

Rabo StartProof ondernemingsplan voor Barbie Topia

Versie
Datum
Auteur

Rabo StartProof ondernemingsplan versie 1.0 voor meer informatie kijk op www.rabobank.nl/bedrijven

1 De ondernemer

1.1 Persoonlijke gegevens

Hier vult u al uw persoonlijke gegevens in. Van uzelf en uw eventuele zakenpartners.

Naam
Geslacht
Adres
Postcode
Woonplaats
Telefoonnummer
Faxnummer -
E-mailadres
Mobiel nummer
Geboortedatum
Nationaliteit
Ik heb een levenspartner
Naam partner
Geboortedatum partner
Burgerlijke staat
Ik ben getrouwd onder huwelijkse voorwaarden
Ik heb een samenlevingsovereenkomst
Kinderen
Leeftijd kinderen

Opleiding(en) VMBO klas 3
Werkervaring Horeca & paarden
Bijzonderheden -

1.2 Persoonlijke motieven

Wij willen dit plan doorzetten omdat we eigenlijk niks te doen hebben, en we met z'n tweeën geld willen verdienen. We houden wel van kinderen en willen daarom dan ook iets voor hen produceren, vandaar de barbies.

1.3 Persoonlijke kwaliteiten

Sterk	Zwak
Enthousiasme	Ongeduld
Productkennis	Niet genoeg marktkennis
Opleiding	Slecht in administratie
Managementervaring	
Commerciële ervaring	

TIP 1

Uw ondernemingsplan maakt indruk als eruit blijkt dat u serieus over uw capaciteiten hebt nagedacht -en daar consequenties uit trekt. Niemand is een perfecte ondernemer. U dus ook niet. Dat is geen bezwaar, zolang u zich daarvan bewust bent en dat eerlijk beschrijft en onderbouwt. Investeer daarom nu 15 minuten in de unieke E-Scan Ondernemerstest en toets online uw ondernemingskwaliteiten en belangrijker nog lees hoe u die het beste kunt aanvullen of verbeteren!

Doe vandaag nog een E-Scan Ondernemingstest. Het levert u altijd winst op!

E-Scan Ondernemerstest is ontwikkeld door Nederlandse wetenschappers. Doe [de E-scan](#) >>

TIP 2

Voorbeeld ondernemingsplan. Leer van anderen en kijk naar voorbeeld ondernemingsplannen
[Voorbeeld detailhandel in bovenkleding](#) >>
[Voorbeeld schoonheidssalon](#) >>

2 Het Marketingplan

2.1 De onderneming

		Extra informatie
Handelsnaam	Barbie Topia	
Inschrijvingsnummer Kvk		Kamer van Koophandel
Rechtsvorm	<i>U heeft de volgende rechtsvorm(en) gekozen:</i> <ul style="list-style-type: none">• Maatschap	Belastingdienst Notaris Kamer van Koophandel
Wie doet de administratie?	Zelf	
Tarief omzetbelasting	21%	Belastingdienst
Frequentie van betalen omzetbelasting	Per maand	Belastingdienst
BTW nummer		Belastingdienst
Leveringsvoorwaarden geregeld?	Ja	Verkrijgbaar via uw branchevereniging
Vergunningen	Ja	Overheidsloket Kamer van Koophandel
Subsidies		Subsidiewijzer Rabobank Subsidieshop Subsidies voor Export
Verzekeringen	Aansprakelijkheid Overlijdensrisico Arbeidsongeschiktheid Ziektekosten Bedrijfsschade	Verzekeringen voor startende ondernemers

TIP In de onderstaande tabel is speciaal voor uw branche het aantal ondernemingen verdeeld naar type rechtsvorm.

Doe-het-zelf detailhandel

Rechtsvorm	Aantal ondernemingen
Eenmanszaak	766
Vennootschap onder firma	718
Besloten vennootschap	1005

2.2 Idee

Wij hebben het idee om barbies te verkopen omdat ze erg populair en leuk zijn. We gaan er van uit dat we een leuk bedragje winst kunnen maken en dat we de kinderen er erg blij mee kunnen maken.

2.3 De markt

Wij willen onze barbies gaan promoten op basisscholen en op de markt. We willen kinderen en ouders enthousiast maken, wat we ook laten merken met ons gebouw. Voor de economie hoeven we niet bang te wezen, want barbies zijn altijd populair genoeg om een kind haar ouder over te halen er een voor haar te kopen. En zo duur zijn onze barbies niet, ze vallen onder een heel redelijke prijsklasse.

Doe-het-zelf detailhandel

Omschrijving

De detailhandel in de doe-het-zelfbranche kent vier typen bedrijven: bouwmarkten, breedpakketzaken, ijzerwaren- en gereedschapsspeciaalzaken en verf- en behangspeciaalzaken (vbs-zaken).

Breedpakketzaken zijn winkels met een vergelijkbaar breed assortiment als dat van de bouwmarkten, echter minder diep. Dit bedrijfstype heeft als kenmerk een verkoopvloeroppervlak van minder dan 1500 m², bouwmarkten zijn doorgaans beduidend groter.

Trends

- Toenemende samenwerking, concentratie en toenemend vloeroppervlak;
- Toenemende branchevervaging, concurrentie van en met woonzaken en tuincentra;
- Opkomst online retail op de particuliere en zakelijke markt;
- De consument vraagt naar ruime keuzemogelijkheden onder één dak en naar totaaloplossingen voor klusproblemen;
- Meer focus op de zzp-er als klant.

Kansen en Bedreigingen

- Stijgende prijzen van grondstoffen zorgen voor hogere prijzen, die wellicht maar deels kunnen worden doorberekend aan de klant;
- Ondernemers en merken moeten zich onderscheiden op andere factoren dan prijs. De klant ziet een goede prijs/kwaliteitverhouding als een gegeven;
- Assortiment en personeel bieden kans tot onderscheid. Kwaliteitsproducten, advies, service en beleving zijn belangrijke keuzefactoren voor de consument;
- Door vergrijzing, ontgroening en eenpersoonshuishoudens zijn er specifieke woonwensen en moeten woningen worden aangepast;
- Vervaging tussen branches en daardoor assortimentsverbreding;
- Verdringingsconcurrentie in en van buiten de branche;
- Schaalvergroting bouwmarkten;
- Professionalisering en samenwerking worden een must;
- Stagnering doorstroming in de woningmarkt en daling aantal verhuismomenten.

Perspectief

Gezien het lage consumentenvertrouwen en de onzekerheid in de woningmarkt blijft de consument terughoudend bij grotere investeringen. Voor 2013 wordt een daling van de omzet verwacht van 3%.

De concurrentie binnen de branche is zeer groot. Breedpakketzaken en ijzerwaren- en gereedschapsspeciaalzaken verliezen terrein op de bouwmarkten. De onderlinge concurrentie tussen bouwmarkten is echter ook groot. Veel bouwmarkten zijn weinig onderscheidend en hanteren veelal de prijs als concurrentiewapen, waardoor er weer meer druk op de marges komt. Onderscheid zou juist gevonden kunnen worden in meer toegevoegde waarde bij personeel (deskundig, behulpzaam) en assortiment (uitgebreid, uit voorraad leverbaar) en in een omnichannelstrategie.

Voor speciaalzaken en breedpakketzaken geldt in nog sterkere mate dat onderscheidend vermogen en samenwerken cruciale factoren vormen om te overleven. Een deel van de speciaalzaken richt zich nu op de professionele markt. Het deel wat zich op de particuliere markt blijft richten, zal flexibel op de consumententrends moeten inspelen en een aansprekende winkelformule moeten bieden met een bijzonder assortiment en een hoge servicegraad.

De online verkoop in de branche zal de komende jaren verder toenemen. Ondernemers moeten voor ogen hebben via welke kanalen hun klanten willen kopen/oriënteren en daar op inspelen.

Meer informatie over uw markt?

- [Centraal Bureau voor de Statistiek](#)
- [Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf](#)
- [IMK Intermediair Consulting](#)
- [Rabobank Cijfers & Trends](#)

2.3.2 Doelgroepen

Onze doelgroep is kinderen van 3 tot 10 jaar oud.

2.3.3 Concurrentie

Onze concurrenten zijn andere barbie producenten, maar gelukkig hebben wij één van de laagste prijzen, de leukste winkel en een makkelijke vesting plaats. Dus zo heel erg bang moeten we niet wezen dat we verslagen worden, want wij zijn gewoon cool.

TIP In de onderstaande tabel is speciaal voor uw branche het aantal bedrijven verdeeld naar gemeente, provincie en totaal.

Doe-het-zelf detailhandel

Aantal vestigingen in Terneuzen	9
Aantal vestigingen in Zeeland	69
Aantal vestigingen in Nederland	3165

2.4 Bedrijf en product in de markt

Wat wij ook doen om onze klanten tevreden te houden, is ze wat te drinken en een zitplaats aanbieden. We zorgen dat onze barbies van goede kwaliteit zijn en wel tegen een stootje kunnen. Ook zijn we heel erg klantvriendelijk. Als je een barbie bij ons koopt van meer dan €35,- krijgt uw kind er een gratis speeltje bij, dit kunnen stickers zijn maar ook kleine poppetjes die je zelf in elkaar moet zetten.

Intern (uw bedrijf)		Extern (de markt)	
Strength (sterktes)	Weakness (zwaktes)	Opportunities (kansen)	Threats (bedreigingen)
<i>Flexibiliteit</i>	<i>Klein (dus kwetsbaar)</i>	<i>Groeiende markt</i>	<i>Veel concurrentie</i>
<i>Unieke productcombinatie</i>	<i>Onbekend met markt</i>	<i>'Hot item' in de media</i>	<i>Gratis aanbieders</i>

2.5 De marketing mix

Wij gaan de markt zelfverzekerd te lijf, en laten ons niet beduvelen en afschrikken door concurrenten.

2.5.1 Product

Ons producten zijn barbies, ze bestaan uit plastic en hebben veel leuke accessoires bij zich.

2.5.2 Prijs

Onze prijs is een hele aantrekkelijke, voor bijvoorbeeld een uitgebreide barbie kapsalon, met verf en al, rekenen wij maar €36,50! Bij een ander barbie bedrijf kosten zulke barbies al gauw rond de €50,-

2.5.3 Plaats

Wij vestigen onze barbie winkel in Terneuzen, midden in Zeeland en makkelijk bereikbaar.

2.5.4 Promotie

Wij promoten onze producten door middel van mond op mond reclame en flyers.

2.5.5 Personeel

Wij hebben geen personeel in dienst, maar doen alles zelf. Hooguit nemen wij een schoonmaakster aan.

Wij zijn van plan onze onderneming te starten met 2 personen.

2.6 Doelstellingen

2.6.1 Kwantiteit

Wij kunnen nog niet vaststellen hoeveel winst we gaan maken, we kunnen alleen zeggen dát we winst gaan maken.

2.6.1 Kwaliteit

Heel veel ervaring hebben we hier niet in, maar we zijn beiden sterke meiden met doorzettingsvermogen. Dat komt dus helemaal goed.

3 Het Financieel Plan

TIP Dubbelklik op de tabel om de cijfers in Excel in te vullen.

3.1 Investeringsplan

Voorraad	€ 5.000,00
Debiteuren	€ 300,00
Aanloopkosten	€ 875,00
Voorfinanciering BTW	€ 2.225,00
Waarborgsom / Bankgarantie	€ 1.500,00
Kasgeld	€ 500,00
Onvoorzien	€ 1.000,00

Totaal vlottende activa	€ 11.400,00
--------------------------------	--------------------

Totaal Investering	€ 65.150,00
---------------------------	--------------------

Bijvoorbeeld kosten voor promotie, notaris, opening, briefpapier
Indicatie: 19% over totale investering

Indicatie: 10% van totale investering

3.2 Financieringsplan

3.3 Exploitatiebegroting

Hoe zien mijn opbrengsten en kosten er de eerste 3 jaar uit?

Exploitatiebegroting

	1e jaar	2e jaar	3e jaar
Omzet (excl. BTW)			
Inkoopwaarde van de omzet Werk door Derden			
Bruto winst	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Kosten			
Personeel			
Huur			
Gas, Water, Licht			
Verkoop / Promotie			
Vervoer			
Afschrijving			
Accountant			
Rente			
Verzekeringen			
Algemeen			
Totale kosten	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Bruto Bedrijfsresultaat	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Af te dragen winstbelasting			

Grove indicatie: Vaste activa / 5

Indicatie: voor BV 35% van Bruto Bedrijfsresultaat

Kengetallen

Doe-het-zelf detailhandel

Omzet per fte x € 1000	226
Brutowinst per fte x € 1000	84
Loonkosten in % brutowinst	34.2

Bron: Rabobank

Resultatenrekening (% van de omzet)

Doe-het-zelf detailhandel

Inkopen	62.8
Werk derden	0.1
Brutowinst	37.1
Overige opbrengsten	0.3
Totaalkosten	31.6
loonkosten	12.7
overige kosten	8.3
afschrijvingen	2.7
financiële lasten	2.5
Bedrijfsresultaat	5.8

Bron: Rabobank

3.4 Liquiditeitsprognose

	<i>januari</i>	<i>februari</i>	<i>maart</i>	<i>april</i>	<i>mei</i>	<i>juni</i>	<i>juli</i>	<i>augustus</i>	<i>september</i>	<i>oktober</i>	<i>november</i>	<i>december</i>
Inkomsten												
Ontvangsten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BTW ontvangsten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale inkomsten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Uitgaven												
Inkoopwaarde	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Werk door Derden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Personeel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Huur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gas, Water, Licht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Verkoop / Promotie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vervoer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Accountant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Verzekeringen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Privé-opnamen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Algemeen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BTW afdracht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale uitgaven	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kasgeld	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Wijzigingen liquide middelen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo liquide middelen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Aanvragen adviesgesprek starters

Het starten van een eigen onderneming is een grote stap. We bieden diverse online hulpmiddelen die u op weg helpen bij de start van een eigen bedrijf. Daarnaast begrijpen we dat u de behoefte heeft aan persoonlijk advies. Onze adviseurs bespreken graag met u welke producten en diensten voor u interessant zijn.

[Neem contact op met uw eigen bank voor advies](#)

