van sociale vaardigheden. Een Webdesigner heeft meer aan het vermogen om te kunnen omgaan met nieuwe technieken (leervermogen).

Belangrijke **kwaliteiten** waarop ondernemers beoordeeld worden zijn:

Financieel beheer het inzicht in alle geldzaken, dit is een eigenschap die elke ondernemer in elk geval moet hebben.

1. Creativiteit, het ontwikkelen van nieuwe werkwijzen i.p.v. het gebruiken van standaardbenaderingen.

2. *Probleemanalyse*: het herkennen van problemen, het identificeren van de mogelijke oorzaken van problemen, en het nemen van besluiten die gebaseerd zijn op logische veronderstellingen.

3. *Reflexiviteit/ leervermogen*: het kritisch beoordelen van het eigen handelen.

4. *Realistische instelling*: bij eigen plannen en doelen voldoende rekening houden met de feitelijke situatie en mogelijkheden die aanwezig zijn.

5. *Stressbestendigheid*: adequaat reageren bij tegenspoed, samenwerking, en onder tijdsdruk.

6. *Betrouwbaarheid*: consistent gedrag vertonen, beloften nakomen.

7. *Zelfstandigheid / besluitvaardigheid*: zelf beslissingen nemen en handelend optreden.

8. *Flexibiliteit*: improvisatie- en aanpassingsvermogen bij wijzigingen in de omgeving.

9. *Motivatie / doorzettingsvermogen*: het willen bereiken van een gesteld doel en zich hiervoor inzetten.

10. *Initiatief*: uit zichzelf zaken ter hand nemen en tot actie overgaan zonder af te wachten wat anderen gaan doen.

11. *Sociale relaties*: het aangaan en onderhouden van goede relaties (met personeel, collega's, klanten, etc.).

12. *Mondelinge communicatie*: duidelijke formulering van eigen gedachten en ideeën.

13. *Schriftelijke communicatie*: het op een duidelijke, kernachtige en grammaticaal juiste manier formuleren van gedachten en ideeën.

14. *Leiding geven, taakgericht*: het werk en verantwoordelijkheden toewijzen aan de geschikte medewerkers en toezien op een goede

uitoefening van de taken.

15. *Leiding geven, persoonsgericht*: motiveren van medewerkers en openstaan voor zaken die voor hen belangrijk zijn (arbeidsomstandigheden, loopbaan, persoonlijke situatie).

16. *Plannen / Organiseren*: het systematisch opzetten en regelen van de eigen werkzaamheden en de werkzaamheden van anderen.

17. *Onderhandelen*: het goed handelen in overlegsituaties waarin eigen belangen en belangen van anderen (klanten, concurrenten, externe instanties) een rol spelen.

18. *Marktgerichtheid*: gevoelig zijn voor en gebruik maken van de markt/ het klimaat en veranderingen daarin.

19. *Omgevingsbewustzijn*: open staan voor informatie van buiten de organisatie (sociaal-economische en politieke ontwikkelingen, en ontwikkelingen in de eigen bedrijfssector).

20. *Financieel beheer*: het bij de bedrijfsvoering gebruik maken van financiële gegevens.

Een helder beeld van uw eigen sterke en verbeterpunten geeft inzicht in de mate waarin u in staat bent een onderneming te runnen. Een succesvolle ondernemer weet hoe hij zijn **verbeterpunten** kan opvangen of versterken.

4. Technische punten

Vergunningen

Bij de Kamer van Koophandel kunt u het volgende navragen:

- Is een vestigingsvergunning vereist?
- Voldoet u aan de opleidingseisen?
- Welke andere vergunningen u nodig heeft

Bij stadsdeel of gemeente kunt u navragen of:

- de vestiging in overeenstemming is met het bestemmingsplan
- er een vergunning of melding op grond van de wet Milieubeheer vereist is.

Administratie

Hier geeft u naam, adres, woonplaats en telefoonnummer aan van diegene die uw administratie en jaarrekening (balans en verlies- en winstrekening) opstelt.

U kunt tevens vermelden met welke frequentie u wordt geïnformeerd over uw financiële positie.

Verzekeringen

De volgende verzekeringen kunnen van belang zijn voor ondernemers:

- brand- en aanverwante verzekeringen
- aansprakelijkheid
- rechtsbijstandverzekeringen
- medische verzekeringen
- levensverzekeringen.

Overleg met een (verzekerings)adviseur welke verzekeringen u zonder meer moet afsluiten. Bepaalde risico's zijn wellicht te overzien en hoeven in eerste instantie nog niet gedekt te worden.

Organisaties/ instanties

Hierdoor kan een (bank)adviseur in een oogopslag zien of u de juiste bronnen heeft geraadpleegd en of u belangrijke organisaties/ instanties bent vergeten te benaderen.

5. Marketing

5.1 De Markt

Omschrijving markt en toekomstige afnemers

U kunt slechts een deel van de markt bedienen. U wordt op de eerste plaats beperkt door uw eigen capaciteit. Daarnaast heeft niet de hele markt behoefte aan uw aanbod. Daarom is het van belang om u te richten op marktsegmenten (= afgebakende groepen afnemers).

Deze doelgroepen kunt u typeren aan de hand van de volgende criteria:

- *Socio-economische criteria*: zoals beroep, opleiding, inkomen en godsdienst.
- *Demografische criteria*: zoals leeftijd, geslacht, gezinsgrootte.
- *Geografische criteria*: zoals woonplaats, buurt, regio, infrastructuur.
- *Lifestyle*: levensstijl, zoals milieubewust, macrobiotisch, sportief, conservatief.

Voorbeeld van doelgroep typering voor cosmeticazaak voor gekleurde huid op de Kinkerstraat: vrouwen in de leeftijd van 25 tot 40 jaar van Surinaamse, Antilliaanse, Aziatische en Afrikaanse afkomst, wonende in Amsterdam West.

Voorbeeld van doelgroep typering voor webdesign: ondernemers in het MKB, met name uit de detailhandel en dienstverlening, die zich op het internet professioneel willen profileren. Deze ondernemers zijn gevestigd in heel Amsterdam.

Marktonderzoek

Om uw bedrijfsidee te onderbouwen is het noodzaak om een marktonderzoek te verrichten. Hiermee verkrijgt u informatie over uw klanten, leveranciers en concurrenten. De methoden om marktgegevens te verkrijgen zijn globaal in te delen in *bureauonderzoek* en *veldonderzoek*.

Bureauonderzoek

- Centraal Bureau voor de Statistiek: algemene gegevens.
- Gemeente/ stadsdelen: samenstelling van de bevolking in en rond uw vestigingsplaats, economisch onderzoek.
- Economisch Instituut voor het midden- en kleinbedrijf (EIM):

branchegegevens, onderzoeksrapporten.

- Kamer van Koophandel: branchegegevens, jaarrekeningen van BV's en NV's in uw branche, vakliteratuur, concurrentiegegevens.
- Branche-organisaties: recente branchestudies, marktonderzoeken, almanakken en adresboeken.
- Bibliotheken: o.a. Pyttersen's Almanak (overzicht van branche-organisaties) en vakliteratuur.
- Pers/ media: economische en politieke ontwikkelingen.
- Banken: sommige banken publiceren branchegegevens, bijv. 'Cijfer en Trends' van de Rabobank.
- Internet: starterssites.

Veldonderzoek

- observeren klantgedrag op verschillende tijden en op verschillende lokaties
- observeren van gedrag van concurrenten
- bezoeken van vakbeurzen
- gesprekken met deskundigen en potentiële concurrenten
- enquête onder potentiële klanten

De **ontwikkelingen in de markt** kunt u achterhalen door informatie op te vragen bij branche-organisaties, KvK en banken. Daarnaast is de media een bron van informatie omtrent marktontwikkelingen.

5.2 Toelichting SWOT – analyse

Een Swot-analyse is een sterkte/ zwakte & kansen / bedreigingen onderzoek.

Interne analyse (sterkten versus te verbeteren punten)

U kunt uw sterke punten en te verbeteren punten bepalen aan de hand van de volgende aspecten:

- de eigen positie in de markt
- commerciële, communicatieve en sociale vaardigheden
- bedrijfsformule: imago, marketing-mix
- het productbeleid: klantbehoefte, kwaliteit, service
- het prijsbeleid: prijsniveau, concurrenten
- het promotiebeleid: reclame, public relations, acties

Externe analyse (kansen versus bedreigingen)

U kunt kansen en bedreigingen bepalen in relatie tot de volgende punten:

- grootte, aard en samenstelling van de markt
- klanten: kwalitatief en kwantitatief
- concurrentie-analyse
- distributiestructuur
- omgevingsfactoren: sociaal-economisch klimaat, wetgeving, technologie, demografisch

Hieronder volgt een voorbeeld van een korte SWOT analyse.

A. Mijn sterke kanten

- Ik ben een vakman, ik lever hoge kwaliteit
- Ik heb veel tevreden en trouwe klanten
- Ik ben breed inzetbaar
- Ik heb modern en goed gereedschap
- Ik spreek veel vreemde talen

B. Mijn zwakke kanten

- Mijn financieel inzicht is niet groot
- Ik beschik over te weinig kapitaal om te investeren
- Ik kan slecht met personeel omgaan

C. Kansen (van buitenaf)

- Het aantal klanten van mijn bedrijf blijft groeien
- Het product dat ik lever sluit aan bij de mode
- Als ik nog een filiaal open kan ik mijn omzet verdubbelen
- Ik heb geen vergunning nodig om mijn bedrijf te starten
- Er komen veel toeristen uit Engeland in mijn zaak

D. Bedreigingen (van buitenaf)

- Ik krijg teveel klanten, ik heb het te druk, mijn klanten lopen naar de concurrent
- Mijn voorraad is modegevoelig.
- Ik kan niet aan nieuw personeel komen daardoor moet ik mijn openingstijden verkorten
- Iedereen kan een bedrijf als het mijne starten omdat er geen vergunningen voor nodig zijn

Als u bij ABC en D minimaal drie punten heeft opgeschreven dan bent u al heel ver. Met de gegevens die u nu heeft kunt u heel makkelijk bepalen waar de grootste bedreigingen liggen en waar de beste kansen zijn.

Als we de sterke kant “ik spreek veel vreemde talen” naast de kans “er komen veel Engelse toeristen in mijn zaak” zetten, dan ziet u dat u hiermee een voordeel kunt hebben.

Wanneer we echter de zwakte “ik kan slecht met personeel omgaan” naast “ik kan niet aan nieuw personeel komen, daardoor moet ik mijn openingstijden verkorten” dan ziet u dat u daar een groot probleem heeft.

5.3 De Marketing-instrumenten

5.3.1 Product/ Dienst

Bij het beantwoorden van deze vragen kan de onderstaande checklist een hulpmiddel zijn.

Checklist:

- Welke doelgroep bereikt u met uw product/ dienst?
- In welke klantbehoefte voorziet uw product/ dienst?
- Voldoet uw product/ dienst aan de verwachtingen van de klant?
- Wat is de kwaliteit van uw product/ dienst?
- Op welke wijze worden uw producten verpakt en welke merken gaat u voeren?
- Heeft de klant voldoende keuze mogelijkheden (assortiment)?
- Welke service, garantie en acties biedt u aan?
- Wat is de snelheid van uw dienstverlening en op welke gebieden kunt u deskundig advies geven? Enz.

5.3.2 Prijs

Bij het bepalen van de prijs moet u rekening houden met:

- de kostprijs
- wat de klant bereid is om te betalen
- welke prijzen uw concurrenten hanteren.
- De prijs moet in relatie staan tot de geboden kwaliteit.

5.3.3 Plaats

Bij de vestigingsplaats van uw bedrijf moet rekening gehouden worden met:

- de kenmerken van uw product/ dienst
- de distributiekkanalen
- het koopgedrag van uw klanten
- de aanwezigheid van concurrenten.

Vooraf bij consumentgerichte activiteiten is de vestigingsplaats van cruciaal belang. Een geschikt vestigingspunt voor de cosmeticazaak voor de gekleurde huid is een lokatie waar veel Surinamers, Afrikanen, Aziaten en Marokkanen wonen en winkelen.

Onder de P van Plaats valt ook de representatieve functie van de bedrijfshuisvesting. Het interieur en exterieur van het bedrijf moeten in overeenstemming zijn met de andere P's en het imago van uw bedrijf.

5.3.4 Distributie

Het is belangrijk dat u weet op wat voor manier de producten aan u geleverd worden en hoe u ze aan de klant brengt. In eerste instantie kunt u bijvoorbeeld denken, als extra service naar de klant toe, dat u ook thuis levert. Weeg hierbij goed de extra kosten en verlies aan tijd af.

5.3.5 Promotie

Er zijn diverse manieren om promotie te maken.

Persoonlijke Verkoop

Een verkoopgesprek tussen u en een potentiële afnemer, waarbij u de behoefte en wensen van de klant in kaart brengt en uw aanbod hierop afstemt.

Reclame

Advertenties, folders en speciale acties. Uw reclame moet aandacht trekken, interessant zijn voor de klant, drang tot kopen opwekken en actie van de klant tot gevolg hebben. Daarnaast moet uw klant

weten waarom hij/ zij bij u moet kopen in plaats van bij de concurrent. Het is hierbij van belang dat u weet wat het koopgedrag van uw klanten is, met welke media u hen het beste bereikt en waardoor zij zich laten beïnvloeden.

Direct mail

Reclame met een persoonlijke adressering. Voor informatie en hulpmiddelen dient u contact op te nemen met PTT-post.

Public Relations

Het draait hierbij om een goede verhouding met allerlei groepen, instellingen en bedrijven in uw omgeving. Voorbeelden hiervan zijn: sponsoring of meedoen aan festiviteiten in de buurt.

Free publicity

Gratis publiciteit in dag- en weekbladen of op radio en televisie. Hierbij wordt een beroep gedaan op uw creativiteit.

Sales promotion

Dit zijn alle activiteiten die tot doel hebben de verkoop te bevorderen. Voorbeelden hiervan zijn: een gratis product bij aankoop van een grotere hoeveelheid product of een tijdelijke prijsverlaging.

5.3.6 Personeel

Als u personeel gaat aannemen is het belangrijk dat u kijkt of die persoon in uw bedrijfsformule past. Voldoet de persoon aan de eisen die klanten aan uw bedrijf stellen?

5.4 Concurrentiepositie

Als starter dient u goed naar uw concurrenten te kijken. Behalve door de vraag wordt uw markt ook beïnvloed door uw concurrenten. De concurrentie wordt niet alleen gevormd door bedrijven die hetzelfde aanbieden, maar ook door bedrijven die op dezelfde behoefte inspelen met andere producten/ diensten.

Op basis van uw concurrentie-analyse komt u tot uw Exclusieve Verkoop Argumenten (5.5).

5.5 EVA

Exclusieve Verkoop Argumenten

Hoe zorgt u ervoor dat u iets aanbiedt dat de anderen niet aanbieden? Dat u op een bijzondere wijze aan de behoeften van uw klanten voldoet, beter dan de anderen? Dat waar u anders in bent, waarin u zich onderscheidt van anderen, is uw Exclusieve Verkoop Argument (EVA).

De Amerikanen hebben er de mooie term “unique selling point” (USP) voor bedacht. En ze brengen dat met succes ten uitvoer. Waar anders dan bij McDonalds kun je snel iets eten zonder je zorgen te hoeven maken over je kinderen? Gezinnen met kinderen worden bijna gedwongen om bij McDonalds te eten, er is bijna geen alternatief.

Wie in staat is om een exclusief verkoop argument aan te bieden heeft een voorsprong op de concurrentie.

6. Financiën

6.1 Investeringsbegroting

Vaste Activa	Bedrag	
Afschrijvings- termijn (jaar)		
Immateriële vaste activa (goodwill)	€	5
Bouwkundige voorzieningen	€	10
Machines	€	5
Installaties	€	5
Inventaris	€	10
Gereedschap	€	10
Computerapparatuur	€	3
Transportmiddelen	€	5
Overige	€	5
Totaal Vaste Activa	€	

Vlottende Activa

	Bedrag	
Voorraad grondstoffen	€	-
Voorraad handelsgoederen	€	-
Debiteuren	€	-
Voorfinanciering BTW	€	-
Waarborgsommen	€	-
Kas, bank, giro	€	-
Overige	€	-
Totaal Vlottende Activa	€	-
Openings- en aanloopkosten	€	-
<i>Totaal Investering</i>	€	-

Het doel van een investeringsbegroting is om te achterhalen hoeveel geld er nodig is om uw bedrijfsplannen te realiseren. Het volledig en duidelijk invullen van een investeringsbegroting zal een einduitkomst leveren over het totaal benodigd bedrag. Belangrijk hierbij is wel dat u ook eventuele eigen middelen die u wilt inbrengen opneemt in het overzicht. Deze kunnen later in het financieringsplan worden afgetrokken.

Hieronder staat een korte uitleg over de verschillende posten die zijn opgenomen. U dient er wel rekening mee te houden dat de bedragen allen exclusief BTW zijn.

Immateriële vaste activa

Hieronder wordt voornamelijk de goodwill verstaan. Vaak wordt er een bedrag gevraagd als u een zaak wilt overnemen. Dit heet goodwill en moet uiteraard gefinancierd worden. Een andere mogelijkheid is bijvoorbeeld als u wilt deelnemen aan een bestaande organisatie, of wilt franchisen. Hiervoor wordt vaak een geldbedrag gevraagd in de vorm van entreegelden. Dit soort investeringen kunt u onder deze post opnemen.

Bouwkundige voorzieningen

Als u een pand koopt of huurt moet u vaak verbouwen. U heeft daar geld voor nodig. Het gebeurt vaak dat deze kosten worden onderschat, en men daardoor in geldnood komt. Probeer een zorgvuldige schatting te maken van de kosten en houd altijd een marge voor eventuele tegenvallers.

Machines en installaties

Hieronder vallen alle mogelijke machines en installaties die u nodig heeft voor uw bedrijf. Dus niet alleen machines en installaties die nodig zijn voor eventuele productie, maar bijvoorbeeld ook kassa-apparatuur.

Gereedschap

Voor sommige branches zijn gereedschappen een vereiste. In dit kader moeten we niet alleen denken aan de timmerman met zijn cirkelzaag, maar evengoed aan een kapper; immers een schaar is ook gereedschap. U dient daarom deze post ook erg ruim op te vatten.

Computerapparatuur

In de moderne bedrijfsvoering is de computer noodzaak. Niet alleen voor het gebruik binnen het bedrijf maar ook voor de administratie en correspondentie is het erg handig.

Transportmiddelen

Hieronder kunt u de investeringen voor de aanschaf van een auto,

brommer, vrachtbusje, etc. opnemen. Let wel: het gaat hier om transportmiddelen die voor het bedrijf noodzakelijk zijn. Er dient dus een onderscheid gemaakt te worden tussen privé en zakelijk.

Voorraad grondstoffen

Dit is de voorraad die u nodig heeft om goederen te produceren. Als voorbeeld kan de kleermaker dienen, die stoffen en garen nodig heeft om kleding te maken. Het gaat in dit geval om de inkoopprijs die ervoor betaald dient te worden.

Voorraad handelsgoederen

Handelsgoederen zijn de kant en klare goederen die verhandeld worden. De cadeauwinkel en zijn voorraad aan cadeauartikelen. Ook hierbij geldt dat het om de inkoopprijs gaat.

Debiteuren

Debiteuren zijn klanten die nog openstaande rekeningen hebben. Het gaat om geleverde diensten of goederen waarvoor nog niet betaald is. In de detailhandel komt dit minder voor dan in de zakelijke dienstverlening.

Voorfinanciering BTW

In de investeringsbegroting zijn alle bedragen exclusief BTW. Dit is omdat u de betaalde BTW in veel gevallen terug kunt krijgen, echter het moet in eerste instantie wel betaald worden. Daarom wordt dit afzonderlijk in de begroting opgenomen. Het gaat hierbij om alle BTW voor de vaste activa en de voorraden.

Waarborgsommen

In een aantal gevallen kan een waarborgsom gevraagd worden. Het meest voorkomende is de borgsom die betaald moet worden voor de huur.

Kas/bank/giro

Hierbij moet u denken aan bijvoorbeeld kasgeld voor de detailhandelaar of de kleine kas van waaruit kleine uitgaven gedaan kunnen worden.

Openings- en aanloopkosten

Dit zijn bijvoorbeeld kosten voor de notaris, afsluitkosten van kre-

dieten, de kosten voor advies, drukwerk en de kosten voor levensonderhoud in de eerste maanden.

Voor de duidelijkheid is het wenselijk om voor bedragen boven de 5.000 euro een specificatie te maken.

6.2 Financiering

	Financiering
Eigen Vermogen	
Spaargeld	€
Eigen auto	€
Verhoging privé-hypotheek	€
Achtergesteld vermogen	€
Inbreng bedrijfsmiddelen	€
Totaal eigen vermogen	€
Vreemd vermogen	
Bankkrediet	€
Gemeentelening	€
Familielening	€
Overig	€
Totaal vreemd vermogen	€
Kort vermogen Rekening- courant bankkrediet	€
Leverancierskrediet	€
Nog te betalen kosten	€
Nog te betalen belasting	€
Overige	€
Totaal kort vreemd vermogen	€
Totaal vermogen	€
Financieringsoverschot	€

Solvabiliteit:

Spaargeld

Het gaat hierbij om het bedrag dat u zonder voorbehoud kunt inbrengen, dus zonder dat daar leningen of schulden tegenover staan.

Eigen auto

Het is van belang dat u een keuze heeft gemaakt tussen een zakelijke en privé auto. Indien u uw eigen auto als zakelijk vervoermiddel wilt gebruiken, kunt u de waarde hiervan opnemen bij deze post.

Verhoging privé-hypotheek

Het is mogelijk dat als u een overwaarde heeft op uw eigen huis, deze kunt aanwenden ter financiering van uw bedrijfsplannen.

Achtergesteld vermogen

Het is mogelijk om leningen te sluiten met familie of vrienden in de vorm van achtergestelde leningen. Dit wordt aangemerkt als eigen vermogen.

Inbreng bedrijfsmiddelen

Het kan voorkomen dat u reeds een aantal goederen in uw bezit heeft die u voor uw bedrijf kunt gebruiken. Deze kunt inbrengen onder deze post.

Vreemd vermogen

Indien het eigen vermogen niet toereikend is, zal gezocht moeten worden naar externe middelen. In veel gevallen is dit de bank, waar u terecht kunt voor verschillende kredietmogelijkheden. De meest voorkomende vormen zijn bedrijfskrediet en rekening-courant krediet. Het bedrijfskrediet kent een gemiddelde looptijd van 5 jaar en een regelmatige aflossing (vaak per maand). Het rekening-courant krediet is een mogelijkheid om "rood" te staan en lijkt meer het karakter van een doorlopend krediet te hebben. Voor een volledig overzicht van de mogelijkheden en de voorwaarden kunt u contact opnemen met uw bank.

6.3 Exploitatiebegroting

		1e jaar		2e jaar		3e jaar	
Omzet	€	-	€	-	€	-	
omzetgroep 1							
omzetgroep 2	€	-	€	-	€	-	
omzetgroep 3	€	-	€	-	€	-	
Totaal omzet	€	-	€	-	€	-	
Inkoopwaarde	€	-	€	-	€	-	
groep 1							
groep 2							
groep 3							
Bruto winst	€	-	€	-	€	-	
Bruto winst in %							
Kosten							
Productiekosten							
Hulpstoffen	€	-	€	-	€	-	
Onderhoud machines	€	-	€	-	€	-	
Verzekeringen	€	-	€	-	€	-	
Overig	€	-	€	-	€	-	
Totaal	€	-	€	-	€	-	
Huisvestingskosten	€	-	€	-	€	-	
Energie en water							
Kleine inventaris	€	-	€	-	€	-	
Verzekeringen	€	-	€	-	€	-	
Overig	€	-	€	-	€	-	
Totaal	€	-	€	-	€	-	
Vervoerskosten	€	-	€	-	€	-	
Autokosten							
Totaal	€	-	€	-	€	-	
Verkoopkosten							
Reclame en							
advertentiekosten	€	-	€	-	€	-	
Verpakking / emballage	€	-	€	-	€	-	
Promotie	€	-	€	-	€	-	
Overige	€	-	€	-	€	-	
Totaal	€	-	€	-	€	-	

Algemene beheerskosten					
Controle en advieskosten	€	-	€	-	€
Kantoor-/telefoon-/portiekosten	€	-	€	-	€
Vezekeringen	€	-	€	-	€
Overige beheerskosten	€	-	€	-	€
Totaal	€	-	€	-	€
Afschrijvingen					
Immateriële vaste activa (goodwill)	€	-	€	-	€
Bouwkundige voorzieningen	€	-	€	-	€
Machines	€	-	€	-	€
Installaties	€	-	€	-	€
Inventaris	€	-	€	-	€
Gereedschap	€	-	€	-	€
Computerapparatuur	€	-	€	-	€
Transportmiddelen	€	-	€	-	€
Overige	€	-	€	-	€
Totaal	€	-	€	-	€
Rente- en bankkosten	€	-			
Rentekosten	€	-	€	-	
Bankkosten	€	-	€	-	€
Totaal	€	-	€	-	€
Totale kosten	€	-	€	-	€
Netto resultaat	€	-	€	-	€
Bijzondere baten en lasten					
Resultaat voor belasting	€	-	€	-	€
Ingehouden winst	€	-	€		€

De exploitatiebegroting is een prognose van de inkomsten en de uitgaven van uw bedrijf in de eerste twee jaar na de start. Het is veelal moeilijk om cijfers te vinden voor activiteiten die nog niet hebben plaatsgevonden. Daarom is het van belang om de prognose te ondersteunen met de resultaten van uw marktonderzoek.

Omzet

De prognose van de omzet is één van de belangrijkste onderdelen van de exploitatiebegroting. Het is van belang om deze zo zorgvuldig mogelijk op te stellen. Een mogelijkheid is om verschillende bedrijfsactiviteiten ook in verschillende posten op te stellen.

Voorbeeld

U maakt websites, maar daarnaast geeft u ook advies aan bedrijven die een website hebben en onderhoudt u ook bestaande websites. In incidentele gevallen wilt u ook alleen de grafische vormgeving van websites voor uw rekening nemen. In uw omzetprognose neemt u de volgende omzetgroepen op:

omzetgroep 1	Bouw websites
omzetgroep 2	Advies
omzetgroep 3	Onderhoud websites
omzetgroep 4	Grafische vormgeving

Inkoopwaarde

Dit zijn de goederen die u moet inkopen voor het genereren van omzet. Een voorbeeld hiervan is de boekenhandelaar die 20 boeken inkoop voor 15 euro per stuk en deze doorverkoop voor 19,50 euro per stuk. Hiermee heeft hij een omzet van 390 euro en is zijn inkoopwaarde 300 euro (20 x 15).

Kosten

De specificatie van de kosten is een algemene weergave. Het kan zijn dat in individuele gevallen bepaalde kosten niet aan de orde zijn of dat er juist andere kosten kunnen zijn. Een aantal kosten, bijvoorbeeld huisvesting en transportkosten staat vast of is goed te begroten. Het is aan te bevelen om bij het invullen deskundige ondersteuning te zoeken. In het algemeen kan gesteld worden om in elk geval geen krappe begrotingen te maken. Eén van de mogelijkheden om ruim te begroten is om bij "Overige" uitgaven een bedrag te reserveren voor onvoorziene uitgaven.

Privé uitgaven

Dit zijn de uitgaven voor levensonderhoud. Het is verstandig om eerst een lijst te maken met alle uitgaven die u nu heeft en deze als uitgangspunt te nemen voor deze post. Het is niet aan te raden om dit bedrag hoger in te schatten dan uw huidige inkomen, aangezien de eerste jaren dat geld nodig kan zijn voor uitbreiding of aflossing van schulden.

Tot slot willen we nadrukkelijk opmerken dat het opstellen van een plan maatwerk is. Het is daarom alleen mogelijk om in hoofdlijnen een toelichting te maken. Daardoor kunnen individuele en speci-

fieke gevallen niet opgenomen worden. Wij raden u dan ook aan om voor het vervolmaken van uw plan contact op te nemen met één van de adviseurs van IMK Projecten.

7. Plan van aanpak

Het is als startende ondernemer belangrijk een plan van aanpak op te zetten. Een goede planning is van cruciaal belang.

Bijvoorbeeld: het aanvragen van een vergunning kan een aantal maanden in beslag nemen. Hier moet u dus rekening mee houden in de planning, want zonder vergunning loopt u risico op bedrijfs-sluiting.

Alle activiteiten dienen goed op elkaar aan te sluiten, zodat de start van uw bedrijf soepel verloopt.

In de tabel kunt u voor elke activiteit aangeven:

- 1) wanneer het uitgevoerd wordt (begin- en einddatum),
- 2) hoe u het gaat uitvoeren en
- 3) wie het gaat uitvoeren.

U kunt zelf de tabel uitbreiden met eventuele andere stappen.

BIJLAGEN

Hier licht u de bronvermeldingen in het plan toe. Daarnaast kunnen hier onderzoeksgegevens en andere ondersteunende gegevens, zoals intentieverklaringen van mogelijke afnemers of opdrachtgevers, worden toegevoegd.

index

aansprakelijk 8, 9

achtergesteld vermogen 26, 27
achtergestelde lening 12
administratie 15, 24
advertentiekosten 28
afschrijvingen 9
algemene kosten 9
assortiment 19
auto 27
autokosten 28
bank 23
bankkosten 29
bankkrediet 26
bbz 12
bedrijfs- en privé-vermogen 11
bedrijfsformule 10
bedrijfshuisvesting 20
bedrijfsidee 7, 11, 16
bedrijfsnaam 8
bestemmingsplan 15
betrouwbaarheid 13
biografie 12
bkr-registratie 12
bouw 8
bouwkundige voorzieningen 23, 24, 29
branche 6
branche-organisaties 17
bruto winst 28
btw 24
bureauonderzoek 16
centraal bureau voor de statistiek 16
commanditaire vennootschap 8
computerapparatuur 23, 24, 29
concurrenten 10, 20 concurrentie-analyse 18, 22 concurrentiepositie 21
controle en advieskosten 29
debiteuren 23, 25
demografische criteria 16
direct mail 21
distributiekkanalen 20
doelgroep 10, 11, 16–19, 19
doelstellingen 6
doorzettingsvermogen: 13

economisch instituut voor het midden- en kleinbedr 16
eenmanszaak 8, 11
elevator pitch 7
energie en water 28
exclusieve verkoop argumenten 22
exploitatiebegroting 28, 29
familielening 26
financieel beheer: 14
financiering 11
financieringsplan 23
financiers 3
fire your biggest guns first 6
firma 8
flexibiliteit 13
franchisen 24
free publicity 21
gemeenschap van goederen 11
gemeentelening 26
geografische criteria 16
gereedschap 23, 24, 29
giro 23
goodwill 24
groothandel 8
horeca en recreatie 8
huisvesting 9
huisvestingskosten 28
hulpstoffen 28
huwelijkse voorwaarden 11
hypotheek 26, 27
immateriële vaste activa 24
 immateriële vaste activa (goodwill)
 23, 29
inbreng bedrijfsmiddelen 26, 27
industrie en ambacht 8
ingehouden winst 29
initiatief 13
inkomenssituatie 11
inkomsten 11
inkoopwaarde 9, 28, 30
installaties 23, 29
inventaris 23, 29
investerings 11
investeringsbegroting 23

investeringsmaatschappij 3
 kamer van koophandel 8, 17
 kas/bank/giro 25
 kleine inventaris 28
 koopgedrag 21
 kosten 9, 28, 30
 kostprijs 20
 kvk 8
 lening 12
 leverancierskrediet 26
 lifestyle 16–19
 maatschap 8
 machines 23, 29
 marketing-instrumenten 19
 markt 16
 marktgerichtheid: 14
 marktonderzoek 16
 marktsegmenten 16
 milieubeheer 15
 mondelinge communicatie 13
 motivatie 13
 netto resultaat 29
 nettowinst 9, 11
 nevenactiviteiten 12
 notaris 11
 omgevingsbewustzijn 14
 omzet 28, 29
 onderhandelen 14
 onderhoud machines 28
 ondernemerskwaliteiten 11
 ondernemings situatie 11
 ondernemingsvorm 8
 openings- en aanloopkosten
 23, 25
 opleidingseisen 15
 overige beheerskosten 29
 personalia 11
 personeel 9, 21
 persoonlijk 11
 persoonlijke verkoop 21
 plaats 20
 prijs 19
 prijsbeleid 17
 privé uitgaven 30–32
 privé-schuldeisers 11
 probleemanalyse 13
 productiekosten 28
 prognose 29
 promotie 20, 28
 promotiebeleid 17
 p's 11
 public relations 21
 realistische instelling 13
 rechtsvorm 8
 reclame 21, 28
 reflexiviteit 13
 rekening-courant 26
 rente- en bankkosten 29
 rentekosten 9
 sales promotion 21
 samenlevingsovereenkomst 11
 service 19
 sociale relaties 13 socio-
 economische criteria 16
 solvabiliteit 26
 spaargeld 26
 swot – analyse 17
 transport 8
 transportmiddelen 23, 24, 29
 vaste activa 23
 veldonderzoek 17
 vennootschap 8
 verbeterpunten 14
 vergunningen 15
 verkoopkosten 28
 vermogen 12
 verpakking / emballage 28
 vervoerskosten 28
 verzekeringen 15, 28
 vestigingsplaats 20
 vestigingsvergunning 15
 verzekeringen 29
 vlottende activa 23
 voorfinanciering btw 23, 25
 voorraad 23, 25
 vreemd vermogen 27
 waarborgsommen 23, 25
Z
 zelfstandigheid 13

Advies en coaching voor ondernemers en managementteams

Haalbaarheidsonderzoek Wat is uw kans op succes?

Het Haalbaarheidsonderzoek richt zich op de commerciële en financiële haalbaarheid van bijvoorbeeld herfinanciering, herstructurering, uitbreiding, bedrijfsverplaatsing, bewerking van nieuwe markten en ontwikkeling van nieuwe producten. Het Haalbaarheidsonderzoek wordt uitgevoerd door ervaren adviseurs van IMK Projecten in samenwerking met gespecialiseerde adviseurs uit ons netwerk. De eindrapportage geeft een heldere analyse met conclusies over de haalbaarheid en randvoorwaarden. Bel voor informatie 0299-476373 of kijk op www.imk-projecten.nl

Persoonlijke ontwikkeling Waar zit uw persoonlijke kracht?

Sommige mensen krijgen alles voor elkaar, maar anderen lopen steeds tegen dezelfde problemen aan. De sleutel tot zakelijk succes ligt vaak op het persoonlijke vlak. IMK Projecten biedt verschillende verdiepende trainingen en coachingsprogramma's voor ondernemers en leidinggevendenden, waaronder het ZKM-Zelfonderzoek voor persoonlijke verdieping. Het ZKM-Zelfonderzoek is er ook voor groepen (bijvoorbeeld managementteams). Bel voor informatie 0299-476373 of kijk op www.imk-projecten.nl

Organisatieverandering Veranderen, maar hoe?

Elke organisatie heeft te maken met veranderingen. Ingegeven door nieuwe mogelijkheden of groei, maar soms gedwongen door de omstandigheden. Richting geven aan veranderingen vraagt inzicht in de complexe samenhang van processen en belangen binnen de organisatie, en in de wisselwerking met de buitenwereld. Wat betekent de fusie voor het management, wat doet de groei met de organisatiecultuur, hoe veranderen de verschillende functies en verantwoordelijkheden binnen de organisatie? De adviseurs van IMK Projecten begeleiden uw veranderingsproces vanuit verschillende adviesrollen. Bel voor informatie 0299-476373 of kijk op www.imk-projecten.nl

Advies en coaching

IMK Projecten adviseert en coacht ondernemers en managers in elke fase van hun ondernemerschap. Startend en gevestigd.

Onze adviseurs en coaches bieden een compleet programma, afgestemd op de behoeften en mogelijkheden van uw organisatie. Wij zijn actief op het gebied van commercie, financiën, management, communicatie en persoonlijke ontwikkeling. Onze diensten zijn in de adviespraktijk van IMK Projecten ontwikkeld, en worden op maat aangeboden. Wij adviseren en coachen startende ondernemers en gevestigde ondernemers en managementteams.

IMK Projecten
Abbringstraat 3 1447 PA Purmerend
tel: 0299-476373
www.imk-projecten.nl
[e-mail: info@imk-projecten.nl](mailto:info@imk-projecten.nl)