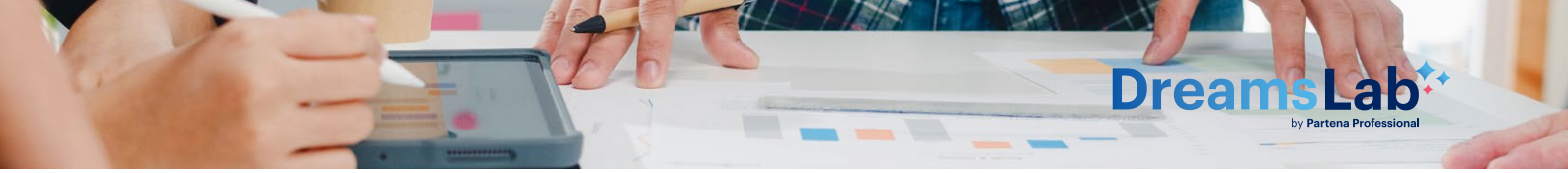
Partena PROFESSIONAL

DreamsLab by Partena Professional



BUSINESS PLAN

Naam:	Voornaam:
Geboortedatum:	Rijksregisternummer:
E-mail:	Tel.:
Adres :	



DREAMS LAB

Het **Dreams Lab van Partena Professional** geeft ondernemingen van morgen een boost, dankzij professionele **ondersteuning** in elke fase van de projectontwikkeling.



DREAMS WORK

Drie groepsworkshops om je ondernemingsproject te verfijnen. Leer welke tools je kan gebruiken om je project van A tot Z te beheren.



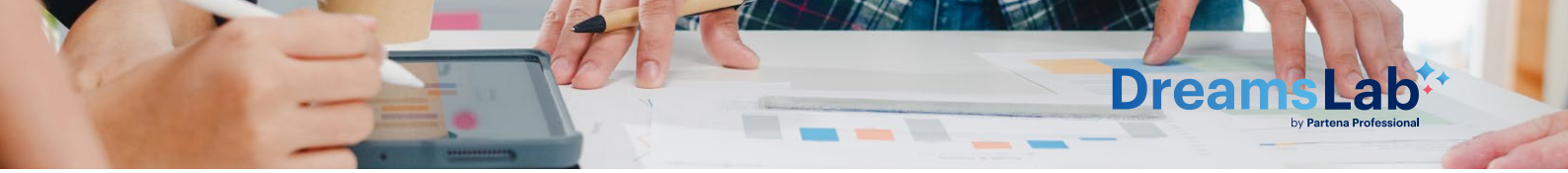
BUSINESS PLAN

Zin om je ondernemingsplan op te stellen? Je staat er niet alleen voor! Het Dreams Lab helpt je je ondernemingsplan voor te bereiden.



POP-UP STORES

Partena Professional biedt je de **unieke kans om je concept gratis te testen op een aantal fantastische locaties in België.**



DE ONDERNEMER

1. Persoonlijke informatie

Huidig statuut: .....

Toegang tot het beroep: .....

2. Bestaansreden

2.1. Hoe kwam je op het idee voor dit project?

2.2. Kan je je opleiding en professionele ervaring beschrijven, met de nadruk op de elementen die belangrijk zijn voor je ondernemersproject?
Voeg je CV bij

2.3. Wat zijn je kennis en vaardigheden? Aan welke ontbreekt het je?

HET PROJECT

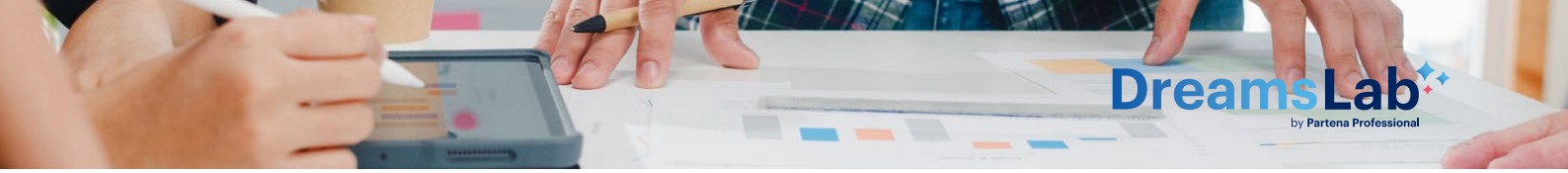
1. Beschrijving van het project

2. Gegevens van de onderneming

2.1. Naam van de onderneming

Wat is de naam van jouw onderneming? .....

2.2. Startdatum: .....



3. Je aanbod

3.1. Volledige lijst met producten/diensten

3.2. Waardepropositie

Aan welke behoefte(n) of proble(e)m(en) van je klanten voldoet je aanbod

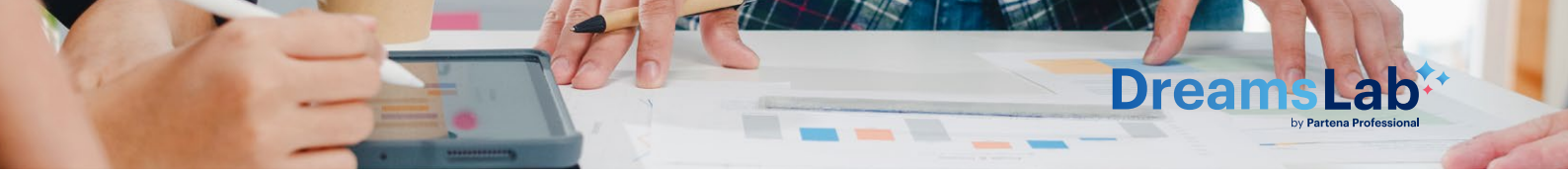
Hoe heb je je waardepropositie gevalideerd?

Heb je je producten/diensten al aan potentiële klanten aangeboden? Wat was hun feedback?

4. Kernactiviteiten

4.1. Welke activiteiten zijn onmisbaar voor de werking van je onderneming?

Hoe werkt je onderneming?



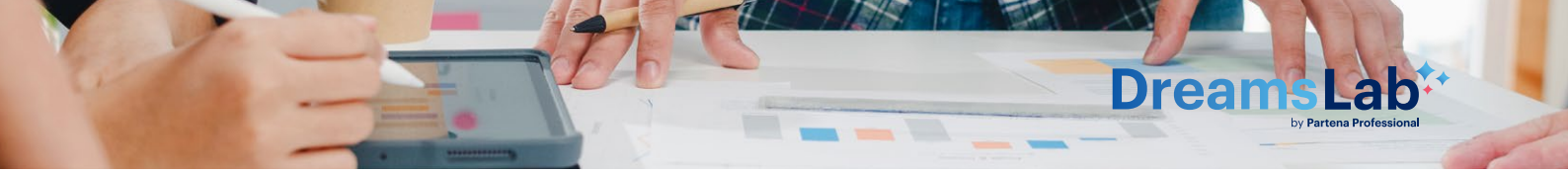
MARKTANALYSE

1. Sectorbeperkingen

Wat zijn de specifieke kenmerken van jouw sector?

Wat zijn de beperkingen van jouw sector? (Reglementering, openingstijden, toegang, toegangsbelemmeringen, enz.)

Welke belangrijke ontwikkelingen hebben de sector onlangs veranderd, of zullen dat de komende jaren waarschijnlijk doen?



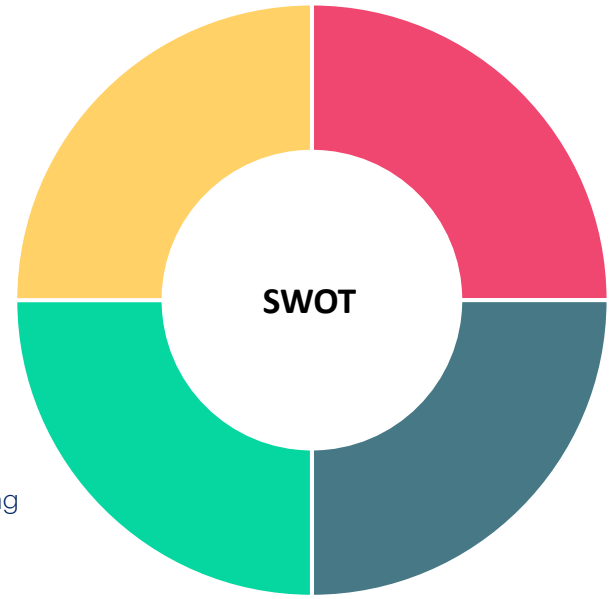
2. SWOT: analyse van je omgeving

De SWOT-analyse is een strategisch hulpmiddel dat je helpt je project tegen het licht te houden door de interne elementen (sterktes en zwaktes) te identificeren waarover je directe controle hebt, en de externe elementen (kansen en bedreigingen), die afhankelijk zijn van omgevingsfactoren waarover je geen controle hebt.

Als ondernemer kan je dankzij deze analyse je sterktes beter begrijpen, vaststellen wat je ontwikkeling in de weg staat en strategische beslissingen nemen om de toekomst van je onderneming op de lange termijn te garanderen.

STERKTES

- Voordeel
- Capaciteiten
- Goederen, personen
- Ervaring
- Financiële reserves
- Waardepropositie
- Prijs, waarde, kwaliteit



ZWAKTES

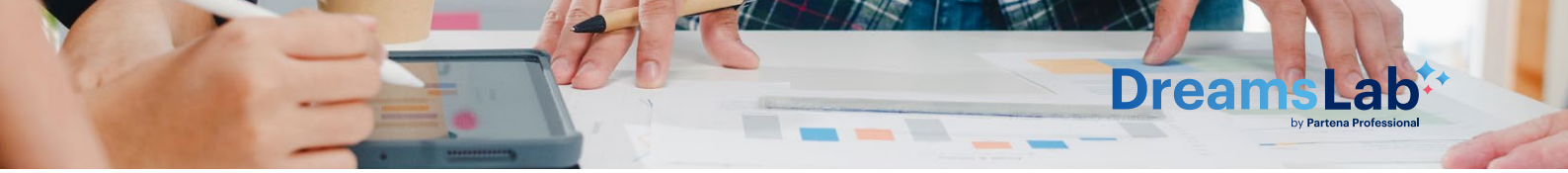
- Nadelen
- Lacune in de capaciteiten
- Cash flow
- Leveranciers
- Ervaring
- Gebieden voor verbetering
- Oorzaken van omzetverlies

KANSEN

- Gebieden voor verbetering
- Nieuwe segmenten
- Industriële trends
- Nieuwe producten
- Nieuwe innovaties
- Hoofdpartnerschap

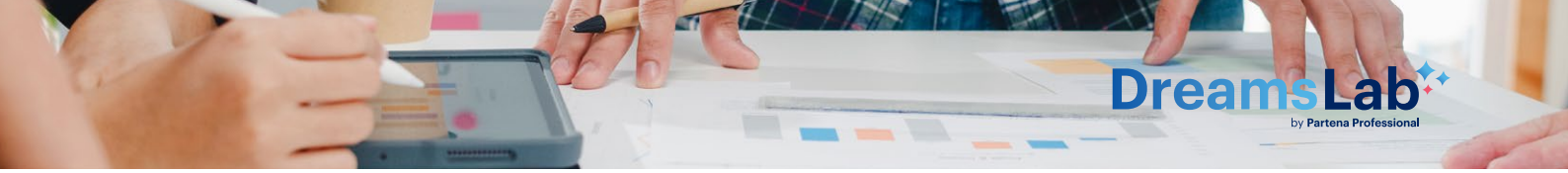
BEDREIGINGEN

- Veranderingen in de economie
- Ondervonden obstakels
- Acties van concurrenten
- Politieke invloed
- Milieu-effecten
- Verlies van sleutelpersoneel
- Marktvraag



	STERKTES	ZWAKTES
INTERN		

	KANSEN	BEDREIGINGEN
EXTERN		



KLANTSEGMENTEN

Stel een vragenlijst op en verspreid deze onder potentiële klanten om meer te weten te komen over hun profiel, verwachtingen, aankoopgewoonten en -intenties en de aantrekkelijkheid van je product. Laat je product testen om te weten wat de maximale prijs is die klanten bereid zijn te betalen voor je product, enz.

Voeg je vragenlijst en de verkregen resultaten toe (vergeet niet de steekproef op te geven).

1. Wie zijn je belangrijkste klanten?

Voor wie creëer je waarde?

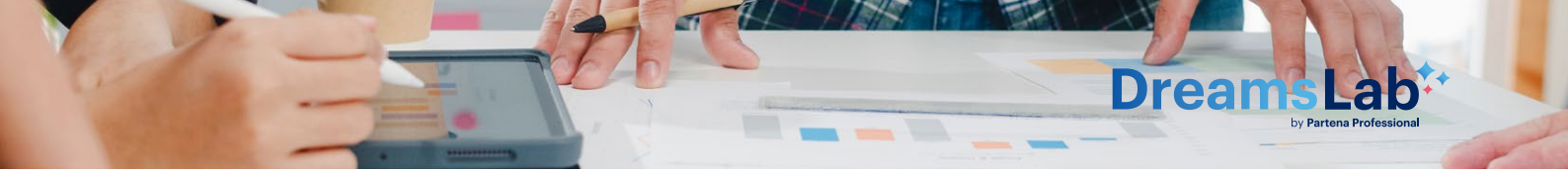
Wie is je ideale klant?

Wie zijn je niet-klanten?

Zijn je klanten B2B of B2C?

2. Beschrijf je type klant aan de hand van het persona-principe

Een persona is een fictieve weergave van je ideale klant. Dit personage vertegenwoordigt een groep klanten met vergelijkbare behoeften, gedragingen en motivaties. Het creëren van een persona geeft je een beter inzicht in wie je klanten zijn, wat ze willen en hoe je hen een aanbod kunt doen dat bij hen past.



KLANTENRELATIES

Hoe bouw je een relatie op met je klanten?

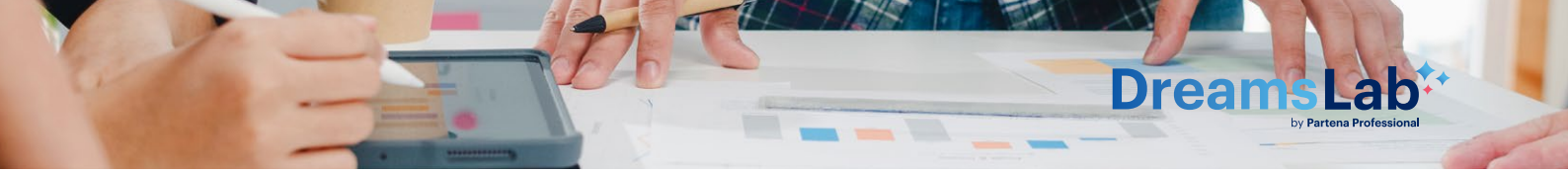
Hoe kan je relaties met je klanten onderhouden en ontwikkelen?

KANALEN

1. Distributiekanalen: Gebruikt kanaal

Hoe ga je je producten/diensten verdelen?

Vanaf welke locatie? Vermeld het adres van de maatschappelijke zetel en de exploitatiezetel.

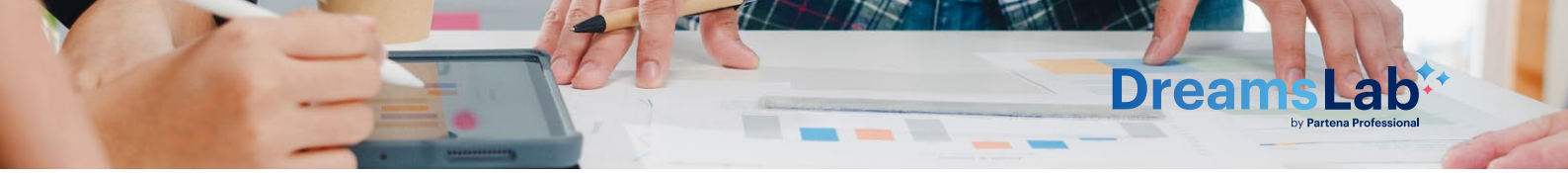


Wat is je geografisch bereik?

Wat zijn de kenmerken en troeven van deze locatie voor je onderneming?

Heb je een pand nodig voor je project? ☐ Ja ☐ Neen

Wat zijn de troeven van dit pand? Geef zoveel mogelijk informatie over het pand.



2. Communicatiekanalen

2.1. Communicatiestrategie

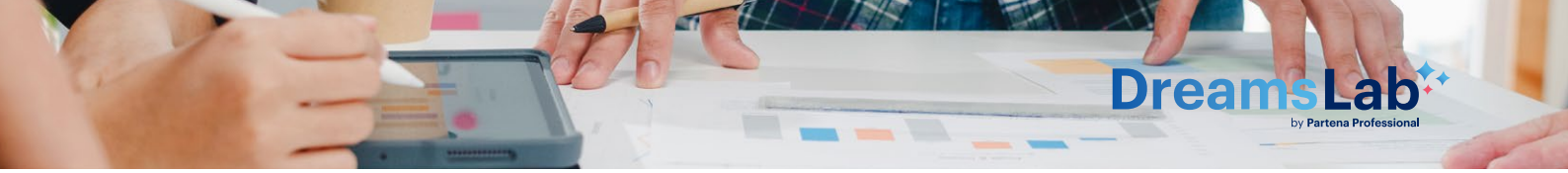
Hoe ga je jezelf promoten?

Welke communicatiemiddelen ga je gebruiken

Heb je een logo? ☐ Ja ☐ Neen

Wat is je communicatiestrategie?

Heb je een communicatiebudget?

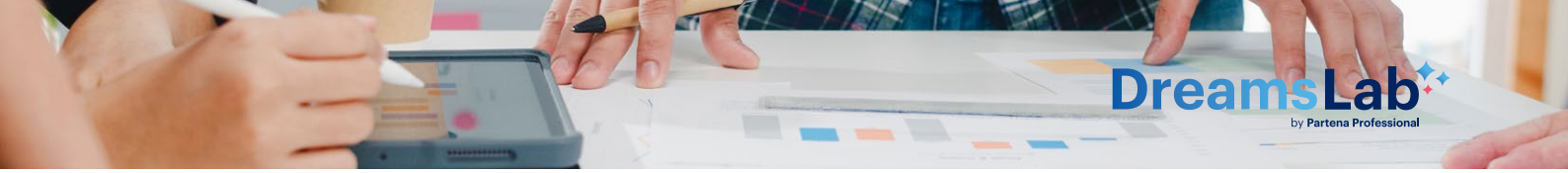


BESTAANDE OPLOSSINGEN

1. Analyse van de concurrentie

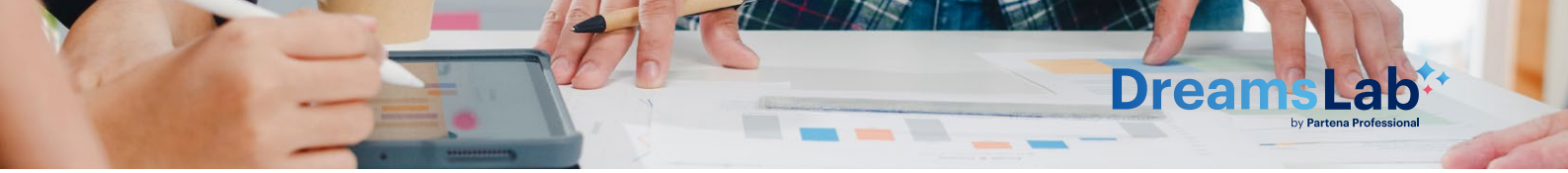
1.1. Wie zijn de spelers die al in je sector aanwezig zijn?

DIRECTE CONCURRENTIE			
	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
Wie			
Waar			
Prijs			
Kwaliteit			
Publiciteit			
Type klanten			
Reputatie			
Voordelen			
Sterktes			
Zwaktes			



1.2. Wat weet je over de indirecte concurrentie?

1.3. Hoe ga je je onderscheiden van je concurrenten?



BELANGRIJKSTE PARTNERS EN MIDDELEN

1. Over welke materiële middelen beschik je?

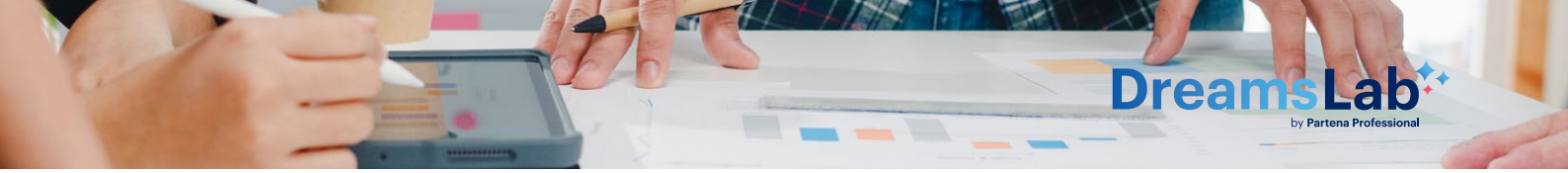
2. Het team

Heb je een boekhouder? ☐ Ja ☐ Neen

Naam : .....

Heb je een advocaat? ☐ Ja ☐ Neen

Naam : .....



3. Over welke organisatorische middelen beschik je?

Wat is je productiecapaciteit of activiteitenplafond?

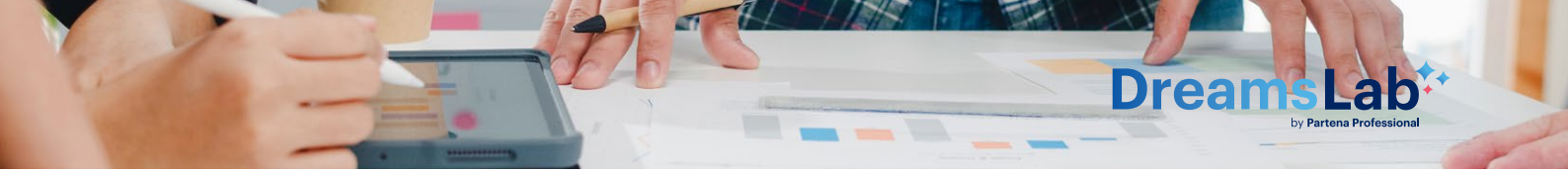
Hoeveel klanten kan je per dag ontvangen? Per week?

Hoe ziet je typische week of maand er uit?

Hoe seizoensgebonden is je activiteit? Wat zijn de piek- en dalperiodes?

Wat zijn je openingsdagen en -tijden? Heb je een jaarlijkse sluitingsperiode gepland?

Wanneer ben je van plan om vakantie te nemen?



STRATEGIE

1. Wat zijn je ambities op korte termijn (minder dan een jaar)?

2. Wat zijn je ambities op lange termijn (meer dan een jaar)?

Bedankt !



Ontwikkeling begint met de vrijheid om te proberen.
Françoise Dalle

PARTENA Ondernemingsloket vzw (erkend bij KB van 11/06/2003)
Maatschappelijke zetel: Ravensteinstraat 36, 1000 Brussel – Correspondentieadres: postbus 22000, 1000 Brussel
Tel: 02/549.74.70 - www.partena-professional.be
ONDERNEMINGSNR.: 408.661.790 - Bankrekeningnr.: 732-0048143-82 - IBAN: BE25 7320 0481 4382 - BIC: CREGBEBB