

1. Een bedrijfsplan; wat zit erin?

Een bedrijfsplan is een contract met jezelf. Jouw droom komt uit. En jij verwoordt op welke wijze je die droom werkelijkheid wil laten worden. Het unieke wordt zichtbaar. Waarom is jouw boekenwinkel anders dan al die andere, reeds bestaande winkels? Hoe denk je mensen te trekken? En wat is de basis om winst te maken. Want daar doe je het tenslotte voor. En is die winst om op te maken, of ga je die gebruiken als reserve voor te investeren? Of een appeltje voor de dorst in moeilijke(re) tijden?

Naast een helder beeld van doelstellingen, en de aan te bieden producten en diensten, is het een plan. Dus een route waarlangs je tot resultaten wil komen. Er zijn honderden wegen die naar Rome leiden, en waarom kies je slechts die ene weg? Omdat die past bij jouw persoonlijkheid, of omdat er andere redenen zijn.

2. Een bedrijfsplan; verschil tussen opstartend en doorstart

Een opstartend bedrijf is een spiegel voor jezelf. Je geeft aan waar jouw kwaliteiten liggen. En hoe je de nieuwe werkelijkheid als ondernemer denkt aan te pakken. Hoe ga je om met risico's? welke reserves ga je aanleggen? En hoeveel? Een belangrijk punt is hoe je de eigen (administratieve) organisatie opzet. En met welk imago je naar buiten treedt. Ook belangrijk is welke mores je wil uitstralen? Werk je alleen binnen de regels, of sta je toe dat er van tijd tot tijd ook bijvoorbeeld met zwart-geld betaald wordt?

Een doorstartend bedrijf kijkt juist naar de groeiversnelling die erin zit. Je bent als ondernemer al een eind op weg gekomen, maar je wilt méér. En de organische groei duurt in jouw ogen te lang. Je wilt dat een bank of investeerder aan boord komt. Maar de bank vraagt rente, doch is uiterst kritisch. De investeerder denkt meer mee, maar wil een deel van de winst. Zaken die je je moet realiseren, als je vreemd geld wil aantrekken.

3. Een bedrijfsplan: het verschil en de overeenkomsten tussen een glazenwasserij en kantoorboekhandel

Is een bedrijfsplan voor een kantoorboekhandel totaal verschillend dan van een glazenwasserij. Ja en nee! Verschil zit erin dat de branche verschillend is. Een huisvrouw kijkt anders tegen jouw glazenwasserij aan, dan een ondernemer. Maar eenmaal klant, komt de vervolgoedracht bijna automatisch na 6 weken, als de ramen weer gezeemd moeten worden.

En bij een boekhandel is de klandizie gebaseerd op vertrouwen, een breed assortiment en een aantrekkelijke prijs. En veel artikelen moet je op voorraad hebben, anders gaan klanten naar een ander.

4. Een bedrijfsplan: waarom het niet voor een franchise-formule werkt

Een bedrijfsplan schept orde en geeft rust. Je wilt immers jouw ontwikkelingen in de toekomst plannen. Als je onderdeel van een franchise-formule wilt worden, ziet het bedrijfsplan er heel anders uit. Minder aandacht voor de marktwerking in de volle breedte. Maar meer aandacht voor de specifieke wijze waarop je de franchise formule naar jouw hand wil en kunt zetten.

En speciale aandacht voor de onderhandelingen over het franchise contract. Er is namelijk veel meer maatwerk mogelijk, dan gedacht. Enerzijds omdat je de marges weet waarbinnen onderhandeld kan worden. Anderzijds omdat een deel van jouw onderneming buiten het contract valt. Tenminste als je dat wenst. Daar zit juist het onderscheidende vermogen in.

5. Een bedrijfsplan: wat de bank van belang vindt

De bank kijkt op een heel andere manier naar jouw bedrijfsplan, dan jijzelf. De bank zoekt naar zekerheid en afdekking van risico's. en de mate waarin een plan realistisch is. Op basis van branche-benchmarks controleert de bank of een bepaalde winstverwachting haalbaar is. En zo niet, hoe je die desondanks denkt te behalen. De bank kijkt er ook naar, of je over onderpanden beschikt. En of deze direct beschikbaar zijn, indien benodigd. Ook schept het een beeld over jou, als werkgever. Als je medewerk(st)ers in dienst hebt: werken ze al lang, of lijkt je bedrijf wel een duiventil. Allemaal zaken waar jezelf mogelijk nauwelijks bij stilstaat, maar waar een bank grote waarde aan hecht. Zij nemen namelijk een deel van het risico van je over bij het verstrekken van kapitaal.

6. Een bedrijfsplan:en authentiek leiderschap

Is een bedrijfsplan alleen maar nodig voor de Kamer van Koophandel of de bank? Nee. In vele gevallen gaat het nameijk om een contract met jezelf. Je maakt een prognose hoe je denkt dat jouw bedrijf gaat lopen. En op grond van jouw ervaring, schat je bepaalde ontwikkelingen zonnig of somber in. Eigenlijk wordt er een beroep gedaan op jouw kwaliteiten als leider. Wat zijn jouw drijfveren? Hoe kun je mensen overtuigen om met jou zaken te gaan doen? Als je personeel aanneemt, wat is het perspectief dat je ze kunt bieden? Allemaal zaken die vragen om een voorbeeldfunctie, een leidende verantwoordelijkheid.

Het bedrijfsplan is in die zin een afspraak met jezelf. Je dient namelijk niet afgeleid te worden door jouw omgeving. Een zig-zag koers leidt niet tot een stabiele leiding an het bedrijf.

7. Een bedrijfsplan voor een familiebedrijf

Een bedrijfsplan voor een familiebedrijf is een speciaal plan. In tegenstelling tot personeel, heb je jouw familie niet voor het uitkiezen. Echter die verschillende kwaliteiten, maken het ook tot de kracht van het bedrijf. En binnen de familie-normen is een ondenkbare mate van loyaliteit en verbondenheid aanwezig. Je werkt niet van 9 tot 5, maar je bouwt mee aan een bedrijf voor de volgende generatie. En als het economisch minder gaat, dan eis je niet jouw salaris. Maar stel je je op in het belang van het voortbestaan van de onderneming. Iets wat één van de kernwaarden van het bedrijf is.

Voor meer informatie: kijk op: www.eso.nu



Drs. Etienne B.M. Schoenmakers CMC
ESo: inspiratiebron voor mens en onderneming
Vijverstraat 6
4635 RA Huijbergen
0164-643558