



Adviesbureau 'De Groene Inkoper'

**Voorbeeld ondernemingsplan
met tips en uitleg**

*Tip: zet een foto van uzelf
(of van het product) op de cover.*

Leuke plek om uw slogan te vermelden.

Plaats hier uw eigen logo.

Een aandeel in elkaar



Rabobank



Tip

Plaats een mooie foto van uzelf of het product op de cover. Dat is een goede binnenkomer en zo maakt u de lezer nieuwsgierig naar de rest van het plan.



Meer informatie vindt u in de white paper 'Ondernemingsplan in 10 stappen'.

[Download hier het PDF-bestand.](#)



Tip

Leg het plan soms even weg om er later weer met een frisse blik naar te kunnen kijken.

Hoe gebruik ik dit plan?

1. Een succesvolle start van uw onderneming begint met het schrijven van een goed ondernemingsplan. Met dit document helpen wij u graag op weg. Onthoud dat ieder bedrijf uniek is en dat dit ook geldt voor het bedrijfsplan. Gebruik dit voorbeeldplan dus als leidraad (neem de informatie niet één op één over).
2. Bedenk goed waarom u dit plan gaat maken. En voor wie u het schrijft. Alleen voor uzelf of is het document ook bedoeld om potentiële investeerders te overtuigen? Dan moet een financier naar aanleiding van de informatie in het bedrijfsplan de financierbaarheid van uw startup kunnen beoordelen. Pas uw schrijfstijl hierop aan door jargon zoveel mogelijk te vermijden.
3. Het schrijven van een ondernemingsplan kost tijd en energie. Neem die tijd dan ook en voorzie alle hoofdstukken van voldoende (achtergrond)informatie. Het is belangrijk dat u het plan met zorg samenstelt. Zo komt u minder snel voor verrassingen te staan in de startfase van uw bedrijf.
4. Zorg ervoor dat de informatie in uw ondernemingsplan volledig is en maak het verhaal zo concreet mogelijk door afbeeldingen of grafieken toe te voegen. Zo zorgt u ervoor dat het idee nog meer gaat leven: niet alleen bij uzelf, maar ook bij de lezer(s) van het plan.
5. In dit voorbeeldplan verwijzen wij regelmatig naar aanvullende informatie op IkGaStarten en overheidswebsites. Naast deze informatiebronnen zijn er nog meer instanties die u kunnen voorzien van relevante kennis en feiten. Denk aan brancheorganisaties, het centraal bureau voor de statistiek, etc. Maak daar gebruik van.
6. Wilt u op basis van dit plan startkapitaal vergaren? Laat uw plan dan ook controleren door een deskundige, zoals een boekhouder of expert op het gebied van bedrijfsfinanciering.
7. Klaar? Laat altijd uw familie en vrienden naar uw plan kijken. Zo kunnen ontbrekende gegevens, taalfouten en andere slordigheidjes tijdig worden gecorrigeerd.
8. Veel succes (en plezier!) met het schrijven van uw ondernemingsplan. De startfase van uw bedrijf is een intensieve periode waarin u veel dingen leert en zult meemaken. Laat die bevologenheid en uw enthousiasme ook terugkomen in uw plan.

Inhoudsopgave

1. Samenvatting	4
2. De ondernemer	5
2.1 <i>Persoonlijke gegevens</i>	5
2.2 <i>Persoonlijke motieven</i>	6
2.3 <i>Persoonlijke kwaliteiten</i>	6
2.4 <i>Persoonlijke ambities</i>	7
3. De onderneming	8
3.1 <i>Bedrijfsgegevens</i>	8
3.2 <i>Het idee</i>	8
3.3 <i>Stand van zaken</i>	9
4. De markt	11
4.1 <i>De markt in beeld</i>	11
4.2 <i>De doelgroep</i>	12
4.3 <i>Concurrentie</i>	13
4.4 <i>Bedrijf en product in de markt (SWOT-analyse)</i>	14
5. Marketingplan	16
5.1 <i>Product/Dienst</i>	16
5.2 <i>Prijs</i>	17
5.3 <i>Plaats</i>	18
5.4 <i>Promotie</i>	18
5.5 <i>Personeel en samenwerken</i>	20
6. Financieel plan	21
6.1 <i>Verdienmodel</i>	21
6.2 <i>Investeringsbegroting (hoeveel geld heeft u nodig om een bedrijf te starten?)</i>	23
6.3 <i>Financieringsbegroting (hoe wordt uw bedrijf gefinancierd?)</i>	24
6.4 <i>Exploitatiebegroting (de financiële onderbouwing van uw plannen)</i>	25
6.5 <i>Liquiditeitsbegroting (uw zakelijke uitgaven en inkomsten per maand)</i>	26
6.6 <i>Begroting privé-uitgaven (hoeveel geld heeft u nodig om van te kunnen leven?)</i>	27
7. Algemene en juridische zaken	28



Tip

Heeft u startkapitaal nodig? Vermeld in de samenvatting wat u van een investeerder verlangt.

1. Samenvatting

Vat hier uw plannen samen in 1 á 2 A4'tjes. Een goede samenvatting toont aan dat u doelstellingen helder voor ogen heeft en dat u hoofdzaken van bijzaken kunt scheiden.

Namens De Groene Inkoper stimuleer ik bedrijven en overheden om milieubewust in te kopen. Ik heb dit adviesbureau een jaar geleden opgericht naast mijn toenmalige vaste baan en richt mij hiermee op het verduurzamen van inkoopprocessen van (toeleveranciers van) overheden en scholen. Naast consultancytaken heb ik de inkoopscan 'Beter Inkopen' ontwikkeld. Deze tool is uniek en helpt inkopers om milieubewuste afwegingen te maken.

Wie ben ik? Mijn naam is Harrie Frederiks en ik ben 'De Groene Inkoper'. Als zelfstandig ondernemer heb ik diverse inkooptrajecten begeleid. Mijn specialisme? Milieu- en energiebewust inkopen. Omdat de vraag naar milieubewust inkopen in het algemeen en mijn inkoopscan verder toeneemt, zie ik nu kansen om mijn bedrijf naar een hoger niveau te brengen.

Met het schrijven van dit ondernemingsplan wil ik de doelstellingen van De Groene Inkoper helder op papier zetten. Daarnaast wil ik op basis van dit plan voor de verdere ontwikkeling (en marktintroductie) van mijn inkoopscan een krediet van 30.600 euro aanvragen.

2. De ondernemer

Wie is de man of vrouw áchter dit bedrijf? Beantwoord deze vraag met belangrijke informatie over uzelf. Zo zijn contactgegevens, opleiding en werkervaring relevant. Daarnaast geven uw persoonlijke motieven, kwaliteiten en ambities goed weer wat voor ondernemer u bent. Ken uw sterke en minder sterke kanten en laat zien hoe u daarmee omgaat.



Tip

Laat zien wie u bent en welke ervaring u heeft. Laat details weg die niet relevant zijn voor dit plan.

2.1 Persoonlijke gegevens

Naam	Harrie Frederiks
Geslacht	Man
Adres	Hoofdstraat 1
Postcode	1234 AB
Woonplaats	Amersfoort
Telefoon	099 – 12 34 567
Mobiel	06 – 12 34 56 78
E-mailadres	Harrie@degroeneinkoper.nl
Geboortedatum	15-07-1978
Nationaliteit	Nederlandse
Burgerlijke staat	Samenwonend
Kinderen	Ja, één zoon (7 jaar)

Opleiding(en)

- VWO Stedelijk Lyceum Enschede
- WO Bedrijfskunde Erasmus Universiteit Rotterdam
- Postuniversitaire opleiding Inkopen en Europees Aanbesteden Vrije Universiteit Amsterdam

Werkervaring

2002 – 2009	Facilitair Inkoper Diverse functies bij overheden en bedrijven
2009 - 2015	Inkoopconsultant Inkoopadviesbureau InkoopMKB
2011 – heden	Eigenaar Adviesbureau 'De Groene Inkoper'

Bijzonderheden

Ik ben gespecialiseerd in duurzaam en milieubewust inkopen. Ontwikkelingen op dit terrein volg ik nauwlettend. Daarnaast ben ik bestuurslid van het 'Het Inkoopers-café' van PIANOo, een expertisecentrum op het gebied van inkoop en aanbesteden.



Tip

Heeft u financiering nodig? Benadruk dan dat deze stap vanuit persoonlijk opzicht een weloverwogen besluit is geweest.



Er bestaan talloze persoonlijkheidstests en competentietoetsen. De Myers-Briggs test is hiervan een goed voorbeeld. **Google er maar eens op.** De uitslag kunt u verwerken in uw plan. Sta ook stil bij uw kwaliteiten die belangrijk zijn bij het ondernemen. Denk aan marketing, verkoop en administratie.



Maak van uw persoonlijkheid een succes. **Bekijk de karaktertypes op IkGaStarten.**

2.2 Persoonlijke motieven

Hier beschrijft u waarom u juist nú voor uzelf begint. Benoem daarbij niet alleen de kracht van het product of de dienst, maar geef een persoonlijke motivatie. Waarom gelooft u hierin? Wellicht ten overvloede, maar wees altijd open en eerlijk over de beweegredenen.

De vraag naar specialisten op het terrein van duurzaam inkopen groeit. Met name bij de overheid. Ik was voorheen (parttime) in loondienst bij een algemeen inkoopadviesbureau en kon mij daardoor nooit helemaal focussen op duurzaamheidsvraagstukken. Duurzaam inkopen met oog voor het milieu is echter mijn passie. Ik volg de ontwikkelingen op dat terrein nauwlettend en wil inkopers ondersteunen bij hun keuzes.

Nu mijn vriendin een vaste betrekking in loondienst heeft gekregen, zie ik mijn kans schoon om mij volledig te richten op de groei van mijn bedrijf. Het afgelopen jaar heb ik de inkoopscan 'Beter Inkopen' ontwikkeld. Deze scan wil ik in de komende periode verder verbeteren en op de markt gaan brengen.

2.3 Persoonlijke kwaliteiten

Bij dit onderdeel zet u uw voornaamste sterke en zwakke punten uiteen. Wees ook eerlijk over uw mindere kanten: een ondernemer die zichzelf goed kent, kan zijn zwakke punten verbeteren of deze eigenschappen leren compenseren. Denk aan iemand die geen held is met cijfertjes en zijn administratie bewust uitbesteedt.

Ik heb meerdere malen online een persoonlijkheidstest gemaakt. Volgens deze testen is mijn persoonlijkheid als volgt te typeren:

Sterke punten	Zwakke punten
Innovatief/ondernemend	Introvert, verlegen
Analytisch	Soms overgeconcentreerd
Onafhankelijk	Kan zachtaardig overkomen
Georganiseerd	
Behulpzaam	

Hoe benut ik mijn sterke kanten?

Mijn wil om te slagen is groot: bij het ontdekken van nieuwe kansen komt de ondernemer in mij naar boven. Ik zet vage ideeën om in concrete acties. Voor klanten werk ik doelgericht. Ik kom mijn afspraken na en draag zorg voor een heldere communicatie. Zo houden alle betrokkenen overzicht op de ontwikkelingen en kan ik sneller mijn werk doen.

Hoe ga ik om met mijn zwakke kanten?

Mijn verlegenheid gebruik ik in mijn voordeel. Vaak komt deze karaktereigenschap 'betrouwbaar' over. Waar ik nog aan moet werken, is mijn lichte 'podiumvrees'. Ik bezoek regelmatig bijeenkomsten van ondernemersverenigingen waar aandacht wordt besteed aan herkenbare thema's, zoals beter leren presenteren en communiceren. Hiervan heb ik afgelopen jaren veel geleerd.

2.4 Persoonlijke ambities

Hier vertelt u wat u met uw onderneming wilt bereiken. Wat zijn precies uw ambities op zakelijk of privégebied?

Ik ben erg betrokken bij het milieu. Volgens mij zijn we tot op zekere hoogte allemaal verantwoordelijk voor de gezondheid van onze kinderen en toekomstige generaties. Keuzes die wij nu maken moeten dan ook een positieve bijdrage leveren aan de toekomst. Dat geldt niet alleen voor mijn persoonlijke, maar ook mijn professionele leven. Door duurzaam inkopen te stimuleren en meer bewustwording te creëren, hoop ik dat te bereiken.

Daarnaast wil ik mij nog meer inspannen om samenwerken te bevorderen. Door schaalgrootte worden duurzame producten goedkoper: zo kunnen we nóg meer voor het milieu betekenen.

3. De onderneming

Dit hoofdstuk gaat dieper in op uw bedrijfsplannen én maakt melding van relevante ontwikkelingen in uw branche. Als starter moet u ook veel regelen. Denk aan de KvK-inschrijving, het opzetten van een administratie, het afsluiten van verzekeringen en het aanvragen van vergunningen.



Op zoek naar specifieke informatie?

Laat u goed informeren over:

- [Inschrijving KvK](#)
- [Rechtsvormen](#)
- [BTW-tarieven](#)
- [Leveringsvoorwaarden](#)
- [Vergunningen](#)
- [Subsidies en startersregelingen](#)
- [Relevante verzekeringen](#)



Tip

Beschrijf het probleem, uw oplossing en benadruk de urgentie. Waarom gaat u juist nu starten?

3.1 Bedrijfsgegevens

Handelsnaam	Adviesbureau 'De Groene Inkoper'
KvK-nummer	98765432
Rechtsvorm	Eenmanszaak
Administratie	Houd ik zelf bij. De jaarrekening laat ik opmaken door Administratiekantoor 'Mijn cijfersopeenrij BV'.
Tarief omzetbelasting	21%
Frequentie omzetbelasting	Per kwartaal
BTW-nummer	NL 123456789B01
Leveringsvoorwaarden	Ja (gedeponeerd bij de KvK)
Vergunningen	Geen vergunningen vereist
Subsidies	Geen. Ik onderzoek wel de mogelijkheden om WBSO (overheidsregeling) aan te vragen.
Verzekeringen	Arbeidsongeschiktheidsverzekering, beroepsaansprakelijkheidsverzekering en rechtsbijstandsverzekering.

3.2 Het idee

Beschrijf tot in de kern het idee en geef aan met welke middelen u uw doelen wilt bereiken. Zie dit gedeelte van het plan als een soort 'elevator pitch', waarin u uw passie, inspiratie en ambitie benadrukt. Omschrijf uw plannen als zodanig dat anderen zin krijgen om mee te doen.

Het probleem

Wat is 'groen' inkopen? Aan welke eisen moet ik voldoen? Wat kosten duurzame producten? En: is de kwaliteit van duurzame producten gegarandeerd? Menig inkoper wordt met deze vragen geconfronteerd. Doordat de ontwikkelingen snel zijn gegaan en veel organisaties afgelopen jaren bezuinigden op personeel, is er een kennisachterstand ontstaan. En dat terwijl de overheid door Europese wetgeving verder moet verduurzamen en die eis ook bij haar leveranciers neerlegt.

De oplossing

Adviesbureau 'De Groene Inkoper' **adviseert en begeleidt** organisaties die groene ambities willen waarmaken. Met mijn adviesbureau bied ik expertise en speel ik een actieve rol in het begeleiden van specifieke inkooptrajecten, waaronder Europese aanbestedingen. Ook kan ik voor klanten de inkoopfunctie analyseren en nieuwe inkoopcriteria opstellen.



Wat is het geheim van een goede elevator pitch? [Lees het artikel op IkGaStarten.](#)

De **inkoopscan** is een **handige tool**, waarmee inkopers hun huidige inkoopproces kunnen analyseren en verbeteren. De focus ligt op duurzaamheid. De scan laat de eigen prestaties zien en toont een benchmark met resultaten van vergelijkbare organisaties. Zo zien organisaties in één oogopslag hoe duurzaam zij nu presteren, waar verbetering mogelijk is en hoe hun bedrijf zich verhoudt ten opzichte van vergelijkbare ondernemingen in de branche.

Waarom nu?

Verduurzaming staat steeds hoger op de overheidsagenda. Overheden en bedrijven moeten op korte of lange termijn voldoen aan steeds strengere milieueisen, bijvoorbeeld op het gebied van luchtkwaliteit. Niet verduurzamen en 'de kop in het zand blijven steken' kan echt niet meer. Daarnaast zijn de personeelsbudgetten bij gemeenten de afgelopen jaren geslonken en is het bedrijfsleven is nog huiverig om vast personeel aan te nemen. Kennisachterstand is een feit. Alle reden voor instanties om de 'De Groene Inkoper' in te huren.

3.3 Stand van zaken

Veel starters hebben voorafgaand aan het schrijven van hun plan al veel voorwerk gedaan, zoals het onderzoeken van bedrijfslocaties, de fiscale mogelijkheden of het claimen van een domeinnaam. In deze paragraaf vermeldt u de actuele stand van zaken en geeft u aan welke stappen u nog moet zetten.

Omdat mijn bedrijf al ingeschreven staat bij de KvK en de rechtsvorm (eenmanszaak) voorlopig ongewijzigd blijft, heb ik alles geregeld ten aanzien van:

- Administratie
(zakelijke bankrekening, KvK en BTW-nummer. Boekhouding is opgesteld in samenwerking met de accountant)
- Verzekeringen
(bedrijfsaansprakelijkheid, beroepsaansprakelijkheid en rechtsbijstand)
- Leveringsvoorwaarden
- Marketing
(website, social media-accounts, huisstijl en folders)
- Acquisitie
(vier klanten voor wie ik nu werk en ik ben bezig met drie leads voor aanvullende projecten)

Lopende activiteiten

De basis om mijn adviesdiensten in de markt te zetten staat. Mijn focus ligt nu op de verdere ontwikkeling van de inkoopscan en het inrichten van aanvullende randvoorwaarden.

Inkoopscan

Voor de doorontwikkeling van de inkoopscan is aanvullende financiering noodzakelijk. Deze financiële ondersteuning is nodig voor het technisch bouwen en het online beschikbaar maken van de inkoopscan. Ik ben momenteel op zoek naar een bedrijf dat de inkoopscan kan bouwen en ontsluiten. De eerste gesprekken met drie verschillende technische partijen hebben plaatsgevonden.

Randvoorwaarden

- Personele ondersteuning voor continuïteit van projecten in geval van nood. Ik ben hierover in gesprek met collega-inkopers.
- Personele ondersteuning voor marketing en acquisitie. In eerste instantie geef ik de voorkeur aan iemand die ik op freelancebasis kan inhuren.
- Ik ben aan het verkennen of het in de toekomst raadzaam is om mijn eenmanszaak om te zetten naar een besloten vennootschap (bv).

4. De markt

Dit hoofdstuk staat in het teken van marktontwikkelingen. Hier beschrijft u de afzetmarkt, doelgroep en het concurrentieveld. Daarnaast maakt u een inschatting of uw product/dienst voldoende potentie heeft om de (lokale) markt te veroveren.

4.1 De markt in beeld

Deze paragraaf gaat over relevante ontwikkelingen in uw branche. Vertel iets over de marktomvang (lokaal, landelijk en/of internationaal), gesignaleerde trends en vermeld eventuele plannen van de overheid. Breng deze informatie zo concreet mogelijk in kaart. Staaf het met cijfers en noem betrouwbare bronnen.



Een DESTEP-analyse kan van pas komen bij het in beeld brengen van de omgeving buiten uw bedrijf. Op Google is hier [informatie](#) over te vinden.



Op zoek naar actuele cijfers van betrouwbare bronnen? Deze websites zijn een goed uitgangspunt:

- www.rabobank.nl/cijfersentrends
- www.cbs.nl
- De sites van brancheorganisaties



Tip

Schets hier alleen op hoofdlijnen de ontwikkelingen in uw markt. Een uitgebreide analyse kunt u als bijlage toevoegen.

Trends en ontwikkelingen

De economie in Nederland trekt aan (0,6 procent groei volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek). Datzelfde kan worden gezegd over de investeringsbereidheid. Duurzaamheid is een blijvende trend die steeds breder wordt opgepakt. De overheid besteedt 60 miljard euro aan duurzaam inkopen en ook in het bedrijfsleven heeft Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) meer vorm gekregen, met name bij bedrijven die aan de overheid willen leveren. Een recente ontwikkeling is dat de overheid en een aantal bedrijven een Green Deal Circulair Inkopen hebben afgesloten, met als doel de inkoop nog verder te verduurzamen.

MVO Nederland stelt het als volgt: "De kansen die de circulaire economie biedt voor Nederland worden steeds duidelijker. Recent onderzoek van TNO toont aan dat er jaarlijks tenminste 7 miljard euro te verdienen valt, ruim 50.000 banen gecreëerd kunnen worden en de milieu-impact sterk gereduceerd kan worden. Koplopers binnen het bedrijfsleven en de overheid laten zien dat circulaire bedrijfsmodellen leiden tot betere prestaties."

De positieve flow in de economie zie je ook terug bij de inhuur van mensen. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) verwacht komend jaar een lichte groei van het volume (tussen 1 en 3 procent) in de dienstverlening. Vrijwel alle dienstverlenende ondernemingen profiteren dus van de aantrekkende economie.

De belangrijkste ontwikkelingen voor de inkoopbranche zijn:

- Voldoen aan de milieueisen bij inkoop- en aanbestedingstrajecten
- Meer aandacht voor ketenoptimalisatie (door o.a. de opkomst van 3D printing)
- Blijvende focus op kostenbesparing
- Meer behoefte aan flexibiliteit binnen inkoopafdelingen



Meer weten over hoe u de juiste doelgroep bepaalt?

U leest het op IkGaStarten.



Tip

Beschrijf uw doelgroep tot in detail.

In dit geval gaat het om:

- Gemeenten met minder dan 50.000 inwoners
- Bouwbedrijven in Midden-Nederland met 20 tot 100 werknemers
- Primair onderwijs (6.600 instellingen)
- Toeleveranciers van gemeenten en scholen

4.2 De doelgroep

'Wie zijn mijn potentiële klanten en hoe ga ik deze groep aan mijn bedrijf binden?' is een vraag die iedere ondernemer voor zichzelf moet kunnen beantwoorden. Het is dan ook de bedoeling dat u in deze paragraaf de beoogde doelgroep van uw bedrijf zo helder mogelijk definieert.

Ik wil mijn diensten gaan richten op de volgende doelgroepen:

Overheidsorganisaties (gemeenten en waterschappen)

Overheden moeten voldoen aan landelijke richtlijnen ten aanzien van duurzaam inkopen, maar hebben de afgelopen jaren aan menskracht moeten inleveren. Uit onderzoek door KPMG blijkt dat met name gemeenten met minder dan 50.000 inwoners moeite hebben om duurzaamheidsambities waar te maken. Dit zijn zo'n 200 gemeenten in Nederland.

Ik wil eerst dertig gemeenten in Midden-Nederland gaan benaderen. Ik heb het afgelopen jaar voor twee gemeenten naar tevredenheid een opdracht uitgevoerd. Via deze relaties hebben inmiddels ook andere gemeenten interesse getoond.

- 200 gemeenten met minder dan 50.000 inwoners
- 30 gemeenten in de regio van de Groene Inkoper

Onderwijsinstellingen

Schaalvergroting in het primair onderwijs (circa 6.600 instellingen in Nederland) heeft ertoe geleid dat scholen hun inkoop professioneler moeten organiseren. Deze instellingen profiteren nog te weinig van de schaalgrootte en de mogelijkheden van gezamenlijk inkopen. De scholengemeenschap in mijn woonplaats heeft aangegeven van mijn expertise gebruik te willen maken. Hier zal ik een eerste pilot doen. Als deze pilot slaagt, zal ik de werkzaamheden aanbieden aan tien andere onderwijsinstanties in de regio.

- 6.600 primaire onderwijsinstellingen in Nederland
- 170 instellingen in de regio van de groene Inkoper

Bedrijfsleven

Bedrijven die voor overheidsopdrachten in aanmerking willen komen moeten maatschappelijk verantwoord ondernemen. Duurzaam inkopen is daarvan een onderdeel. Met name MKB-bedrijven in de bouw met 20 tot 100 werknemers zijn in deze diensten geïnteresseerd. Vanuit mijn huidige functie heb ik een netwerk opgebouwd in deze branche.

- 1.700 MKB bouwbedrijven in Nederland
- 80 bedrijven in de regio van de Groene Inkoper

Huidig klantenbestand

De Groene Inkoper werkt op dit moment samen met twee gemeenten, een scholengemeenschap en een aannemersbedrijf. De werkzaamheden bij deze klanten zijn in volle gang. Ik verwacht dat ik het komende jaar 200 uur voor deze klanten actief zal zijn.



Met het **vijfkrachtenmodel van Porter** analyseert u de concurrentiekrachten ten opzichte van uw onderneming. Handig bij het in kaart brengen van uw concurrenten!

4.3 Concurrentie

Echt unieke producten en diensten zijn zeldzaam, dus aan concurrerende partijen ontkomt u meestal niet. Een goed plan bevat daarom altijd een concurrentieanalyse. Het complete overzicht kunt u (eventueel als bijlage) aan het plan toevoegen. In dat geval vermeldt u in deze paragraaf alleen een samenvatting van het onderzoek.

Adviesdiensten

Mijn concurrentie bestaat uit inkoopconsultants die al actief zijn in de markt en enkele grotere inkoopadviesbureaus. Slechts een aantal van hen is gespecialiseerd in duurzaam inkopen bij overheden; meestal doen ze dit 'erbij' naast hun andere werkzaamheden. Adviesbureau 'De Groene Inkoper' richt zich wél specifiek op overheidsinstanties (en hun toeleveranciers) die het inkoopproces willen verduurzamen. Hierin onderscheidt mijn bedrijf zich van de rest van de markt.

Met de ontwikkeling van de inkoopscan kan ik mij intensiever focussen op een nichemarkt. De scan biedt de mogelijkheid om snel en vakkundig de kwaliteit van de inkoop te toetsen (en te verbeteren). Op basis daarvan maak ik een plan van aanpak om het algehele inkoopproces te verduurzamen. Een gemiddeld adviestraject duurt vier maanden. Ik kan organisaties die ambitieus zijn en 'groen' willen groeien dus echt iets extra's bieden.

De inkoopscan

Mijn inkoopscan is redelijk uniek. Er is wel sprake van een zekere leidraad voor duurzaam inkopen van de overheid en ook voor de bouwsector bestaat er een scan die milieuprestaties berekent, maar er is nog geen tool ontwikkeld die inkopers door het hele inkoopproces kan begeleiden.

De concurrentie voorblijven

Hoewel er op het gebied van adviesdiensten sprake is van enige concurrentie, heb ik op verschillende vlakken (zoals het uitbreiden van mijn netwerk) al stappen gezet om mijn succeskansen te vergroten.

Daarnaast word ik in mijn regio gezien als een expert op het gebied van duurzaam inkopen. Ik besef echter dat er mogelijk meer organisaties zijn in de duurzaamheidssector die vergelijkbare tools willen ontwikkelen.

Daarom wil ik de eerste maanden vooral de nadruk leggen op de verdere ontwikkeling en marktintroductie van mijn inkoopscan, zodat ik mijn voornaamste concurrenten op dat gebied voorblijf.



Benieuwd hoe u een concurrentieanalyse opstelt?

[Lees verder op IkGaStarten.](#)

Overzicht voornaamste concurrenten:

Bedrijf	Diensten	Gespecialiseerd in
Inkoop123 (www.inkoop123.nl)	Adviesdiensten	Ketenoptimalisatie bij commerciële bedrijven met >500 medewerkers ('duurzaam' inkopen is geen kernactiviteit)
Caroline GreenerQueen (www.greenerqueen.com)	Adviesdiensten	Duurzaam inkopen voor MKB-bedrijven in Noord-Nederland (deze ZZP'er is een mogelijke samenwerkingspartner)
Groen van A tot Z (www.groenvanatotz.nl)	Consultant	Inkoopadvies voor Horecabedrijven
Inkoop&bouw Beter (www.bouwbeter.nl/scan)	Inkoopscan	Scant inkoopprocessen van bouwbedrijven

4.4 Bedrijf en product in de markt (SWOT-analyse)

Met een SWOT-analyse maakt u kansen en risico's inzichtelijk door de S (strengths), W (weaknesses), O (opportunities) en T (Threats) te analyseren. Zo kunt u een goede inschatting maken of een product (of dienst) de potentie heeft om de (lokale) markt te veroveren. Daarnaast attendeert een volwaardige SWOT-analyse u op zaken die u anders wellicht over het hoofd had gezien.



Meer weten over het opstellen van een SWOT-analyse?

U leest het op IkGaStarten.

Sterktes (intern)

- Kennis van duurzaam inkopen bij overheidsinstanties
- Ervaring met bestaande klanten
- Uitgebreid netwerk
- Unieke inkoopscan

Zwaktes (intern)

- Nog geen gerenommeerde naam
- De inkoopscan is in ontwikkeling
- Het bedrijf draait op mijn expertise
- Bij ziekte kan niemand mij vervangen
- Als ZZP'er ben ik kwetsbaarder dan het MKB

Kansen (extern)

- Meer focus op duurzaamheid (hogere eisen wet- en regelgeving)
- Vraag naar flexibiliteit in de hele keten
- Expertise op duurzaam inkopen bij organisaties ontbreekt
- Behoeft om inkoopprestaties te kwalificeren en kwantificeren

Bedreigingen (extern)

- Als de economie hapert, wordt de prijs belangrijker dan duurzaamheid
- Voorbijgestreefd worden door concurrenten die ook een scan aan het ontwikkelen zijn
- De toenemende automatisering van inkoopprocessen in het algemeen

Conclusies

Adviesdiensten

Met betrekking tot mijn advieswerkzaamheden verwacht ik een constante inkomstenstroom. De vooruitzichten zijn goed, omdat mijn werkzaamheden bij bestaande klanten doorlopen, flexibele arbeid toeneemt en ook de vraag naar inkoopexpertise bij overheden verder stijgt.

Inkoopscan

De inkoopscan is een belangrijke tool die goed aansluit bij mijn adviesdiensten. Omdat er al interesse is getoond in deze tool én ik op dit vlak concurrentie verwacht, wil ik deze tool binnen 12 maanden optimaliseren en op de markt introduceren.

Organisatie

Om verder te kunnen groeien, wil ik (flexibel) personeel aan mij binden, zodat ik beter kan concurreren met grotere adviesbureaus. Als ik voor langere tijd volledig word ingehuurd door een bedrijf, blijft er weinig tijd over om de inkoopscan up-to-date te houden. Ik kan hiervoor een beroep doen op mensen uit mijn netwerk.

Om de naamsbekendheid van mijn bedrijf en de inkoopscan te vergroten, ga ik actief de markt bewerken. Het inwinnen van marketingexpertise en het laten maken van een website maakt deel uit van deze strategie.



Tip

Met een risicoanalyse en uitleg over hoe u met bedreigingen omspringt, laat u zien dat u over deze zaken heeft nagedacht.

5. Marketingplan

Een marketingplan: u ontkomt er vaak niet aan bij het in de markt zetten van een product (of dienst). Een belangrijk onderdeel van een marketingplan is de marketingmix. Hiermee vertaalt u uw plannen naar een praktische aanpak. Want al heeft u nog zo'n duidelijke visie: u wilt uiteindelijk bereiken dat de klant bij u komt en niet naar de concurrent gaat.



Tip

Beschrijf in de marketingmix:

- Het Product
- De Prijs
- De Plaats
- De Promotie
- Het Personeel

Het beschrijven van deze P's is een klassieke en betrouwbare methode. Tegenwoordig zijn er diverse andere methoden. Kies een manier die bij u en uw bedrijf past. Lees bijvoorbeeld over de [C's van de marketingmix 2.0 op IkGaStarten](#).



Tip

Beschikt u al over (een prototype van) een product? Voeg een afbeelding toe aan het plan. Een foto zegt soms meer dan 1.000 woorden.

5.1 Product/Dienst

Nadat u eerder al de markt grondig in kaart heeft gebracht, gaat u in dit deel dieper in op het product (of de dienst) dat u wilt verkopen. Beschrijf hier zo concreet mogelijk waarom (en hoe) u de (lokale) markt hiermee gaat veroveren.

Adviesdiensten

Met mijn expertise adviseer ik inkoopafdelingen, zodat zij (nog) duurzamer kunnen inkopen. De adviesdiensten van De Groene Inkoper bestaan uit:

- Begeleiden van duurzame inkooptrajecten
- Advies geven over verduurzaming van de inkoopfunctie
- Advies m.b.t. het integreren van duurzame inkoop in de bedrijfsprocessen
- Juridische ondersteuning bij inkooptrajecten (i.s.m. juristen)
- Opleiden en voorlichten van inkoopmedewerkers
- Analyses over de verkoopafdeling en inkoopprocessen t.a.v. milieuaspecten
- Begeleiding bij (Europese) aanbestedingen

Inkoopscan 'Beter Inkopen'

Deze tool helpt organisaties bij het maken van milieubewuste afwegingen. De inkoopscan geeft aan hoe goed een organisatie al bezig is met duurzaam inkopen en waar verbeterkansen liggen. De specificaties van de inkoopscan zijn:

- Een duidelijk overzicht van het vergroeningspotentieel
- Richtlijnen voor milieuvriendelijker én energiezuiniger inkopen
- Geeft de CO2-footprint weer van ingekochte diensten en producten
- Geeft duidelijk inzicht in de kosten en opbrengsten van verduurzaming
- Inzicht in het energieverbruik en de milieu-impact van vervoer en grondstoffen
- De scan is zeer gebruiksvriendelijk: de data is online en offline beschikbaar
- Automatische update bij veranderingen in wet- en regelgeving
- Informatie met data uit de verschillende branches (een benchmark op SBI-branchecodes op het hoogste niveau)



Wilt u weten hoe u van een product een echt commercieel succes maakt?

[Lees het artikel op IkGaStarten.](#)



Wat is voor u een goed uurtarief?

[Lees de tips op IkGaStarten.](#)



Tip

• Weet wat de kostprijs en gewenste winstmarges zijn

• Achterhaal wat gangbare verkoopprijzen in de markt zijn

• Vraag (potentiële) klanten wat zij voor uw product/dienst willen betalen



De verkoopprijs hangt deels af van de kostprijs.

[Lees hier hoe u een goede prijs bepaalt.](#)

Het resultaat van de scan is een rapport met:

- Verbeterpunten (dit wordt aangegeven in rood, oranje en groen)
- De CO₂-uitstoot en het energieverbruik in kengetallen
- Benchmark met bedrijven in dezelfde sector

5.2 Prijs

Hier gaat u in op de verkoopprijs van uw product of dienst. Een gangbare methode om dit te bepalen, is door in te schatten wat klanten hiervoor zouden willen betalen, maar u kunt ook een concurrentievergelijking maken. Zorg in ieder geval voor een goede fundering van uw prijsbepaling.

Adviesdiensten

De gemiddelde prijs voor advieswerkzaamheden bedraagt het eerste jaar 90 euro per uur. Op projectbasis kan van dit tarief worden afgeweken. Dit tarief is marktconform voor inkopers in het algemeen. Ik ben echter een specialist (in duurzaam inkopen) en zou meer kunnen vragen. Maar gezien de markt van de afgelopen jaren, het netwerk dat ik wil opbouwen en de inkopers met wie ik concurreer, lijkt het mij realistisch om in ieder geval het eerste jaar een 'lager' tarief te hanteren.

De uurtarieven van ervaren collega-inkoopadviseurs liggen ergens tussen de 95 tot 135 euro. Vanaf het tweede jaar hanteer ik een marktconform uurloon van 105 euro. Dit tarief heb ik bepaald door de inkomsten en uitgaven op een rijtje te zetten (incl. buffer voor de toekomst) en de bewuste keuze om mijn klanten een acceptabel tarief te bieden.

De inkoopscan

Een licentie voor de inkoopscan kost organisaties ten minste 700 euro per jaar. De uiteindelijke prijs is afhankelijk van het aantal gebruikers. Het bedrag is gebaseerd op de verwachte ontwikkel- en marketingkosten van de tool en de prijs die inkopers willen betalen. Ik heb daarvoor marktonderzoek gedaan onder 30 inkopers. Ook is de prijs vergeleken met bestaande milieuberekeningstools in de bouwsector. Die bedragen variëren van 300 tot 1.000 euro. Overigens hebben deze tools geen benchmarkoptie en de inkoopscan 'Beter inkopen' wel.

De prijs voor de inkoopscan (per licentie) bedraagt:

- 2 gebruikers/accounts in 1 organisatie: € 700,-
- extra persoon binnen dezelfde organisatie: + 20%

Verder wil ik dat de inkoopscan wordt opgenomen op de Milieulijst van de Rijksoverheid. Hierdoor komen afnemers van de inkoopscan in aanmerking voor subsidies (MIA en Vamil-regeling). De investering voor de scan zal voor organisaties daardoor lager uitvallen dan de bovengenoemde bedragen.



Tip

Maak het uw afnemer gemakkelijk.
Met de komst van e-commerce en smartphones kan een aankoop vaak in een paar kliks geregeld zijn.

5.3 Plaats

U zou denken dat 'plaats' redelijk voor zich spreekt, maar in de marketingmix wordt met 'plaats' eigenlijk vooral bedoeld op de distributiekkanalen. Feitelijk draait het hierbij om alle factoren die van invloed zijn op de weg die het product aflegt van aanbieder naar afnemer. In deze paragraaf geeft u dan ook antwoord op de vraag: hoe komt mijn product (of dienst) bij de klant?

Adviesdiensten

De advieswerkzaamheden bied ik zoveel mogelijk persoonlijk aan de eindklant aan. Er moet immers sprake zijn van een persoonlijke klik voor een opdracht tot stand kan komen. Ik ga mijn netwerk en bestaande klanten actief benaderen. In deze fase zal ik geen gebruikmaken van intermediairs als wervingsbureaus. Ik verwacht dat ik het eerste jaar voldoende opdrachten kan binnenhalen via mijn eigen netwerk.

De inkoopscan

Een jaarabonnement op de scan kan eenvoudig online worden besteld (en verlengd) via www.beterinkopen.com. Via een online betaalmodule kunnen organisaties in een paar klikken de scan aanschaffen en vervolgens inloggen en de scan gebruiken. Omdat de scan door bedrijven wordt gebruikt, ontvangen klanten na de aankoop een BTW-factuur op de plek waar ze de nota willen ontvangen. Zo zijn er bijna geen drempels om de tool aan te schaffen.

Voorlopig bied ik de inkoopscan alleen via de website en mijn netwerk aan. Zodra alle kinderziektes eruit zijn en de scan goed werkt, overweeg ik de tool ook aan te bieden via commerciële (affiliate) netwerken.

5.4 Promotie

Op welke manier benadert u potentiële klanten? En hoe brengt u uzelf en het product onder de aandacht? Het succes van uw onderneming hangt uiteindelijk vooral samen met uw zichtbaarheid in de markt. Niet alleen de Prijs en het Product, maar ook de Promotie en Plaats spelen daarbij een rol. De afwegingen die u maakt, kunnen per beroepsgroep verschillen.

Het eerste jaar ligt mijn focus op het uitbreiden van het klantenbestand voor de adviesdiensten én op het introduceren van de inkoopscan. Binnen de 'inkoopwereld' is het belangrijk dat je 'gezien wordt'. Ik zal daarom (nog meer dan ik nu al doe) bijeenkomsten bezoeken, spreken op congressen en deelnemen aan kennisfora.

De marketingactiviteiten voor het eerste jaar zijn:

Huisstijl

- Logo, visitekaartjes, briefpapier voor de Groene Inkoper en de Inkoopscan
- Profelfoto voor social media en mijn CV voor de adviesdiensten
- Basisstramien voor offertes, facturen, presentaties, etc.



Meer halen uit uw huidige netwerk?

[Lees de tips op IkGaStarten.](#)



Reclame maken hoeft minder duur te zijn dan u denkt. [Lees het artikel over](#)

[lowbudget marketing op IkGaStarten.](#)

Website

- www.beterinkopen.com optimaliseren met de nieuwe huisstijl
- www.beterinkopen.com/inkoopscan + e-commerce module inrichten
- E-mailadressen aanmaken en inrichten

Netwerken

- Netwerk Inkoopcafe (PIANOO) benaderen
- Aanbod doen aan bestaande klanten en haar leveranciers voor adviesdiensten
- Lezingen geven (workshops 'Duurzaam inkopen in 10 stappen')
- Deelname aan MVO-netwerkbijeenkomsten bij gemeenten
- Deelname aan het forum 'Inkoopvragen'
- Social media inzetten
- Wekelijks actief mijn netwerk opbouwen en promotie via LinkedIn

E-marketing

- E-mailnieuwsbrief (4x per jaar) opzetten en verspreiden onder relevante relaties (300 e-mail adressen)
- Bestaande en potentiële klanten en hun leveranciers 'persoonlijk' informeren over de inkoopscan met een actie. In totaal zijn dat 100 warme contacten

In de media

- Persbericht naar vakbladen- en websites (lancering inkoopscan)
- Samen met de klant de lokale media benaderen, zodra de inkoopscan goede resultaten laat zien.

Adverteren

- Advertenties in (online) magazines (De Inkoper, Inkoopland)
- Testen met Google (Adwords) en LinkedIn Ads

Marketing na het eerste jaar

Voor de inkoopscan is marketing een continu proces. Welke marketinginstrumenten ik in de toekomst inzet, hangt af van de resultaten van het eerste jaar. Naar schatting zal het marketingbudget zo'n 10 tot 15 procent van de omzet zijn.



Meer weten over het inhuren van personeel? [Kijk op: **ikgastarten.nl/personeel**](https://www.ikgastarten.nl/personeel).

5.5 Personeel en samenwerken

Beginnende ondernemers in de dienstverlening gaan vaak van start zonder personeel. Maar hoe gaat u als starter of ZZP'er om met piekbelasting? Gaat u dan samenwerken, huurt u op flexibele basis mensen in of kiest u toch ervoor om personeel aan te nemen? Geef in deze paragraaf daarom aan wat uw verwachtingen zijn op dit gebied.

De eerste jaren kies ik ervoor om gebruik te maken van gespecialiseerde bedrijven en ZZP'ers. Daarbij zal ik een beroep doen op:

- ICT-bedrijf voor de inkoopscan
- Aanbestedingsjuristen
- Goede tenderschrijvers
- Inkoopspecialisten die mij kunnen aanvullen of vervangen
- Marketing- en salesspecialisten



Tip

Geen ervaring met het maken van een financieel plan? Kijk dan of een boekhouder of financieel expert u hiermee op weg kan helpen.



Een verdienmodel in kaart brengen kan op meerdere manieren. Kent u het [Business Model Canvas](#) al?

6. Financieel plan

Of u het bedrijfsplan nou alleen voor uzelf schrijft of hiermee ook investeerders wilt overtuigen: het is hoe dan ook van groot belang om uw financiële situatie goed in kaart te brengen. Zo komt u minder snel voor verrassingen te staan. Ook investeerders zullen aandachtig kijken naar de cijfermatige onderbouwing van uw bedrijf. Zorg dus ervoor dat het financieel plan op deze pagina's volledig is en licht de verschillende begrotingen in afzonderlijke paragrafen toe.

6.1 Verdienmodel

Beantwoord bij het opstellen van het verdienmodel de vraag hoe u geld gaat verdienen. Door (realistische) doelstellingen te formuleren en te denken in scenario's, laat u zien hoe u inkomsten genereert. Deze informatie is niet alleen essentieel voor uzelf, maar ook voor potentiële investeerders.

De komende jaren wil ik met 'De Groene Inkoper' jaarlijks 15 tot 25 procent omzetgroei realiseren. Op basis van diverse scenario's schat ik mijn groeikansen als volgt in:

Jaar 1

Nederlanders (fte) werken gemiddeld 48 weken per jaar. Het ideale scenario is om het eerste jaar drie werkdagen per week (= 24 uur) te werken voor opdrachtgever(s). Dit is inclusief de 4 uur per week die ik komend jaar uit mijn bestaande klantenkring verwacht. De overige (niet declarabele) uren gebruik ik voor het verder ontwikkelen van de inkoopscan, marketing en acquisitie van nieuwe opdrachten. Het eerste jaar hanteer ik op uurbasis een tarief van 90 euro. Als nieuwkomer in de markt is een hoger tarief niet verstandig. Het tarief van 90 euro hanteer ik ook voor bestaande klanten.

Onderdeel	Omzet in euro's
Adviesdiensten (1.152 uur á € 90,-)	€ 103.680,-
Inkoopscan ontwikkelen	€ 0,-
Doelstelling	€ 103.680,-

De bedragen zijn fictief

Jaar 2

Mijn doelstelling voor het tweede jaar is om vier nieuwe opdrachten binnen te halen. In dit jaar verwacht ik in totaal 1.152 uren (48 weken á 24 uur) te werken voor een hoger uurtarief. Daarnaast ga ik de inkoopscan vermarkten om ook daaruit omzet en nieuwe klanten voor mijn adviesdiensten te halen. Voor de inkoopscan benader ik 100 warme netwerkcontacten en ik verwacht 30 leads uit de lanceringscampagne te kunnen halen.

Met een conversiepercentage van 15 procent levert dit 20 betaalde licenties op.

- Adviesdiensten: tarief verhogen naar een marktconform* tarief (105 euro p.u)
- Inkoopscan: aanbieden als dienst voor minimaal 700 euro (fee op jaarbasis)

Onderdeel	Omzet in euro's
Adviesdiensten (1.152 uur a € 105,-*)	€ 120.960,-
Inkoopscan (20 x fee a € 700,-)	€ 14.000,-
Doelstelling	€ 134.960,-

**Dit tarief is berekend door de inkomsten en uitgaven op een rij te zetten (incl. buffer voor de toekomst) en vergeleken met de tarieven van collega-inkopers (€ 95,- tot € 135,-).*

De bedragen zijn fictief

Jaar 3

Na afloop van het tweede jaar heb ik de bouw van mijn inkoopscan afgerond en is optimalisatie en beheer van de tool blijvend nodig. Hoewel het lastig is om in te schatten wat er in derde jaar gaat gebeuren, heb ik een globale inschatting gemaakt. Op basis van de resultaten uit het voorgaande jaar zal jaarlijks een nieuw businessplan worden opgesteld.

Via de klanten van de scan verwacht ik een groei in advieswerkzaamheden (van 24 naar 28 uur per week). Naar schatting zal 50 procent van de inkoopscan klanten het abonnement met nog een jaar verlengen. Daarnaast verwacht ik de inkoopscan 20 keer te kunnen verkopen aan overheden en bedrijven in heel Nederland. Verder zal ik tijd besteden aan marketing en acquisitie voor nieuwe (inkoopscan)klanten en om mijn kennisniveau op peil te houden.

Onderdeel	Omzet in euro's
Adviesdiensten (1.344 uur a € 105,-)	€ 141.120,-
Inkoopscan (30 x fee a € 700,-)	€ 21.000,-
Doelstelling	€ 162.120,-

De bedragen zijn fictief

Hoeveel geld heb ik nodig om te starten?

Het concept en de inhoud van de scan zijn voor 70 procent gereed. Het uitwerken van de laatste 30 procent, de bouw van de online tool (= software) en de introductie (=marketing) staan voor het komende jaar op de planning. Hiervoor is een investering nodig van:

Onderdeel	Investering
Bouw en realisatie	€ 25.000,-
Marketing inkoopscan	€ 5.600,-
Totaal	€ 30.600,-

De bedragen zijn fictief



Een goed financieel plan maken?

Kijk voor tips en instructies op:

• lkgastarten.nl/financieelplan

• Ondernemersplein.nl/

uwfinancieelplan



Lezen hoe u een investeringsbegroting maakt? [Kijk voor tips en advies op Ondernemersplein.](#)



Tip

- Vraag offertes op bij meerdere leveranciers om tot een goede keuze te komen
- Voeg offertes toe in de bijlage van uw ondernemingsplan
- Houd rekening met onvoorziene kosten



Startkapitaal vergaren kan op verschillende manieren. [Bekijk de mogelijkheden op IkGaStarten](#)

6.2 Investeringsbegroting

Hoeveel geld heeft u nodig om uw plannen te realiseren? Weet dat sommige investeringen direct nodig zijn, terwijl andere bestedingen vaak nog even kunnen worden uitgesteld. In de investeringsbegroting gaat u concreet in op het minimale bedrag dat nodig is om van start te kunnen gaan met uw onderneming.

Investeringsbehoefte (excl. BTW)	
Computerapparatuur en software <i>(laptop, telefoon, factureringsoftware, printer)</i>	€ 4.000,-
Software inkoopscan 'Beter inkopen' <i>(ontwikkelingskosten € 10.000,-, + ontwerpkosten € 5.000,- + aanschaf software € 10.000,-)</i>	€ 25.000,-
Onvoorzien	€ 4.000,-
Totaal	€ 33.000,-

Werkkapitaal behoefte (excl. BTW)	
Voorfinanciering BTW <i>(omzetbelasting over investeringen)</i>	€ 6.600,-
Debiteuren <i>(vordering op onbetaalde facturen)</i>	€ 6.000,-
Kas, bank, giro <i>(voorraad geld om mee te starten)</i>	€ 5.000,-
Onvoorzien	€ 5.000,-
Totaal	€ 22.600,-

Aanloopkosten <i>(o.a. advieskosten, huisstijl/visitekaartjes, website, marketing inkoopscan, levensonderhoud)</i>	€ 30.000,-
Totale investering	€ 85.600,-

De bedragen zijn fictief

6.3 Financieringsbegroting

De investeringsbegroting heeft u inmiddels op papier staan, maar hoeveel geld heeft u nodig om te starten en omzet te genereren? Oftewel: hoe gaat u uw bedrijf financieren? Wellicht gaat u een deel van uw spaargeld hiervoor gebruiken, kunt u een bedrag lenen bij een familielid of heeft u bepaalde bedrijfsmiddelen al in uw bezit. In de financieringsbegroting legt u uit 'hoe' u de benodigde investeringen gaat financieren.



Tip

Eigen vermogen is geld dat u zelf beschikbaar heeft, maar kan ook goederen betreffen die u inbrengt. Denk aan spaargeld of eerder aangeschafte bedrijfsmiddelen.

Vreemd vermogen is geld dat u nodig heeft van zakelijke financiers, zoals banken of andere kredietverstrekkers.

Een krediet is een manier om (start) kapitaal te financieren. Het is een toezegging van een financier dat uw onderneming tot een bepaald bedrag geld kan lenen/opnemen.



Tip

Er bestaan diverse overheidssubsidies en -regelingen om bedrijven een financieel steuntje in de rug te geven.

Kijk voor een actueel overzicht op:

www.rvo.nl/subsidies-regelingen

www.ondernemersplein.nl/subsidies

Eigen vermogen	
Spaargeld	€ 46.000,-
Inbreng bedrijfsmiddelen <i>(computerapparatuur en software zijn reeds aangeschaft)</i>	€ 4.000,-
Totaal eigen vermogen	€ 50.000,-

Vreemd vermogen	
Krediet van de bank of andere investeerder <i>(ontwikkelen inkoopscan + marketing & sales)</i>	€ 30.600,-
Rekening courant bank <i>(het bedrag dat u maximaal rood mag staan)</i>	€ 5.000,-
Totaal vreemd vermogen	€ 35.600,-

Totale financiering	€ 85.600,-
----------------------------	-------------------

De bedragen zijn fictief.

6.4 Exploitatiebegroting

In de exploitatiebegroting maakt u een berekening van de winst die u naar verwachting zult maken. Beschouw dit onderdeel als een grondige onderbouwing van uw financiële plannen door antwoord te geven op de vraag: hoe zien de verwachte omzet, inkoop en kosten van uw onderneming eruit?



Tip

- Vermeld bedragen exclusief BTW
- Houd rekening met afschrijvingen
- Houd rekening met het feit dat personeelskosten circa 30% hoger zijn dan het brutoloon (door bijkomende kosten voor de werkplek, het pensioen en verzekeringen).



Tip

De fiscale winst is het inkomen uit uw bedrijf. Hierover moet nog wel inkomstenbelasting worden betaald. Hoe hoog dat bedrag is, hangt af van uw persoonlijke situatie. [Kijk voor tips en advies op de website van de Belastingdienst.](#)

Omzet	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Netto omzet	€ 103.680	€ 134.960	€ 162.120
Bruto winst	€ 103.680	€ 134.960	€ 162.120

Kosten	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Promotiekosten/Marketing <i>(website, advertenties, PR, social media)</i>	€ 8.000	€ 18.000	€ 22.000
Onderhoud inkoopscan <i>(optimalisatie en technisch onderhoud)</i>	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000
Kantoorkosten <i>(briefpapier, printerbenodigdheden etc)</i>	€ 1.000	€ 2.000	€ 3.000
(Flexibel) personeel inkoopscan <i>(vanaf jaar 2)</i>	€ -	€ 10.000	€ 15.000
Training, advies <i>(salestraining + MVO opleiding)</i>	€ 2.000	€ 2.000	€ 3.000
Administratiekosten <i>(boekhouder / accountant)</i>	€ 1.000	€ 1.000	€ 3.000
Huisvesting <i>(flexwerkplekken en kantoor)</i>	€ 1.000	€ 1.000	€ 7.000
Reiskosten <i>(autokosten, OV en benzine)</i>	€ 3.000	€ 4.000	€ 5.000
Verzekeringen <i>(bedrijfs- en persoonsverzekeringen)</i>	€ 2.000	€ 3.000	€ 3.000
Onvoorzien	€ 7.000	€ 5.000	€ 5.000
Afschrijvingen	€ 4.000	€ 4.000	€ 4.000
Totaal Bedrijfskosten	€ 39.000	€ 60.000	€ 80.000

Netto rentelasten	€ 2.000	€ 2.000	€ 1.000
-------------------	---------	---------	---------

Resultaat voor belasting	€ 62.680	€ 72.960	€ 81.120
Inkomstenbelasting	€ 10.971	€ 14.204	€ 16.603
Resultaat na belasting	€ 51.709	€ 58.756	€ 64.517

De bedragen zijn fictief



Tip

Online vindt u de nodige informatie en tools om uw maandelijkse inkomsten en uitgaven te berekenen. Google maar eens op 'liquiditeitsbegroting tool'.

6.5 Liquiditeitsbegroting

Een liquiditeitsbegroting geeft zicht op hoeveel geld u maandelijks ontvangt en uitgeeft. Zo kunt u na verloop van tijd beter inschatten welke maanden het meest geschikt zijn voor het doen van nieuwe investeringen en daarnaast een financiële reserve opbouwen, zodat u onverwachte tegenslagen kunt opvangen.

1e jaar	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Totaal
Opening kas/bank	-	44.897	48.512	52.126	57.857	61.472	65.086	64.727	68.342	71.956	71.597	75.212	

Ontvangsten	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Totaal
Lening	30.600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30.600
Rekening courant	5.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.000
Spaargeld	46.000												46.600
Omzet ex. BTW	4.320	8.640	8.640	8.640	8.640	8.640	8.640	8.640	8.640	8.640	8.640	8.640	99.360
BTW	907	1.814	1.814	1.814	1.814	1.814	1.814	1.814	1.814	1.814	1.814	1.814	20.866
Totale ontvangsten	86.827	10.454	10.454	10.454	10.454	10.454	10.454	10.454	10.454	10.454	10.454	10.454	201.826

Uitgaven	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Totaal
Investering	29.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29.000
Inkoop voorraad	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	10.000
BTW inkoop voorraad	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	2.100
Promotiekosten/marketing	667	667	667	667	667	667	667	667	667	667	667	667	8.000
Kantoorkosten	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	1.000
(Flexibel) personeel													0
Inkoopscan													
Training, advies	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	2.000
Administratiekosten	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	1.000
Huisvesting	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	1.000
Reiskosten	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3.000
Verzekeringen	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	2.000
Onvoorzien	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583	7.000
BTW inkopen/kosten	6.405	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	9.870
BTW afdracht				-2.117			3.973			3.973			5.830
Rente	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	2.000
Aflossingen	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	10.200
Privéonttrekking	2.417	2.417	2.417	2.417	2.417	2.417	2.417	2.417	2.417	2.417	2.417	2.417	29.000
Totale uitgaven	41.930	6.840	6.840	4.723	6.840	6.840	10.813	6.840	6.840	10.813	6.840	17.811	133.971

Kas per maand	44.897	3.614	3.614	5.731	3.614	3.614	-359	3.614	3.614	-359	3.614	-7.357	
----------------------	---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	--------------	--------------	-------------	--------------	---------------	--

Eindsaldo	44.897	48.512	52.126	57.857	61.472	65.086	64.727	68.342	71.956	71.597	75.212	67.855	
------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--

De bedragen zijn fictief



Tip

Privé-uitgaven en -inkomsten zijn voor iedereen anders. Kijk voor de verschillende uitgaven en inkomsten naar uw banktransacties van de afgelopen maanden.

6.6 Begroting privé-uitgaven

Zeker voor ZZP'ers geldt dat zij hun privéboekhouding goed geregeld moeten hebben. Ook als u geen financiering nodig heeft, is het belangrijk om uw privé-uitgaven op een rijtje te zetten.

U moet zeker weten dat u van de winst uit uw onderneming kunt rondkomen en de vaste lasten kunt betalen.

Privé-uitgaven in jaar 1	
Huishouden, kleding, kinderopvang, abonnementen etc.	€ 12.000,-
Consumptiegoederen (o.a. wasmachine, TV)	€ 2.000,-
Vakantie	€ 2.000,-
Huur/hypotheek	€ 9.000,-
Energie, gas en water	€ 2.500,-
Verzekeringen (ziektekosten, aansprakelijkheid, inboedel)	€ 3.000,-
Contributies	€ 1.000,-
Auto (privégebruik) / OV-vervoer	€ 3.500,-
Overig	€ 2.000,-
Inkomstenbelasting / premie volksverzekeringen	€ 20.000,-
Totaal uitgaven	€ 57.000,-

De bedragen zijn fictief

In het eerste jaar houden we rekening met minder uitgaven voor vakanties en verlagen we de maandelijkse lasten met 10 procent.

Overige inkomsten jaar 1	
Kinderbijslag (per jaar)	€ 1.000,-
Inkomen vaste baan partner (per jaar)	€ 27.000,-
Totaal overige inkomsten	€ 28.000,-

Inkomsten – uitgaven	-/- € 29.000,-
-----------------------------	-----------------------

De bedragen zijn fictief

Dit betekent dat er € 29.000,- uit de onderneming onttrokken wordt voor privé uitgaven (zie liquiditeitsbegroting). De overige winst blijft in de onderneming voor toekomstige tegenslagen of investeringen.

7. Algemene/juridische zaken



Aan welke juridische regels moet u als ondernemer voldoen?

Kijk op: ikgastarten.nl/juridisch.

Als toekomstig ondernemer moet u ook aantonen dat u heeft nagedacht over algemene juridische zaken die van invloed kunnen zijn op uw onderneming. Denk aan het afsluiten van vergunningen en verzekeringen, melding maken van eventuele concurrentiebedingen of het opstellen van algemene voorwaarden. Dit is het hoofdstuk om dergelijke ontwikkelingen te vermelden.

Het laten patenteren van mijn inkoopscan kan een lang traject zijn en is bovendien vrij kostbaar. Ik heb in het verleden wel overwogen om hierop patent aan te vragen, maar heb inmiddels besloten hiervan af te zien. Wel heb ik met een jurist gekeken naar de mogelijkheden om mijn leveringsvoorwaarden op termijn aan te passen, zodat ik op die manier alsnog oneigenlijk gebruik kan tegengaan.

Dit is een uitgave van MT MediaGroep BV in opdracht van de Rabobank en in samenwerking met Bas Bakkenes (**Ondernemingsplannenfabriek**). Deze publicatie is met zorg samengesteld en beoogt niet volledig te zijn. Aan de inhoud kunnen geen rechten worden ontleend.