

GeGro Uitgeverij
MMXX

ISBN: 978-94-6406-192-5

NUR-code: 800
Bedrijfskunde Algemeen

© G.P.T. Groot, 2020

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit dit document mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, scan, of op welke wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende.

Inleiding

Met dit boek hoop ik zowel startende als bestaande ondernemers te helpen door mijn ervaringen als ondernemer en kennis te delen. De insteek van dit boek is vooral praktisch en praktijkgericht. Daarom wordt de theorie beperkt behandeld en nagenoeg meteen doorgeschakeld naar praktische en hopelijk herkenbare situaties.

De voorbeelden, die in het boek staan, ben ik voor het grootste gedeelte in de praktijk allemaal tegengekomen. De meeste voorbeelden betreffen klanten of kennissen. Soms zijn het situaties, die algemeen bekend kunnen zijn. En waar nodig, heb ik de voorbeelden er bij bedacht.

Startende ondernemers kunnen dit boek gebruiken als een vertrekpunt voor hun onderneming. Als alle vragen zijn beantwoord en alle opdrachten zijn uitgevoerd, heb je aan het eind van het boek een weloverwogen ondernemingsplan.

Bestaande ondernemers kunnen dit boek gebruiken als naslagwerk en zo misschien hun eigen kennis vergroten of vragen, die zij hebben, beantwoord zien.

Daarnaast is het boek ook opgezet met een onderwijsdoel en kan het wellicht gebruikt worden in het beroepsonderwijs.

Ik ben geen schrijver, maar ik ben wel sinds 1996 een ondernemer en een ondernemer “doet”. Met vallen en opstaan heb ik dit boek geschreven en er zijn ongetwijfeld verbeterpunten. Door het schrijven heb ik echter mijn kennis weer opgehaald en veel plezier gehad in het ontwikkelen van een nieuwe vaardigheid.

Ik hoop dat jullie net zoveel plezier hebben in het lezen van dit boek als ik had in het schrijven ervan.

Geertjan Groot

Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Ondernemer zijn kun je leren.....	9
1.1 Aanleiding.....	9
1.2 Ben je ondernemer?.....	10
1.3 MKB ondernemer in steekwoorden	13
1.4 Beginner Mind	15
1.5 Conclusie:	16
2. Valkuilen	17
2.1 De thuissituatie.	17
2.2 Zelf saboterende mechanismen	17
2.3 Dream destroyers.....	19
2.4 Dream replacers	20
3. De sleutel tot succes: de 3 P's	22
3.1 Passion (Passie/motivatie)	23
3.2 Preparation (Voorbereiding)	24
3.3 Perseverance (Doorzettingsvermogen).....	25
4. Bedrijfsmodel en Bedrijfslevenscyclus	27
4.1 Bedrijfsmodel	27
4.2 Bedrijfslevenscyclus.....	30
5. Businessplan	33
5.1 Nieuw(e) product of dienst	35
5.2 Haalbaarheidsonderzoek.....	36
5.2.1 Onderzoeken van de markt (on)mogelijkheden	37
5.2.2 Benodigde faciliteiten	39
5.2.3 Organisatie	41

5.2.4 Financiën	41
5.3 Derden er bij halen	43
6. Idee/product/dienst	44
7. Doelgroep en positionering	47
7.1 Waar?	47
7.2 Wie?.....	49
7.2.1 Particulieren	50
7.2.2 Organisaties.....	55
7.2.3 Particulieren en Organisaties	59
7.3 Waarom?	60
7.4 Hoe?	61
8. Verdienmodellen	65
8.1. Instroom (inkoop) verdienenmodellen	67
8.1.1 Personeel.....	69
8.1.2 Middelen	71
8.1.3 Voorzieningen	74
8.1.4 Huisvesting	75
8.1.5 Investerings.....	78
8.2. Uitstroom (verkoop) verdienenmodellen	78
8.2.1 Customer Journey	79
8.2.2 Producten	80
8.2.3 Rechten.....	86
8.2.4 Dienstverlening	88
8.2.5 Klantenbinding	91
8.2.6 Multi-level Marketing.....	94
8.2.7 Overig	94
8.3. Hybride modellen	98

8.4 Dubbele modellen	102
8.5. Conclusies	104
9. De Kunst van het Verkopen	106
9.1 Attention	107
9.2 Interest	109
9.3 Desire.....	111
9.4 Action	112
9.5 “Gun”-factor	112
9.6 Satisfaction	113
10. Sterkten en Zwakten (SWOT)	114
10.1 Sterkten	116
10.2 Zwakten	117
10.3 Kansen	118
10.4 Bedreigingen.....	119
10.5 Confrontatieanalyse	120
11. Marketing Mix	121
11.1 Product	122
11.2 Prijs	123
11.3 Plaats	123
11.4 Promotie.....	124
11.5 Personeel.....	125
11.6 Proces	126
11.7 Proof (bewijs door derden)	127
11.8 Problemen oplossen.....	128
12. Marketingplan	130
13. Faciliteiten	133
13.1 Locatie/Ruimte	133

13.2 Materiële activa.....	134
13.3 Immateriële activa.....	135
13.4 Vergunningen	136
13.5 Wettelijke eisen.....	136
14. Bedrijfsorganisatie.....	138
14.1 Geen rechtsvorm	138
14.2 Eenmanszaak.....	139
14.3 Personenvennootschap.....	141
14.4 Commanditaire Vennootschap.....	143
14.4 Besloten Vennootschap (BV).....	144
14.5 Overige Rechtsvormen	146
15. Financieel Plan.....	148
15.1 Investeringsbegroting.....	149
15.2 Financieringsbegroting	151
15.3 Exploitatiebegroting	152
15.3.1 Break Even	153
15.4 Liquiditeitsbegroting	154
15.5 Balans	155
15.6 Scenario's	156
15.7 Format voor een Financieel Plan.....	157
16. Ondernemingsplan	158
16.1 Communicatie	159
17. Derden er bij halen; Financiering	162
17.1 Familie en Vrienden.....	162
17.2 Banklening	163
17.2.1 Besluit Borgstelling MKB Kredieten.....	164
17.2.2 Garantieregeling Ondernemingsfinanciering.....	165

17.3	Investeerder	167
17.3.1	Wat is belangrijk voor een investeerder?	168
17.4	Qredits	169
17.5	Obligatielening	171
18.	Administratie en Schuldvoorkoming	173
18.1	Administratie	173
18.2	Schuldvoorkoming	174
18.2.1	Belastingen	175
18.2.2	Inning Debiteuren.....	177
18.2.3	Leaseauto	179
18.2.4	Andere langdurige verplichtingen	180
18.2.5	Bedrijfslening voor een ander doel gebruiken	181
18.2.6	Geen rekening houden met slechte tijden.....	182
18.2.7	Geld uitlenen	184
18.3	Conclusie	184
19.	Ondernemen is Doen	185