

INHOUDSOPGAVE

BLZ

MODULE 1

HOOFDSTUK	1	HET TEAM	17
	1.1.	Inleiding	17
	1.2.	Doelstellingen	17
	1.3.	De ondernemingsvorm	17
	1.4.	Kamer van Koophandel	32
	1.5.	Handelsnaam	39
	1.6.	Merk	41
	1.7.	Domeinnaam	42
	1.8.	Administratie	45
	1.9.	Belastingen	52
	1.10.	Wet- en regelgeving en vergunningen	63
	1.11.	Begrippen	63
	1.12.	Eindopdracht	64

MODULE 2

HOOFDSTUK	2	COMMERCIEEL OF SOCIAAL ONDERNEMEN?	69
	2.1.	Inleiding	69
	2.2.	Doelstellingen	69
	2.3.	Commercieel ondernemen	69
	2.4.	Sociaal ondernemen	79
	2.5.	Begrippen	81
	2.6.	Eindopdracht	82
HOOFDSTUK	3	DOELGROEP	83
	3.1.	Inleiding	83
	3.2.	Doelstellingen	83
	3.3.	Wensen en behoeften	83
	3.4.	Doelgroep segmenteren	88
	3.5.	Gedrag van de doelgroep	92
	3.6.	Begrippen	95
	3.7.	Eindopdracht	96
HOOFDSTUK	4	DE MARKT	97
	4.1.	Inleiding	97
	4.2.	Doelstellingen	97
	4.3.	Marktpositie	98
	4.4.	Vraag en aanbod	100
	4.5.	Product	100

4.6.	Doorzichtigheid van de markt	102
4.7.	Het gemak waarmee je een bedrijf kan starten	102
4.8.	Marktsegmenten	103
4.9.	Concurrentie	107
4.10.	Concurrentieonderzoek	109
4.11.	Trendonderzoek	111
4.12.	Leveranciersonderzoek	113
4.13.	Begrippen	115
4.14.	Eindopdracht	116

HOOFDSTUK	5	MARKETING	117
	5.1.	Inleiding	117
	5.2.	Doelstellingen	117
	5.3.	Wat is marketing?	117
	5.4.	Bedrijfsformule	118
	5.5.	Marketingmix	119
	5.6.	Product	119
	5.7.	Prijs	126
	5.8.	Plaats	128
	5.9.	Promotie	129
	5.10.	SWOT-analyse	132
	5.11.	Begrippen	135
	5.12.	Eindopdracht	136

MODULE 3

HOOFDSTUK	6	PERSOONLIJK PLAN	139
	6.1.	Inleiding	139
	6.2.	Doelstellingen	139
	6.3.	Persoonlijke gegevens	139
	6.4.	Persoonlijke kwaliteiten en motieven	140
	6.5.	Het team	141
	6.6.	Rechtsvorm	142
	6.7.	Begrippen	143
	6.8.	Eindopdracht	143

HOOFDSTUK	7	MARKETINGPLAN	145
	7.1.	Inleiding	145
	7.2.	Doelstellingen	145
	7.3.	Het doel	145
	7.4.	Het product	146

	7.5.	De markt	147
	7.6.	Marketingmix	148
	7.7.	Inkoop- en verkoopbeleid	149
	7.8.	Begrippen	151
	7.9.	Eindopdracht	151
HOOFDSTUK	8	FINANCIEEL PLAN	153
	8.1.	Inleiding	153
	8.2.	Doelstellingen	153
	8.3.	Investeringsplan	154
	8.4.	Financieringsplan	155
	8.5.	Exploitatatiebegroting	156
	8.6.	Liquiditeitsbegroting	161
	8.7.	Begrippen	163
	8.8.	Eindopdracht	163

MODULE 4

HOOFDSTUK	9	INVESTEERDERS	167
	9.1.	Inleiding	167
	9.2.	Doelstellingen	167
	9.3.	Investeerder gezocht	167
	9.4.	Soorten investeerders	168
	9.5.	Investeerders werven	170
	9.6.	Begrippen	173
	9.7.	Eindopdracht	173

MODULE 5

HOOFDSTUK	10	HUISSTIJL	177
	10.1.	Inleiding	177
	10.2.	Doelstellingen	177
	10.3.	Identiteit en imago	177
	10.4.	Huisstijl	178
	10.5.	Huiskleur	180
	10.6.	Lettertype	182
	10.7.	Logo	183
	10.8.	Slogan	186
	10.9.	Visitekaartjes	189
	10.10.	Begrippen	189
	10.11.	Eindopdracht	190

HOOFDSTUK	11	NETWERK	191
	11.1.	Inleiding	191
	11.2.	Doelstellingen	191
	11.3.	Netwerken	191
	11.4.	Kenmerken van netwerken	192
	11.5.	Tips voor goed netwerken	192
	11.6.	Begrippen	193
	11.7.	Eindopdracht	194
HOOFDSTUK	12	COMMUNICATIEKANALEN	195
	12.1.	Inleiding	195
	12.2.	Doelstellingen	195
	12.3.	Mediakeuze	195
	12.4.	Verspreiding van de promotionele boodschap	198
	12.5.	Offline promotie-instrumenten	199
	12.6.	Online promotie-instrumenten	205
	12.7.	Begrippen	211
	12.8.	Eindopdracht	211
HOOFDSTUK	13	EEN EIGEN WEBSITE	213
	13.1.	Inleiding	213
	13.2.	Doelstellingen	213
	13.3.	Website	213
	13.4.	Zoekmachine optimalisatie (SEO: Search Engine Optimization)	217
	13.5.	Webshop	221
	13.6.	Begrippen	222
	13.7.	Eindopdracht	222
HOOFDSTUK	14	SOCIALE MEDIA	223
	14.1.	Inleiding	223
	14.2.	Doelstellingen	223
	14.3.	Communiceren middels social media	223
	14.4.	Omgedraaide communicatie	225
	14.5.	Verbinding	226
	14.6.	Welke social media tools zet je in?	228
	14.7.	Facebook fanpage	232
	14.8.	Het aanmaken en beheren van een twitteraccount	240
	14.9.	Instagram-account	246
	14.10.	Storytelling	249
	14.11.	Begrippen	250
	14.12.	Eindopdracht	250

MODULE 6

HOOFDSTUK	15	PRODUCTEN INKOPEN	255
	15.1.	Inleiding	255
	15.2.	Doelstellingen	255
	15.3.	Inkoopbeleid	255
	15.4.	Inkoopproces	257
	15.5.	Inkopen of bestellen	259
	15.6.	Bij wie bestel je?	260
	15.7.	Importeren	260
	15.8.	Begrippen	262
	15.9.	Eindopdracht	262
HOOFDSTUK	16	KLANTCONTACT	263
	16.1.	Inleiding	263
	16.2.	Doelstellingen	263
	16.3.	Dienstverlening en representativiteit	264
	16.4.	Beroepshouding	267
	16.5.	Dienstverlening	268
	16.6.	Het nieuwe verkopen	268
	16.7.	Commerciële vaardigheden	271
	16.8.	Verkoopgesprek	277
	16.9.	Het telefoongesprek	300
	16.10.	CRM-systeem	304
	16.11.	Begrippen	305
	16.12.	Eindopdracht	307
HOOFDSTUK	17	VERKOPEN & VERSTUREN	323
	17.1.	Inleiding	323
	17.2.	Doelstellingen	323
	17.3.	De webshop en service	323
	17.4.	Leveringswijzen	325
	17.5.	Begrippen	325
	17.6.	Eindopdracht	326
HOOFDSTUK	18	INKOOP- EN VERKOOPADMINISTRATIE BIJHOUDEN	327
	18.1.	Inleiding	327
	18.2.	Doelstellingen	327
	18.3.	Balans	327
	18.4.	Financiële feiten	328
	18.5.	Inkoopboek	331
	18.6.	Verkoopboek	353
	18.7.	Kasboek	375
	18.8.	Begrippen	397
	18.9.	Eindopdracht EOL	397
	18.10.	Eindopdracht EOL	397

MODULE 7

HOOFDSTUK	19	OVERIGE DAGBOEKEN BIJHOUDEN	401
	19.1.	Inleiding	401
	19.2.	Doelstellingen	401
	19.3.	Bankboek	401
	19.4.	Memoriaal	424
	19.5.	Boekingsverslag	434
	19.6.	Begrippen	435
	19.7.	Eindopdracht	435
	19.8.	Eindopdracht EOL	435
HOOFDSTUK	20	JAARVERSLAG	437
	20.1.	Inleiding	437
	20.2.	Doelstellingen	437
	20.3.	Balans	437
	20.4.	Resultatenrekening	445
	20.5.	Boekhouding en boekhoudcyclus	447
	20.6.	Eindbalans	451
	20.7.	Belastingen	457
	20.8.	Investeerdersvergadering	478
	20.9.	Begrippen	479
	20.10.	Eindopdracht	480
	20.11.	Eindopdracht EOL	480