

smarteracademy



Inhoudsopgave

| | |
|--------------------------------------|----------|
| 1. Introductie | 3 |
| 1.1. Wie zijn wij? | 3 |
| 1.2. Wat doen wij? | 3 |
| | |
| 2. Over de Academy | 4 |
| 2.1. Doelstelling | 4 |
| 2.2. Doelgroep..... | 4 |
| | |
| 3. Het traject | 5 |
| | |
| 4. Ondernemingsplan | 6 |
| 4.1. De ondernemers..... | 6 |
| 4.2. Het marketingplan..... | 7 |
| 4.3. Verdienmodel | 10 |
| 4.4. Organisatie | 11 |
| 4.5. Actieplan introductie | 11 |
| 4.6. Financieel plan | 11 |
| 4.7. 10 tips voor het schrijven..... | 12 |

1. Introductie

1.1. Wie zijn wij?

De Smarter Academy heeft als doelstelling om (startende) ondernemers te ondersteunen bij het opzetten of door ontwikkelen van hun onderneming. Met de hulp van experts en de Smarter Community willen wij ondernemers (in spé) helpen met het najagen van hun droom.

1.2. Wat doen wij?

De Smarter Academy verzorgt maatwerk trajecten voor alle (startende) ondernemers met een droom of idee. Je volgt een ondernemerstraject, waarin alle stappen van het ondernemerschap worden behandeld en waarin je door middel van een persoonlijke coach werkt aan je persoonlijke ontwikkeling en doelstellingen.



2. Over de Academy

2.1. Doelstelling

De doelstelling van de Smarter Academy is het helpen van (startende) ondernemers met het najagen van hun droom.

Bij de selectie van de deelnemers wordt niet gekeken naar eventuele beperkingen, wij geven iedereen een kans. Een traject in de Smarter Academy heeft als doel de deelnemers rijper te maken in het ondernemen. Persoonlijke ontwikkeling staat centraal en samen met experts wordt er gekeken naar de doelstellingen van de deelnemers. Een traject kan ook succesvol worden afgesloten met het eindresultaat dat de deelnemer geen ondernemer blijkt te zijn.

2.2. Doelgroep

De Smarter Academy heeft drie doelgroepen gedefinieerd, te weten:

- Personen met een droom om een eigen onderneming te starten. Gecombineerd met een enorme drive om zichzelf te ontwikkelen en te ontdekken wat het zijn van ondernemer inhoudt.
- Personen met een droom om ooit een eigen onderneming te starten. Gecombineerd met een gevoel van twijfel, of het zijn van ondernemer iets voor hem/haar kan zijn. Deze twijfel komt voort uit onwetendheid of onzekerheid en deze persoon heeft inzicht nodig om tot de juiste beslissing te komen.
- Personen met een droom om een eigen onderneming te starten. Gecombineerd met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking die het starten van de onderneming belemmert.

3. Het traject

Elke (startende) ondernemer kent spannende momenten. Het pitchen van jouw idee of droom, je eerste afspraak en het maken van de eerste factuur. Onzekere en spannende momenten zijn inherent aan ondernemen. Maar het mooie aan onzekerheden is dat ze vaak met de juiste hulp omgebogen kunnen worden naar zekerheden.

De Smarter Academy verzorgt trajecten voor alle (startende) ondernemers met een droom of idee. Je volgt een ondernemerstraject, waarin alle stappen van het ondernemerschap worden behandeld en waarin je door middel van een persoonlijke coach / expert werkt aan je persoonlijke ontwikkeling en doelstellingen.

Het academytraject bestaat uit verschillende sessies en bijeenkomsten. Afhankelijk van de wensen kunnen sommige sessies gecombineerd worden. Voor het traject wordt een eigen bijdrage van 275 euro gevraagd. De rest wordt allemaal gesponsord door partners.

- Kennismaking / Intake
- Missie, visie en strategie
- Financieel
- Juridisch
- Marketing en sales
- Maatwerk (extra)
- Afsluiting ondernemingstraject
- Sessies met expert (minimaal 4)
- Fysieke en online events

Elke deelnemer van een ondernemerstraject start met een (digitale) intake. De intake zal digitaal door middel van het invullen van een vragenlijst of persoonlijk plaatsvinden. Aanmelden kan via www.smarter.nl/academy



4. Ondernemingsplan

Een ondernemingsplan kan je helpen om wat meer inzicht te krijgen in je verwachtingen. In een ondernemingsplan ga je jouw bedrijfsplannen op een rij zetten. Wij zullen je een structuur geven die je kunt gebruiken om een goed plan op te stellen in 4.1 tot en met 4.7.

Belangrijk voor een ondernemingsplan om te bepalen met welk doel je het plan schrijft. Dit zal tijdens het traject ook zeker nog aan de orde komen.

4.1. De ondernemers

Dit deel bestaat uit de persoonsgegevens van de ondernemers. Personalialia, inkomenssituatie, prestaties, ondernemerskwaliteiten en de motivatie en doelstelling komen aan bod.

Er zal worden toegelicht wat er bij een onderdeel verwacht wordt om in te vullen.

4.1.1. Personalialia

Je kan hier volstaan met de volgende gegevens:

Naam:
 Adres:
 Telefoonnummer:
 Geboortedatum:
 Burgerlijke staat:

Ben je op social media actief? Of is je organisatie dat ook al? Dan is het verstandig om deze accounts hier toe te voegen.

4.1.2. Inkomenssituatie

Omschrijving van jouw huidige inkomenssituatie en de omschrijving van jouw verwachte inkomenssituatie tijdens ondernemerschap.

4.1.3. Prestaties

Wat zijn de huidige prestaties. Jouw genoten opleidingen en werkervaring. Jouw CV zou hier uitermate geschikt voor zijn.

Verder kan je hier aanbevelingen en referenties toevoegen.

Ondernemerskwaliteiten

Geef jouw kwaliteiten als ondernemer aan met behulp van een eenvoudige matrix.

| | 1= Slecht | 2 | 3 | 4 | 5= Goed |
|--------------------------------------|--------------|---|---|---|------------|
| Betrouwbaarheid | | | | | |
| Creativiteit | | | | | |
| Financieel beheer | | | | | |
| Flexibiliteit | | | | | |
| Initiatief | | | | | |
| Leervermogen | | | | | |
| Leidinggeven / Taakgerichtheid | | | | | |
| Marktgerichtheid | | | | | |
| Mondelinge communicatie | | | | | |
| Motivatie / Doorzettingsvermogen | | | | | |
| Omgevingsbewustzijn | | | | | |
| Onderhandelen | | | | | |
| Plannen / Organiseren | | | | | |
| Probleemanalyse | | | | | |
| Realistische instelling | | | | | |
| Schriftelijke communicatie | | | | | |
| Sociale relaties | | | | | |
| Stressbestendigheid | | | | | |
| Zelfstandigheid / Besluitvaardigheid | | | | | |

4.1.4. Motivatie en doelstelling

Noteer jouw persoonlijke motivatie en persoonlijke doelstelling. Waarom wil je dit zo graag?

Probeer dit in niet meer dan een halve A4 te verwoorden.

4.2. Het marketingplan

Dit deel bestaat uit de missie, visie, strategie en doelstellingen van de onderneming. Verder komen een afnemersanalyse en concurrentieanalyse aan bod en zal stil worden gestaan bij

de sterkte, zwakte, kansen en bedreigingen van de onderneming. Tot slot kan je binnen jouw marketingplan ook nog de marketingmix bepalen.

Er zal worden toegelicht wat er bij een onderdeel verwacht wordt om in te vullen.



4.2.1. Missie, visie en doelstelling

Beschrijf jouw missie, visie, strategie en doelstellingen. Zorg ervoor dat een buitenstaander direct weet wat je bedoelt.

Missie

In een missie wordt het bestaansrecht van een onderneming beschreven vanuit de waarden en identiteit. De vraag die onder dit verhaal ligt is: waar staan we voor? Een missie is iets wat in de jaren groeit, het is het fundament van een organisatie, veelal gekoppeld aan de oprichter(s) van het bedrijf.

Een missie is een dieperliggende motivator om je bijdrage als bedrijf of organisatie te leveren. Als de missie helder is, dan kan een bedrijf in een storm terecht komen, maar dan weet iedereen waarom hij deed wat hij deed en die wetenschap helpt je op de been te blijven in moeilijke situaties. Een missie is een blijvend iets dat niet elk jaar verandert.

Visie

De vraag die onder het begrip visie ligt is: waar gaan we voor? In een visiestuk wordt beschreven wat de toekomstdroom van de onderneming is en welke bijdrage de onderneming aan de maatschappij wil leveren. In een visie krijgt de missie concrete handen en voeten. Een visie wordt vaak geschreven voor een bepaalde periode, wordt geëvalueerd en bijgesteld indien nodig. Telkens wordt gekeken of datgene wat gedaan wordt nog in lijn is met de missie van de organisatie.

Hulpvragen om een visie te formuleren:

1. Wat willen we bereiken?
2. Wat zijn onze kernwaarden?

Een visie kan moeilijk zijn om te schrijven, omdat je hier helemaal nog niet mee bezig bent geweest. Dit is niet erg, sterker nog; dit hoort zo. We willen je wel uitdagen om hiermee aan de gang te gaan, omdat het enorm fijn is om dingen af te kunnen toetsen aan een vooraf opgezette gedachte.

Strategie

Het visiedocument ligt klaar. De toekomst is helder geformuleerd. Nu moet die droom nog uitkomen. Om ervoor te zorgen dat visies niet voor niets geformuleerd zijn, is het goed om te bedenken welke strategie je in gaat zetten om die visie werkelijkheid te laten worden.

Door duidelijke acties te formuleren en een actieplan te maken is de kans groter dat de strategie ook daadwerkelijk uit gaat komen. Oftewel; maak doelstellingen die SMART zijn. Die je kan en gaat halen om succes te boeken. Want niets is zo belangrijk om succes te vieren en te genieten!

Een strategie bestaat uit:

- Concrete uitwerking van de visie – Wat ga je wanneer doen en waarom? Wat ga je juist niet doen en waarom?
- Actieplan – Welke acties ga je doen?
- Taakverdeling – Wie gaat welke acties doen?

Doelstellingen

De strategie wordt weer omgezet in specifieke doelstellingen. Doelen moeten SMART worden opgesteld. SMART: Specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgeboden.

4.2.2. Afnemersanalyse

Wie zijn jouw afnemers? Het is belangrijk om vooraf goed in kaart te brengen wat jouw (potentiële) doelgroep is. Bepaal in welk segment zij zitten en hun geografische, demografische en psychografische gegevens. Bepaal wat jouw doelgroep belangrijk vindt en kijk in hoeverre jouw product en jouw onderneming hierop aan gaan sluiten.

4.2.3. Concurrentieanalyse

Wie zijn jouw concurrenten? Je kunt hiervoor bijna dezelfde vragen gebruiken die je jezelf stelt bij het opstellen van de afnemersanalyse. In welk segment zitten zij (nog meer)? Wat zijn hun geografische, demografische en psychografische gegevens?

4.2.4. Sterkte, zwakte, kansen en bedreigingen

Een SWOT-analyse (strengths, weaknesses, opportunities and threats) is een methode om jouw sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen te evalueren. De sterke en zwakte punten zijn kenmerken van de onderneming of het product. Hierbij gaat het dus expliciet om de interne elementen. Voor wat betreft de kansen en bedreigingen zijn de ontwikkelingen, gebeurtenissen en invloeden waaraan de onderneming of het product onderhevig is. Hierbij gaat het dus om de externe elementen.

4.2.5. Marketingmix

Product

Beschrijf de volgende onderdelen van jouw product:

Fysieke product: Dit is het kale product. Wat zijn de afmetingen? Wat is de functie?

Uitgebreide product: Wat zijn de extra of toegevoegde eigenschappen? Hierbij kan gedacht worden aan de verpakking, de merknaam, services en garanties.

Totale product: Jouw totale product zit uiteraard voor de consument vol emotionele, instrumentele en expressieve eigenschappen. Deze kun je hier beschrijven.

Prijs

Welke kosten gaan er gepaard met jouw product. Omschrijf hier de totale kosten en de verkoopprijs van het product.

Plaats

Op welke locatie kan de consument het product verkrijgen? Dit kan zowel een fysieke als digitale locatie zijn. Omschrijf hier eventueel ook het logistieke proces.

Promotie

Wat ga jij doen aan activiteiten voor de promotie van jouw nieuwe onderneming of nieuwe product. Dit gaat om promotie op de lange termijn. Denk hierbij aan public relations, reclame, persoonlijke verkoop etc.

Personeel

Heb jij bij de start van jouw onderneming ook al direct te maken met personeel. Beschrijf de eisen en kwaliteit van personeel dat je wil aanstellen voor jouw onderneming.

Presentatie

Geef het imago of de manier waarop jij jezelf met jouw onderneming wilt presenteren aan.

4.3. Verdienmodel

Het verdienmodel van de onderneming is de wijze waarop de onderneming geld gaat verdienen. Jouw onderneming kan gebaseerd zijn op één verdienmodel, maar ook op meerdere verdienmodellen. Het is verstandig om meerdere verdienmodellen te hebben. Zodra het blijkt dat een verdienmodel niet werkt, heb je de mogelijkheid dat een ander verdienmodel wel werkt.

Beschrijf hier de manier(en) waarop jij met jouw onderneming geld gaat verdienen.

4.4. Organisatie

Je dient hier de organisatie te beschrijven van jouw onderneming. Wat is bijvoorbeeld de door jou gekozen handelsnaam, en ook zeer belangrijk, welke rechtsvorm heb je gekozen voor de onderneming?

Sta ook stil bij de volgende zaken:

- Heb je vergunningen nodig?
- Welke verzekeringen kan je nodig gaan hebben?
- Wat moet je melden bij de Belastingdienst?
- Ga je jouw administratie zelf voeren of besteed je dit uit? Bekijk hiervoor ook onze mogelijkheden.
- Hou je er ook rekening mee dat er algemene voorwaarden moeten worden opgesteld?

Tip: Gebruik hiervoor dus ook dit handboek!

4.5. Actieplan introductie

Wat ga je allemaal doen om jouw doelgroep kennis te laten nemen van de introductie van jouw nieuwe onderneming? Dit gaat met name om de korte termijn. Hoe ga ik mijn onderneming lanceren?

4.6. Financieel plan

Het financieel plan bestaat standaard uit 4 deelbegrotingen. De investeringsbegroting en het financieringsplan vormen samen de beginbalans van je bedrijf. Hierin geef je aan welke investeringen nodig zijn om te starten en hoe je de financiering wilt regelen. In de exploitatiebegroting staan de verwachte opbrengsten en kosten over een bepaalde periode (meestal 3 jaar). Met de liquiditeitsbegroting zie je of je op elk moment voldoende geld hebt om aan je betalingsverplichtingen te voldoen. Uiteindelijk kan met deze 4 deelbegrotingen ook je begrote eindbalans worden opgemaakt.

4.6.1. Investeringsbegroting

Het kost geld om een onderneming te starten. Investerings zijn noodzakelijk om te kunnen starten, maar sommige investeringen kunnen ook op een later tijdstip nog plaatsvinden. In de investeringsbegroting zet je op een rij wat je minimaal nodig heeft om te kunnen starten met je onderneming.

4.6.2. Financieringsplan

Hierin staat hoe je de benodigde investeringen gaat financieren. Dit kan met eigen vermogen en/of met vreemd vermogen.

4.6.3. Begrote openingsbalans

Hierin staat je investeringsbegroting (debet) tegenover je financieringsplan (credit).

4.6.4. Exploitatiebegroting

Met een exploitatiebegroting bereken je of je winst of verlies maakt met je onderneming. Je zet je omzet en kosten onder elkaar.

4.6.5. Liquiditeitsbegroting

Je ziet op je liquiditeitsbegroting hoeveel geld je maandelijks ontvangt en uitgeeft. En of je onderneming in bepaalde maanden extra geld nodig heeft en wanneer het slim is om een investering te doen.

4.6.6. Begrote eindbalans

Je eindbalans op basis van je begrote openingsbalans, exploitatiebegroting en liquiditeitsbegroting.

4.7. 10 tips voor het schrijven

Tip 1. Doelstelling

Voor wie schrijf je je ondernemingsplan? Bepaal voor wie je het plan schrijft. Schrijf je je plan bijvoorbeeld voor de bank, ga dan na wat jouw bank belangrijk vindt om terug te zien in het plan.

Tip 2. Structuur

Start niet zomaar met schrijven. Zorg eerst dat er een goede structuur staat voordat je begint. Je kunt hiervoor de structuur gebruiken zoals in die handboek wordt aangeboden.

Tip 3. Planning

Wanneer moet je plan klaar zijn? Maak een planning, maar zorg ervoor dat deze niet te strak is. Je zal merken dat je dagelijks zal herschrijven.

Tip 4. Korte en lange termijn denken

Schrijf je plan met je visie gericht op zowel de korte als de lange termijn.

Korte termijn: schrijf je plan uit op detailniveau voor het komende jaar en doe dit ook voor je financiële plan.

Lange termijn: Denk aan de toekomst, waar wil je over een aantal jaar staan met je onderneming? Uiteraard kun je dit ook opnemen in je financiële plan. Probeer globaal te werken en besteed niet al je kostbare tijd aan het gedetailleerd uitwerken.

Tip 5. Focus

Laat je niet te veel afleiden van je bestaande idee of ondernemingsplan. Er worden altijd onderdelen toegevoegd, aangepast of verwijderd uit het ondernemingsplan. Let op dat je je doel gaat bereiken dat je oorspronkelijk voor ogen had. Focus is hier het toverwoord.

Tip 6. Realistisch

Ben realistisch. Een opstartfase kan snel gaan, maar het kan wellicht ook enige tijd duren en misschien wel langer dan je verwacht en/of hoopt. Zorg dus ook voor een financiële buffer.

Tip 7. Onderbouwing

Stel jezelf constant de vraag 'waarom?'. Waarom zou iemand mijn product kopen? Waarom verwacht ik deze omzet of kosten? Een financier zal deze vragen ook stellen.

Tip 8. Praat

Praat over je plan met familie, vrienden en kennissen. Deze hebben allemaal een andere kijk op je ondernemingsplan en kunnen je voorzien van zowel positieve als negatieve kritiek waar je onderneming alleen maar sterker van kan worden. Zorg ervoor dat je ook zeker weet dat

deze persoon kritiek durft te geven. Geef uiteraard niet alles over je plan prijs aan de buitenwereld of stel voor de zekerheid een geheimhoudingsverklaring op.

Tip 9. Samenvatting

Zorg ervoor dat je je onderneming kunt samenvatten op 1 A4, in 1 alinea en kunt vertellen in 1 zin of 10 woorden.

Tip 10. Doen!

Gewoon doen, maar ga pas met een goede voorbereiding van start! Met behulp van dit handboek heb je al een goede stap gezet!

Smarter Academy

Nijverheidsweg 32

5061 KL Oisterwijk

www.smarter.nl