

## Ondernemingsplan

Je hebt besloten om voor jezelf te gaan starten! Super leuk natuurlijk en waarschijnlijk ben je terecht heel enthousiast. Maar wat ga je nu doen?

Met dit blog wil ik jou ervan overtuigen wat de toegevoegde waarde is van een ondernemingsplan. Vaak kom je er namelijk tijdens het schrijven achter, dat er nog zaken zijn waar je niet goed (genoeg) over nagedacht hebt.

### Hoe begin ik?

Het klinkt eigenlijk heel suf, een ondernemingsplan. Maar het is heel leuk om jouw plan concreet te gaan maken. Hoe begin je er dan aan? Een belangrijke basis voor het ondernemingsplan is de vraag: *Waarom moeten mensen (klanten) besluiten om naar jou toe te komen?*

Als je deze vraag kunt beantwoorden, dan weet je gelijk voor een groot deel jouw onderscheidend vermogen te omschrijven. Dit heeft het voordeel, dat je weet nu waarom concurrentie geen bedreiging hoeft te zijn.

### Golden Circle

Een van de vele modellen die ik interessant vind, is de Golden Circle van Simon Sinek. Veel bedrijven omschrijven wat ze doen, hoe ze dat doen en tot slot is er ergens te vinden waarom ze dat doen. Maar juist de waarom is heel belangrijk.

Stel, je werkt bij een autogarage. Elke dag zie jij verbeterlagen om efficiënter en klantvriendelijker te werken maar de ruimte om dit door te voeren krijg jij niet. Dan kan het een goede motivatie zijn om voor jezelf te beginnen. Een garage beginnen omdat jij graag sleutelt gaat niet werken. Dan ben jij niet anders dan de concurrent.

### Visie en missie

Begin dus met jouw visie en missie, kort samengevat is dat:

- *Een visie is de manier of droom waarop jij iets voor je ziet. En die visie maakt jou een ondernemer, want je hebt iets waar je naar wilt streven.*
- *Een missie is datgene wat jij wilt betekenen met jouw bedrijf. Dus waar maak jij jezelf sterk voor?*

Het schrijven van een ondernemingsplan daagt jou uit om na te denken over vele details. Niet alleen het formele stuk, zoals: de rechtsvorm, bedrijfsnaam, logo, locatie etc. Maar ook het informele deel zoals hierboven beschreven staat.

Als jij weet wie jij bent, hoe jouw bedrijf eruit gaat zien en wat je gaat doen. Is het tijd om na te denken over de doelgroep. Hoe ziet jouw ideale klant eruit? En hoe gaat die ideale klant jou vinden? Op welke manier ga jij de ideale klant overtuigen om voor jouw product of dienst te kiezen?

Het ondernemingsplan is eigenlijk een puzzel, waarin alle losse stukjes bij elkaar gelegd moeten worden.



Jouw doelgroep. Hoe ziet  
jouw 'ideale' klant er uit?

Drijfveren, wat maakt jouw  
bedrijf uniek? Vaak komt  
de unieke waarde vanuit  
jouw persoonlijke sterke  
kanten.

Hoe weet jou ideale klant  
jou te vinden?

Hoe ben jij over 5 en over  
10 jaar nog steeds  
succesvol?

