

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 = gericht op netwerken	22
	0.7.	Succesvol ondernemen = gericht op resultaten	24
	0.8.	Het bedrijfsidee (de voorbereiding)	29

DEEL A ONDERNEMINGSPLAN

HOOFDSTUK	1	ONDERNEMERSCHAP	57
	1.1.	Inleiding	57
	1.2.	Persoonlijke gegevens	58
	1.3.	Persoonlijke financiële positie	59
	1.4.	Persoonlijke ondernemerskwaliteiten	60
	1.5.	Persoonlijke motieven en doelstellingen	61
	1.6.	Het persoonlijke bedrijfsidee	62
	1.7.	Het beoordelen van bedrijfsideeën	63
	1.8.	Definitief bedrijfsidee	64
	1.9.	Planning	65
HOOFDSTUK	2	HET OPSTARTEN VAN EEN BEDRIJF	67
	2.1.	Inleiding	67
	2.2.	Vestigingsplaats	68
	2.3.	Handelsnaam	73
	2.4.	Rechtsvorm	75
	2.5.	Handelsregister	78
	2.6.	Belastingdienst	80
	2.7.	Wet- en regelgeving, vergunningen	85
	2.8.	Plaatselijke heffingen, belastingen en leges	86
HOOFDSTUK	3	HET COMMERCIEEL PLAN	87
	3.1.	Inleiding	87
	3.2.	Omgevingsfactoren	91
	3.3.	Afnemers (doelgroep)	92
	3.4.	Concurrentie	93
	3.5.	Leveranciers	94
	3.6.	Publieksgroepen	95
	3.7.	SWOT-analyse	96
	3.8.	Marketingmix	97
	3.9.	Product	98
	3.10.	Prijs	99
	3.11.	Plaats	100
	3.12.	Promotie	101
	3.13.	Personeel	102
	3.14.	Omzetprognose	103
	3.15.	Taakstellende begroting	104

HOOFDSTUK	4	HET PERSONEELSPLAN	105
	4.1.	Inleiding	105
	4.2.	Personeelsbehoefte: Werkzaamheden, taken, functies	105
	4.3.	Werving	110
	4.4.	Selectie	114
	4.5.	Aanname	121
	4.6.	Werkroosters	126
	4.7.	Personeelsontwikkeling (motivatie/employability)	129
	4.8.	Het personeelsbudget	131
HOOFDSTUK	5	HET FACILITAIRE PLAN	133
	5.1.	Inleiding	133
	5.2.	Huisvesting en inventaris	134
	5.3.	Software en abonnementen	140
	5.4.	Schoonmaak en onderhoud	143
	5.5.	Veiligheid	149
	5.6.	Milieu	155
	5.7.	Persoonlijke verzekeringen	157
	5.8.	Bedrijfsverzekeringen	161
	5.9.	Investeringsbegroting en kostenoverzicht facilitair plan	162
HOOFDSTUK	6	HET FINANCIËEL PLAN: BEGINBALANS	163
	6.1.	Inleiding	163
	6.2.	De openingsbalans	164
	6.3.	Toelichting openingsbalans	169
	6.4.	Kengetallen balans	170
	6.5.	Exploitatiebegroting	174
	6.6.	Toelichting exploitatiebegroting	181
	6.7.	Kengetallen exploitatiebegroting	182
	6.8.	Liquiditeitsbegroting	189
DEEL B		PROMOTIEPLAN	
HOOFDSTUK	7	HUISSTIJL	205
	7.1.	Inleiding	205
	7.2.	Het begrip huisstijl	205
	7.3.	De eisen van huisstijl	206
	7.4.	Een voorbeeld van huisstijl	207
	7.5.	Huisstijlelementen	208
	7.6.	Huisstijldragers	220
HOOFDSTUK	8	PROMOTIEPLAN THEORIE	225
	8.1.	Inleiding	225
	8.2.	Marketing en promotie	225
	8.3.	Het promotieplan	228
	8.4.	De situatieschets ofwel SWOT-analyse	229
	8.5.	De doelstelling (wat wil je bereiken?)	231
	8.6.	De strategische boodschap	235
	8.7.	De middelen	237
	8.8.	Actieplan	239
	8.9.	De evaluatie/het resultaat	240

HOOFDSTUK	9	PERSOONLIJKE VERKOOP IN THEORIE	243
	9.1.	Inleiding	243
	9.2.	Persoonlijke verkoop	243
	9.3.	Het koopbeslissingsproces	244
	9.4.	Het verkoopgesprek	245
	9.5.	Technieken bij een verkoopgesprek	248
	9.6.	Verkoopofferte	250
HOOFDSTUK	10	PROMOTIEPLAN IN PRAKTIJK	257
		Inleiding (eindopdracht)	257
		Deelopdracht 1: Huisstijl-analyse	258
		Deelopdracht 2: Promotionele huisstijldragers	259
		Deelopdracht 3 : Verkoopgesprek / acquisitiegesprek	261
DEEL C		PRESENTATIE EN VERDEDIGING	
HOOFDSTUK	11	PRESENTATIE EN VERDEDIGING	265
	11.1.	Inleiding	265
	11.2.	Schriftelijke presentatie (verslag)	265
	11.3.	Mondelinge presentatie	268
	11.4.	De verdediging (panelgesprek)	272