

## STAPPENPLAN PROJECT EIGEN BAAS

### Stap 1 – Beoordeling cliënt

De beoordeling of u geschikt is voor het zelfstandig ondernemerschap dient zeer zorgvuldig te gebeuren.

### Waarop wordt een startende ondernemer( onderneming ) beoordeeld?

Voordat een onderneming wordt begonnen, wordt van tevoren een inschatting gemaakt van de te starten onderneming. Dit zijn alleen nog maar indrukken, die gebaseerd worden op een uitgebreide intake en een ondernemerstest. De volgende onderwerpen komen tijdens de intake aan de orde:

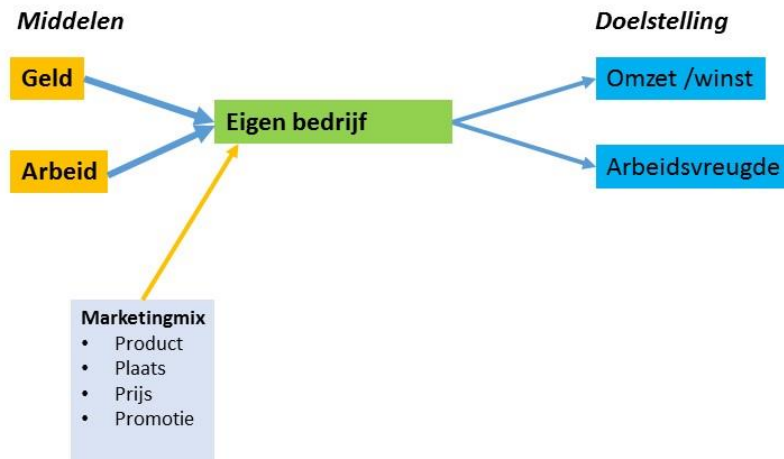
- a) Lijkt de cliënt geschikt voor het zelfstandige ondernemerschap?
  - in aanvang moet dit aspect positief worden beoordeeld, anders wordt dit traject niet in gang gezet.
- b) Zou de onderneming bestaansrecht kunnen hebben? Hoe wordt het idee beoordeeld?
  - Ook dit aspect dient in eerste instantie positief beoordeeld te worden, alvorens een nader diepgaand onderzoek dient plaats te vinden
- c) Welke inschatting wordt gemaakt voor de financiering van de onderneming?

### Motivatie u als kandidaat ondernemer

- De motivatie om zelfstandig ondernemer te worden zal **uitgebreid** besproken worden. De volgende vragen zullen diepgaand aan de orde komen:

<p>Ik wil een eigen onderneming, maar vraagt de markt dit ook? Ben ik wel een ondernemer, wat komt er zo al kijken voor een eigen zaak? Hoe ziet mijn product er concreet uit? Hoe denkt 'het thuisfront' hierover? Wat zijn de gevolgen voor sociale zekerheid Hoe vind ik mijn weg in het juridische doolhof? Hoe kom ik aan geld?</p>
--

# Wat is een bedrijf



## Stap 2 – product ideeën

In deze fase worden de eerder besproken productideeën zoveel mogelijk in beeld gebracht en geanalyseerd. Door middel van het doorlopen van de volgende productvragen zal een goed beeld gevormd worden van de op te zetten onderneming.

**Underschat het belang van deze stap niet. Als de uitgangspunten niet goed zijn, loopt de ondernemer in spé de kans gaandeweg het proces te gaan zweven.**

- a) Aan welk product / dienstverlening wordt gedacht. Zo concreet mogelijk omschrijven
- b) Wat is het unieke / onderscheidend vermogen van het product / dienstverlening
- c) Wat weet u van het product / dienstverlening
- d) Heeft u genoeg kennis daarover?
- e) Past uw product / dienstverlening in de trends, die er zijn?
- f) Heeft u enig idee wat de trends zijn? Probeer een beeld van de trends te schetsen
- g) Hoe ziet uw klant / markt eruit? Heeft u een idee wat de behoeften van de klant voor de toekomst zijn?
- h) Welke functie gaat uw product / dienstverlening vervullen voor die consument?
- i) Zit de markt te wachten op uw product / dienstverlening?
- j) Is uw focus op het product / dienstverlening juist? Zou het aanbod breder /dieper of juist minder moeten zijn?
- k) Wat is de ambitie van u als ondernemer;
- l) Hoe denkt u het product /dienstverlening vorm te geven?
- m) Probeer een missie te formuleren voor uw bedrijf
- n) Formuleer een doelstelling voor de gewenste onderneming. De doelstellingen dienen concreet geformuleerd te worden aan de hand van de U-SMART –formule:  
**U:** Uitdagend; **S:** Specifiek; **M:** Meetbaar; **A:** Aanvaardbaar; **R:** Realistisch; **T:** Tijdgebonden.

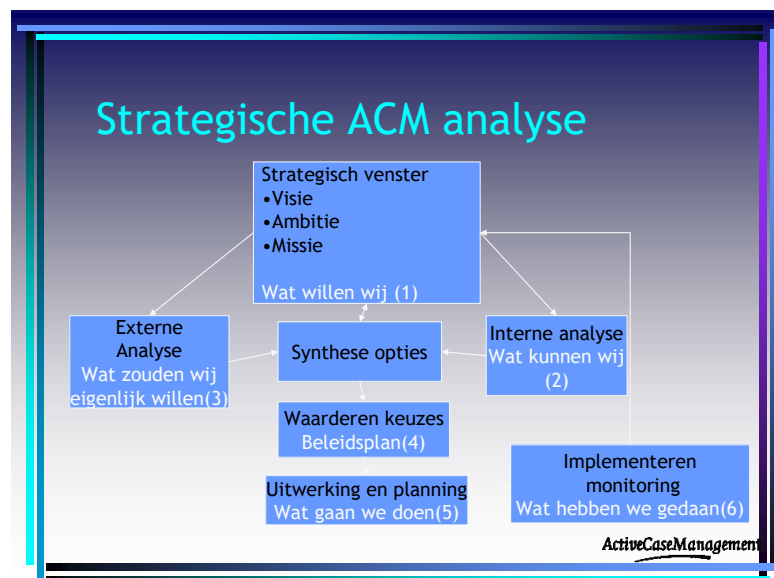
**Wat is het concrete resultaat van stap 2 ?**

U heeft nu een goed en duidelijk beeld van welk product u op de markt kan zetten. De haalbaarheid is getoetst. Uj weet of hij al of niet een eigen bedrijf kunt opzetten.

Hierna wordt gezamenlijk het uiteindelijke besluit genomen go / no go voor het Project Eigen Baas: Op weg naar het zelfstandig ondernemerschap

**Stap 3 - Onderneming visualiseren**

- Cliënt en Eigen Werk maken een eigen uniek ondernemersplan. Het model ziet er als volgt uit:



Hierbij komen de volgende items aan de orde:

- ❖ Hoe ziet mijn product of dienst eruit
- ❖ Missie/visie/doelstellingen
- ❖ S.W.O.T. analyse
- ❖ Beoordelen opties
- ❖ Waarderen keuzes → Jaarplan waarin ondermeer:
  - Marketingplan
  - Productie/distributieplan
  - Acquisitieplan
  - Netwerkplan opzetten

- Omzetbegroting
  - Exploitatie meerjarenbegroting
  - Liquiditeitsbegroting –w.o. privé-uitgaven
  - Financieringsplan – opzetten en toetsen bij financiers
- Uitwerking en implementatieplanning op detailniveau.
  - Jaarlijkse evaluatie en update plan

#### **Wat is het concrete resultaat van stap 3?**

U heeft een uitgewerkt ondernemersplan, inclusief een acquisitie, financiering –en implementatieplan in uw bezit.

#### **Stap 4 – Hoe komt u aan opdrachten**

Of unu naar een nieuwe baan zoekt of u zoekt klanten voor uw zojuist opgezette onderneming is de belangrijkste activiteit om succes te hebben in het krijgen van de begeerde baan of het vinden van de juiste klanten.

Deze aanpak zal u helpen ‘over de drempel’ te stappen om te gaan netwerken.

Het product en het ondernemersplan kunnen nog zo goed zijn, maar als het netwerken niet van de grond komt, dan is al het voorgaande mogelijk verloren energie.

***Immers: het uiteindelijke doel: het starten van een rendabele onderneming komt dan niet van de grond.***

#### **De volgende onderwerpen komen aan de orde:**

- Wat is netwerken?
- Wat wil je bereiken met je netwerk?
- Wie zitten in je netwerk?
- Breng je netwerk in kaart
- Bouw je netwerk uit
- Voorbereiding van een netwerkgesprek
- Hoe voer ik een netwerkgesprek?
- Hoe kom ik aan tafel bij de juiste man / vrouw?
- Heb ik in het netwerkgesprek bereikt wat ik bereikt had willen hebben?
- Indien nee, wat is de oorzaak en hoe bereik ik de volgende keer mijn doel wel.
- Het opstellen van een persoonlijke verkoopbrief

Deze stap 4 zal worden gegeven door onze netwerksspecialist: Jos J. Mulder

#### **Wat is het concrete resultaat van stap 4 ?**

U heeft geen schroom meer om te netwerken. U kunt afspraken maken met potentiële ‘opdrachtgevers’. U kent de techniek om netwerken in beeld te brengen, te onderhouden en uit te breiden.

#### **Stap 5 - Marketing**

Marketing is niets anders dan de metafoor ‘vissen waar vis zit’. Dat wil zeggen, je moet een product op de markt brengen waar vraag naar is.

In deze workshop wordt de ZZP'er in spé begeleidt om de markt in beeld te brengen waar hij zijn producten kan slijten.

Tevens wordt in deze workshop de ZZP'er ook attent gemaakt op de mogelijke marketingmissers, zoals

- Strategische fouten of denkfouten
- Fouten in de uitvoering
- Gebruiken van onjuiste informatie bij marktonderzoek
- Het niet in beeld brengen van trends

De verkoop-tools die nodig zijn om het product te vermarkten komen uitgebreid aan bod.  
Middels netwerken worden potentiële klanten benaderd.

Aan de hand van praktijkvoorbeelden zullen de klanten worden meegenomen in marketingland.

**Wat is het concrete resultaat van stap 5 ?**

De cliënt krijgt een beeld van de markt en de wijze waarop hij zijn prospectus moet bewerken om zijn orders binnen te halen.