

INLEIDING

HOOFDSTUK	0	ONDERNEMERSCHAP	15
	0.1.	Inleiding	15
	0.2.	Ondernemerschap	15
	0.3.	Ondernemend gedrag	16
	0.4.	Zelfstandig ondernemerschap	18
	0.5.	Takenpakket	21
	0.6.	Succesvol ondernemen = netwerken	22

DEEL A ONDERNEMINGSPLAN

HOOFDSTUK	1	ONDERNEMERSCHAP	27
	1.1.	Inleiding	27
	1.2.	Persoonlijke gegevens	28
	1.3.	Persoonlijke financiële positie	29
	1.4.	Persoonlijke ondernemerskwaliteiten	30
	1.5.	Persoonlijke motieven en doelstellingen	31
	1.6.	Bedrijfsidee	32
	1.7.	Het beoordelen van bedrijfsideeën	58
	1.8.	Definitief bedrijfsidee	59
	1.9.	Planning	60
HOOFDSTUK	2	HET OPSTARTEN VAN EEN BEDRIJF	61
	2.1.	Inleiding	61
	2.2.	Vestigingsplaats	62
	2.3.	Handelsnaam	67
	2.4.	Rechtsvorm	69
	2.5.	Handelsregister	72
	2.6.	Belastingdienst	74
	2.7.	Wet- en regelgeving, vergunningen	79
	2.8.	Plaatselijke heffingen, belastingen en leges	80
HOOFDSTUK	3	HET COMMERCIEEL PLAN	81
	3.1.	Inleiding	81
	3.2.	Omgevingsfactoren	85
	3.3.	Afnemers (doelgroep)	86
	3.4.	Concurrentie	87
	3.5.	Leveranciers	88
	3.6.	Publieksgroepen	89
	3.7.	SWOT-analyse	90
	3.8.	Marketingmix	91
	3.9.	Product	92
	3.10.	Prijs	93
	3.11.	Plaats	94
	3.12.	Promotie	95
	3.13.	Personeel	96
	3.14.	Omzetprognose	97
	3.15.	Taakstellende begroting	98

HOOFDSTUK	4	HET PERSONEELSPLAN	99
	4.1.	Inleiding	99
	4.2.	Personeelsbehoefte: Werkzaamheden, taken, functies	99
	4.3.	Werving	104
	4.4.	Selectie	108
	4.5.	Aanname	115
	4.6.	Werkroosters	120
	4.7.	Personeelsontwikkeling (motivatie/employability)	123
	4.8.	Het personeelsbudget	125
HOOFDSTUK	5	HET FACILITAIRE PLAN	127
	5.1.	Inleiding	127
	5.2.	Huisvesting en inventaris	128
	5.3.	Software en abonnementen	134
	5.4.	Schoonmaak en onderhoud	137
	5.5.	Veiligheid	143
	5.6.	Milieu	149
	5.7.	Persoonlijke verzekeringen	151
	5.8.	Bedrijfsverzekeringen	155
	5.9.	Investeringsbegroting en kostenoverzicht facilitair plan	156
HOOFDSTUK	6	HET FINANCIËEL PLAN: BEGINBALANS	157
	6.1.	Inleiding	157
	6.2.	De openingsbalans	158
	6.3.	Toelichting openingsbalans	163
	6.4.	Kengetallen balans	164
	6.5.	Exploitatiebegroting	168
	6.6.	Toelichting exploitatiebegroting	175
	6.7.	Kengetallen exploitatiebegroting	176
	6.8.	Liquiditeitsbegroting	183
DEEL B		PROMOTIEPLAN	
HOOFDSTUK	7	HUISSTIJL	199
	7.1.	Inleiding	199
	7.2.	Het begrip huisstijl	199
	7.3.	De eisen van huisstijl	200
	7.4.	Een voorbeeld van huisstijl	201
	7.5.	Huisstijlelementen	202
	7.6.	Huisstijldragers	214
HOOFDSTUK	8	PROMOTIEPLAN THEORIE	219
	8.1.	Inleiding	219
	8.2.	Marketing en promotie	219
	8.3.	Het promotieplan	222
	8.4.	De situatieschets ofwel SWOT-analyse	223
	8.5.	De doelstelling (wat wil je bereiken?)	225
	8.6.	De strategische boodschap	229
	8.7.	De middelen	231
	8.8.	Actieplan	233
	8.9.	De evaluatie/het resultaat	234

HOOFDSTUK	9	PERSOONLIJKE VERKOOP IN THEORIE	237
	9.1.	Inleiding	237
	9.2.	Persoonlijke verkoop	237
	9.3.	Het koopbeslissingsproces	238
	9.4.	Het verkoopgesprek	239
	9.5.	Technieken bij een verkoopgesprek	242
	9.6.	Verkoopofferte	244

HOOFDSTUK	10	PROMOTIEPLAN IN PRAKTIJK	251
		Inleiding (eindopdracht)	251
		Deelopdracht 1: Huisstijl-analyse	252
		Deelopdracht 2: Promotionele huisstijldragers	253
		Deelopdracht 3 : Verkoopgesprek / acquisitiegesprek	255

DEEL C PRESENTATIE EN VERDEDIGING

HOOFDSTUK	11	PRESENTATIE EN VERDEDIGING	259
	11.1.	Inleiding	259
	11.2.	Schriftelijke presentatie (verslag)	259
	11.3.	Mondelinge presentatie	262
	11.4.	De verdediging (panelgesprek)	266