



Sarphati[®]

RETAIL

ONDERNEMING STARTEN

Ondernemer retail (4)

Theorie | editie 2021

COLOFON

Boom beroepsonderwijs
info@boomberoepsonderwijs.nl
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteur(s): Mirjam Aarsen, Joyce Dost, Astrid Habraken-van Esdonk, Bregje Krijnen, Henny Krom, Jip Kruis, Tessel Mulder, Angela van Oeffelen, Ilona Scharree, Jan Vaneaux, Gerda Verhey en auteursteam Rubus Opleidingspartners B.V.

Eindredactie: Fundamenteaal, Jorinde Post

Titel: Onderneming starten

ISBN: 978 94 639 7128 7

1e druk/ 1e oplage

© Boom beroepsonderwijs 2021

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom beroepsonderwijs, te vinden op www.boomberoepsonderwijs.nl.

INHOUD

Inleiding	5
Kerntaken en werkprocessen	6
Hoofdstuk 1 Je eigen bedrijf	7
1.1 Een goede ondernemer	8
1.2 Trends in retail: inspiratie	10
1.3 Een goed idee	14
1.4 Business Model Canvas	19
1.5 Missie, visie en strategie	22
1.6 Samenvatting	24
1.7 Begrippen	25
Hoofdstuk 2 Marktonderzoek: externe en interne analyse	27
2.1 Externe analyse: macro-economisch onderzoek	28
2.2 Externe analyse: meso-economisch onderzoek	32
2.3 Hoe ga je klanten werven: acquisitie voor de verschillende doelgroepen ..	39
2.4 Hoe ga je je idee testen?	40
2.5 SWOT-analyse	41
2.6 Samenvatting	43
2.7 Begrippen	44
Hoofdstuk 3 Je verkoopkanalen	45
3.1 Bricks, clicks en ticks: combineren van verkoopkanalen	46
3.2 Eigen winkel: een permanente winkel of een pop-upstore	50
3.3 E-commerce en e-tailmodellen	52
3.4 Het logistieke proces	55
3.5 Distributieanalyse	57
3.6 Samenvatting	58
3.7 Begrippen	59
Hoofdstuk 4 De belangrijkste activiteiten van je onderneming	61
4.1 Kernactiviteiten	62
4.2 Wie zijn je leveranciers en partners?	65
4.3 Zelf doen of outsourcen?	71
4.4 Wat zijn je belangrijkste investeringen om je onderneming te laten slagen? .	72
4.5 Samenvatting	73
4.6 Begrippen	74

Hoofdstuk 5	Het marketingplan	75
5.1	De winkelformule	76
5.2	Plaats	79
5.3	Product	81
5.4	Prijs	83
5.5	Promotie	85
5.6	Presentatie	90
5.7	Personeel	95
5.8	Samenvatting	97
5.9	Begrippen	98
Hoofdstuk 6	Het financiële plan	99
6.1	Het financiële plan	100
6.2	Je privésituatie	100
6.3	Je investeringsbegroting	101
6.4	De financieringsbegroting	105
6.5	Je exploitatiebegroting	108
6.6	De liquiditeitsbegroting	113
6.7	Belastingrecht	116
6.8	Samenvatting	120
6.9	Begrippen	122
Hoofdstuk 7	Het definitieve ondernemingsplan opstellen	125
7.1	De rechtsvorm	126
7.2	Verzekeringen	130
7.3	Algemene verkoopvoorwaarden opstellen	132
7.4	Ondernemingsplan definitief opstellen	134
7.5	Inschrijven bij de Kamer van Koophandel	134
7.6	Administratie opzetten	135
7.7	De elevatorpitch	136
7.8	De presentatie of pitch van je ondernemingsplan	138
7.9	Samenvatting	138
7.10	Begrippen	140
	Beeldverantwoording	141
	Index	142

INLEIDING

Je volgt je droom: je gaat je eigen bedrijf starten. Voor veel ondernemers voelt de start van een eigen onderneming als een sprong in het diepe. Maar als je alles goed voorbereidt, is dat niet nodig. Met *Onderneming starten* doorloop je stap voor stap de onderwerpen die nodig zijn om een goed ondernemingsplan te maken. Je maakt kennis met een aantal handige ‘gereedschappen’ oftewel ‘tools’ die nodig zijn om alle onderdelen van het ondernemingsplan aan te pakken. Bij dit boek gebruiken we de website van Qredits. Als je alle stappen doorloopt beschik je misschien direct over het benodigde startkapitaal.

Hoofdstuk 1 is een introductie op het ondernemingsplan. Het gaat over jouw ondernemerskwaliteiten en de kenmerken van een goed idee. Hoofdstuk 2 gaat over marktonderzoek. Hoofdstuk 3 gaat in op je verkoopkanalen en het logistieke proces. Hoofdstuk 4 behandelt het inkoopproces. In hoofdstuk 5 leer je hoe je een marketingplan opstelt. Hoofdstuk 6 gaat over je financiële plan. In hoofdstuk 7 zet je de puntjes op de i, je stelt het definitieve ondernemingsplan op.

Bouwstenen voor je ondernemingsplan

De opdrachten bij dit hoofdstuk en alle volgende hoofdstukken vormen de bouwstenen voor je ondernemingsplan. Het is dus belangrijk om je uitwerkingen vast te leggen en te bewaren in een dossier. Je kunt er een map ‘Bouwstenen voor je ondernemingsplan’ voor aanmaken op je computer. Daarin leg je de uitwerkingen van de opdrachten per hoofdstuk vast. Je kunt er ook verslagen, notities, documenten, foto’s en filmpjes in verzamelen, zodat je alles voor je ondernemingsplan bij de hand hebt en snel kunt terugvinden.

In de opdrachten gebruik je een sjabloon van het ondernemingsplan van Qredits. Je kunt dit sjabloon downloaden en voor een deel invullen.

Individueel

De opdrachten in dit hoofdstuk maak je voor een deel individueel, tenzij anders aangegeven. Aan het eind kun je ze bespreken met een groepje van drie tot vijf medestudenten. Je helpt elkaar in deze fase dus op weg.

Teamopdracht

Bij teamopdrachten is het belangrijk dat iemand het proces bewaakt en ervoor zorgt dat iedereen aan de beurt komt en iedereen even veel hulp van de anderen krijgt. Wie zit voor en bewaakt het proces?

KERNTAKEN EN WERKPROCESSEN

In *Onderneming starten* komen de volgende kerntaken aan de orde:

- **B1-K1** Start een retailonderneming.
- **B1-K2** Richt de retailonderneming in.

Werkprocessen bij kerntaak B1-K1

- **B1-K1-W1** Bepaalt het (toekomst)beeld van de onderneming.
- **B1-K1-W2** Maakt een ondernemingsplan.
- **B1-K1-W3** Kiest de naam en locatie(s) van de retailonderneming.
- **B1-K1-W4** Regelt het financiële deel (van het opstarten) van de onderneming.
- **B1-K1-W5** Bereidt de start van de onderneming voor.

Werkprocessen bij kerntaak B1-K2

- **B1-K2-W1** Geeft de bedrijfsprocessen van de onderneming vorm.

Daarnaast komt een aantal werkprocesoverstijgende onderwerpen aan de orde.



HOOFDSTUK 1

JE EIGEN BEDRIJF

In dit hoofdstuk zet je de eerste stappen naar het ondernemerschap. In de komende hoofdstukken zullen er nog vele volgen, want er komt heel veel kijken bij het opzetten van een onderneming. Je maakt kennis met een groot aantal ‘tools’ oftewel gereedschappen waarmee je aan het eind van dit boek een goed ondernemingsplan kunt opstellen. Met het plan kun je naar de bank of naar andere financiers en partners.

Je gaat nu eerst kijken naar je eigenschappen als ondernemer, daarna kijk je naar trends in de retail en vervolgens werk je een goed idee uit. Dit doe je met behulp van het format voor het ondernemingsplan waarvan dit boek gebruikmaakt. Het is te vinden op de website van Qredits. (www.qredits.nl)

Kerntaak en werkproces

In dit hoofdstuk komt het volgende werkproces aan de orde:

B1-K1-W2 Maakt een ondernemingsplan.

Daarnaast komen in dit hoofdstuk ook werkprocesoverstijgende onderwerpen aan de orde.



Opdracht 1 Openingsopdracht bij dit hoofdstuk

Bekijk het filmpje over het starten van een bedrijf.

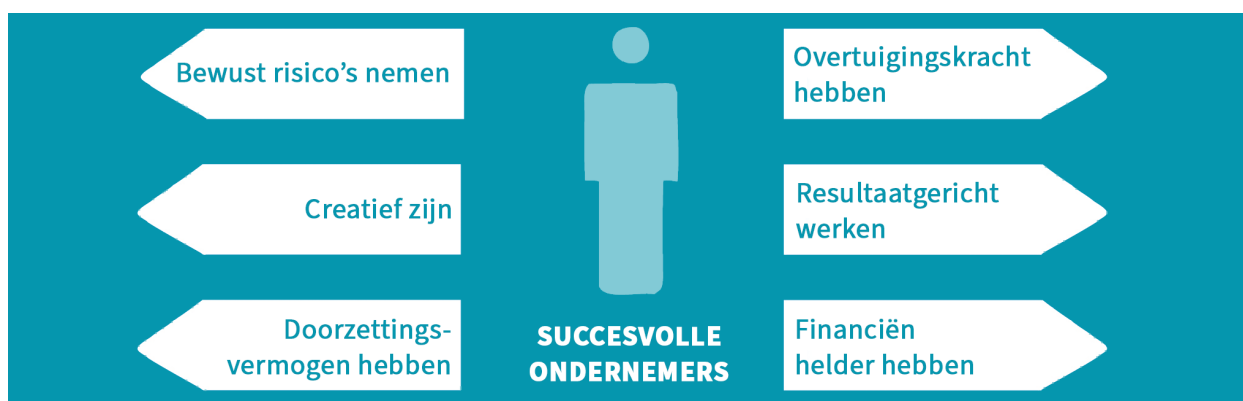
- Beantwoord de vragen in een team van drie tot vijf studenten. Waar gaat dit filmpje over?
- Waarom wil jij ondernemer worden? Probeer hierop een positief antwoord te geven.
Bijvoorbeeld: ik wil ondernemer worden, omdat ik het belangrijk vind dat ...
- Wat zijn jouw leerpunten?

1.1 Een goede ondernemer

Een goede ondernemer begint met een plan. Dit plan is je **ondernemingsplan** of businessplan. In dit plan beschrijf je wie je bent en wat je wil bereiken met de onderneming die je wil starten. Je start dus met jezelf af te vragen of je een goede ondernemer kunt worden.

Misschien vraag je je af of je wel geschikt bent om ondernemer te worden. Wat maakt iemand tot een goede ondernemer?

Om een succesvolle ondernemer te worden moet je:



Bewust risico's nemen

Een ondernemer moet risico's durven nemen. Je hebt je natuurlijk zo goed mogelijk voorbereid als je bijvoorbeeld jouw idee of product lanceert, een prijs bepaalt of een commercieel gesprek voert. Maar je loopt altijd het risico op negatieve terugkoppeling. Dat is spannend en uitdagend en je moet je er niet door laten ontmoedigen.

Neem geen risico's om het risico nemen, maar doe het wel met een bepaald idee. Bereken bijvoorbeeld van tevoren wat de gevolgen zijn als een prospect níet ingaat op jouw idee of prijs, zodat je een plan B achter de hand hebt. Doe je dat goed, dan kan risico nemen wel degelijk iets opleveren en helpt het jouw bedrijf verder.

Doorzettingsvermogen hebben

Ben je iemand die doorgaat, óók als het even tegenzit? Maak je altijd af waar je aan begint, ondanks de risico's? Om een (succesvolle) ondernemer te kunnen worden, moet je over een flinke dosis doorzettingsvermogen beschikken. Je moet veel van jezelf kunnen eisen, je goed kunnen concentreren, een helder doel voor ogen hebben en dat doel ook willen bereiken.

Creatief zijn

Je hebt creativiteit nodig om jouw idee op zo'n manier uit te bouwen dat het leidt tot een prachtbedrijf. Kun je verder én 'out of the box' denken? Heb je het in je om jouw idee te voorzien van een extra laag, die voor dat yes!-gevoel zorgt? Dan zit het met jouw creativiteit waarschijnlijk wel goed. Je hebt het nodig, ook om anderen te kunnen overtuigen van je plannen.

Overtuigingskracht hebben

Klopt jouw argumentatie altijd en weet je anderen daarmee ook te overtuigen? Oftewel, ben je in staat anderen te enthousiasmeren voor producten en ideeën en ze te verkopen? Het is belangrijk dat je duidelijk kunt maken wat je wilt (en waarom) en daarbij vertrouwen kunt scheppen.

Voor dat laatste heb je ook invoelend vermogen nodig. Dan kun je mensen goed inschatten, goed luisteren en ben je tijdens een (verkoop)gesprek in staat snel te achterhalen wat de behoeften van jouw klanten of opdrachtgevers zijn.

Resultaatgericht werken

Houd bij het ondernemen strak voor ogen welke resultaten je wilt behalen en handel daar ook naar. Neem snel beslissingen en houd altijd de grote lijnen in de gaten. Als je personeel in dienst hebt, heb je ook deze eigenschap nodig: je moet resultaatgericht kunnen leidinggeven. Wees helder richting je personeel over wat je van iedereen verwacht. Welke verantwoordelijkheden liggen bij wie en welke resultaten moeten ze behalen? Als zij het doel helder voor ogen hebben, kunnen ze de details zelf invullen.

Financiën helder hebben

Denk je goed na over budget en winst en over de middelen die voorhanden zijn, zoals geld, tijd, kennis en hulp? Hierbij is belangrijk dat je die middelen ook goed weet te gebruiken om de beste resultaten te behalen. Schrijf een gedegen financieel plan en neem geen ondoordachte beslissingen.

Bron: ikgastarten.nl

Creativiteit is het vermogen om nieuwe en/of ongebruikelijke oplossingen voor vragen of problemen te vinden. Bijvoorbeeld nieuwe werkwijzen, slimmer organiseren, innovatieve producten en diensten.



Misschien ben je niet op al deze punten even sterk, maar als je dat weet, dan kun je er iets aan doen. Bijvoorbeeld je financiën uitbesteden of samenwerken met anderen. Het belangrijkste voor nu is dat je enthousiast bent om ondernemer te worden en dat je bereid bent om alle stappen te doorlopen.

Opdracht 2 Eigenschappen voor een ondernemer**Individueel**

- a. In paragraaf 1.1 staan de belangrijkste eigenschappen voor een ondernemer. Welke eigenschap is het meest op jou van toepassing? Geef daarvan een voorbeeld.
- b. Welke eigenschap of eigenschappen die belangrijk zijn voor een ondernemer heb je niet?

Teamopdracht

- c. Benoem een teamlid tot voorzitter en bespreek met jullie team de volgende vragen.
- Hoe is jullie team samengesteld: hebben jullie allemaal dezelfde eigenschap gekozen of allemaal een andere? Of zijn er maar een paar eigenschappen genoemd?
 - Herkennen jullie in de ander de door hem of haar genoemde eigenschap?
 - Welke eigenschappen zijn helemaal niet genoemd?
 - Bedenk met elkaar hoe je ervoor kunt zorgen dat je alle eigenschappen straks in mindere of meerdere mate bezit. Noteer hoe jij de eigenschappen die jij nog niet hebt kunt verbeteren.

Opdracht 3 Ondernemerstest

- a. Maak de e-scan op www.ondernemerstest.nl en doe de ondernemerstest op www.Qredits.nl.
- b. Verschilt de uitkomst van de tests van je eigenschap(pen) uit de vorige opdracht?
- c. Waar ben je sterk in en wat kan nog worden verbeterd?

Opdracht 4 Sjabloon ondernemingsplan



Download: Qredits template ondernemingsplan

Download het sjabloon van het ondernemingsplan van Qredits. Sla het bestand op je eigen computer op.

Vul de vragen in van paragraaf 1.1, 1.2 en 1.3 van het ondernemingsplan op **Qredits.nl**.

1.2 Trends in retail: inspiratie

Geen sector verandert sneller dan de retailsector. Wie had vijf jaar geleden gedacht dat een bestelling nu ook per drone afgeleverd kan worden? De retailsector ontwikkelt zich gestaag en wie hier niet in meegaat, bestaat straks waarschijnlijk niet meer.



Hierna volgen een aantal trends in de retailsector die belangrijk zijn bij het uitwerken van je ondernemingsplan.

Klantgerichtheid

De overvloed aan informatie op het internet heeft gevolgen voor het klantgedrag.

De consument wordt een superconsument: een goed geïnformeerde expert, die gebruikmaakt van sociale media, forums op internet en sites met reviews.

Klanten willen gerichte informatie die aansluit bij hun interesses.

De focus van retailers komt te liggen op één product, merk of doelgroep.

Consumenten zoeken in 'bakstenen' of fysieke winkels steeds meer naar overzichtelijkheid en duidelijkheid.

Daardoor komen er winkels die zich focussen op één product, merk of doelgroep.

De consument verwacht dat hij of zij daar de beste specialisten treft om hem of haar te helpen.

Retailondernemers moeten hun activiteiten en communicatie richten op de specifieke belevingswereld van consumenten. Dat heeft ook gevolgen voor het personeel. Medewerkers worden aangenomen op attitude en vervolgens getraind op vaardigheden, in plaats van dat zij alleen worden aangenomen op hun vaardigheden.

Bakker Bart komt met een nieuw winkelconcept waarin nieuwe beloftes aan de klant worden gedaan: 'Wij bakken op elk moment van de dag vers brood, zodat jij altijd kunt genieten van de lekkerste producten.' De klant staat centraal.

De Landal GreenParks benaderen hun klanten, vakantiegangers, in hun nieuwe parkwinkel veel meer vanuit een vakantiestemmingsgevoel. Gasten kunnen in de parkwinkel producten zoals zuivel, cereals, wijn, noten en zelfs hardhout zelf pakken, scheppen of tappen. Dat is leuk, avontuurlijk en het versterkt de vakantiebeleving.

Kinderen hebben er zelfs een eigen winkelroute. Ze worden onderweg uitgenodigd om hapjes te proeven en ze kunnen hun eigen hagelslag tappen.

Na afloop van het winkelavontuur mogen ze een skelter met aanhanger lenen om de boodschappen naar de bungalow te brengen. Met andere woorden: door consumenten veel meer op hun eigen belevingswereld aan te spreken, voelen zij zich veel prettiger tijdens hun winkelbezoek en aankoop.

