

Inhoudsopgave

Deel A - Theorie en verwerking

Hoofdstuk 0 Het Business Model Canvas	13
0.1 Inleiding	13
0.2 Doelstellingen	13
0.3 Business Model Canvas (BMC)	14
0.4 Klantsegment	16
0.5 Waardepropositie	18
0.6 Kanalen	20
0.7 Klantrelaties	22
0.8 Inkomstenstromen	23
0.9 Kernmiddelen ofwel key resources	24
0.10 Kernactiviteiten	25
0.11 Partners	26
0.12 Kostenstructuur	27
0.13 Evaluatie en reflectie	28
0.14 Begrippen	30
0.15 Eindopdracht	31
 Hoofdstuk 1 Waardeproposities en klantsegmenten	 33
1.1 Inleiding	33
1.2 Doelstellingen	33
1.3 Klantsegmenten (marktsegmentatie en doelgroepvorming)	34
1.4 Waardepropositie en bedrijfsformule	45
1.5 Product	62
1.6 Assortiment	72
1.7 Verpakking	80
1.8 Merk	82
1.9 Kwaliteit, service, garantie en klachten	91
1.10 Statistiek productonderzoek	95
1.11 Begrippen	97
1.12 Eindopdrachten	100
 Hoofdstuk 2 Klantrelaties en klantcontactkanalen	 103
2.1 Inleiding	103
2.2 Doelstellingen	103
2.3 Klantrelaties, klantcontactkanalen en communicatie	104
2.4 Huisstijl en huisstijldragers	113
2.5 De boodschap	127
2.6 Klantcontactkanalen: communicatiekanalen	135
2.7 Klantcontactkanalen: distributiekkanalen	147
2.8 Klantcontactkanalen: verkoopkanalen	154
2.9 Begrippen	159
2.10 Eindopdrachten	162

Hoofdstuk 3 Het financieel plan	167
3.1 Inleiding	167
3.2 Doelstellingen	167
3.3 Bedrijfsprocessen en bedrijfsactiviteiten (key activities)	168
3.4 Kapitaal: Investerings en bedrijfskosten (key resources 1)	176
3.5 Arbeid: Personeel en bedrijfskosten (key resources 2)	191
3.6 'Natuur': invloed op inkoop en verkoop (key resources 3)	197
3.7 Inkomstenbronnen en kostenstructuren	198
3.8 Financieel plan	209
3.9 Openingsbalans	209
3.10 Exploitatiebegroting	221
3.11 Liquiditeitsbegroting	246
3.12 Begrippen	259
3.13 Eindopdrachten	263
 Hoofdstuk 4 De ondernemingsvorm	 275
4.1 Inleiding	275
4.2 Doelstellingen	275
4.3 De persoonlijke rechtsvormen	275
4.4 De rechtspersoonlijke rechtsvormen	277
4.5 Overige rechtsvormen	278
4.6 Rechtsvormen en vermogen	280
4.7 Rechtsvorm en KvK-inschrijving	285
4.8 Rechtsvorm en belastingen	288
4.9 Begrippen	293
4.10 Eindopdrachten	294
 Hoofdstuk 5 Het zakelijke netwerk	 297
5.1 Inleiding	297
5.2 Doelstellingen	297
5.3 Succesvol ondernemen = netwerken/samenwerken	297
5.4 Het marketingnetwerk	302
5.5 Samenwerkingsverbanden	303
5.6 Respect	314
5.7 Vormen van relatiebeheer met je netwerk	317
5.8 Begrippen	324
5.9 Eindopdracht	324
 Hoofdstuk 6 Opstellen van een business model	 327
6.1 Inleiding	327
6.2 Doelstellingen	327
6.3 Aanvullen van het BMC	328
6.4 Bespreken van het BMC (feedback ontvangen)	329
6.5 Het presenteren en verdedigen van het BMC	330
6.6 Begrippen	331
6.7 Eindopdracht	332

Deel B - Praktijkopdrachten

Praktijkopdracht 1: Het ontwikkelen van een business model	335
---	------------