



Dragon1 Ondernemerschap

Verbeterplan

Auteur: Mark Paauwe

Email: mark.paauwe@dragon1.com

Versie: 3.6c

Datum: 15 January 2022

Engels: <https://www.dragon1.com/downloads/dragon1-entrepreneurship.pdf>

Nederlands: <https://www.dragon1.com/downloads/dragon1-ondernemerschap.pdf>

Introductie

Dit document is van nut voor elke ondernemer, maar het is speciaal gemaakt voor onervaren en startende ondernemer. Zit je vast in je businessmodel of zie je geen uitweg uit je businessprobleem, dan is het ook handig om te lezen. Het helpt je om een betere en modernere ondernemer te worden. Je hebt meer controle over je succes en je ziet nieuwe kansen. Je maakt meer winst als je in jezelf investeert. Verbeter minimaal 4 uur per week je vaardigheden via opleiding of training. Doe je dat niet, dan doet je concurrent het wel!

Ondernemerschap is 1) zakelijke kansen zien/ontdekken, 2) zakelijke kansen omzetten in oplossingen en 3) waarde creëren voor klanten (dwz een zakelijk probleem voor je klant beter oplossen dan je concurrent doet).

MERK – NAAM – LOGO – WEBSITE – PLAN – PLANNING – TEAM – CONTINU VERBETEREN

Om dit te kunnen doen is het verstandig veel weten over je markt (dat zijn de persona's van de doelgroep) die je met je product, dienst of oplossing wilt betreden. Je kunt het beste een sterk merk bouwen met een sterke naam, logo en website/webshop. Probeer een sterk team te bouwen, je medewerkers intensief opleiden. Voortdurend verbeteren. Probeer een plan te maken en een planning uit te voeren. Zonder merk, plan, planning of team komt er vaak veel in beweging. Met een merk, plan, planning en een team dat voortdurend verbetert, kan elke steen, groot of klein, worden verplaatst. Wees niet bang om als ondernemer fouten te maken, maar leer wel zoveel mogelijk van die fouten.

"Wees betekenisvol en succesvol met je bedrijf door een merk te bouwen in plaats van alleen een bedrijf" - Mark Paauwe

Je bedrijf kan het best voortdurend mee veranderen met de constant veranderende wereld. Prospects en klanten volgen je dan eerder. Mensen blijven veel beter en langer bij bedrijven met een sterk merk. Als je merk sterke oplossingen biedt die resoneren met de doelgroep, steven je af op succes.

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



Oplossingen ipv Losse Producten en Diensten

Tegenwoordig bieden steeds meer bedrijven integrale oplossingen aan, aan klanten of gebruikers. Een oplossing is een combinatie van gebundelde producten en diensten/pakketten om een zakelijk probleem van klanten of gebruikers aan te pakken. Bijvoorbeeld:

Mobiliteitsoplossingen helpen klanten met hun mobiliteitsproblemen. Het aanbieden van taxiriten als service samen met een app waar een klant een taxi kan bestellen, kan gezien worden als een mobiliteitsoplossing.

Tegenwoordig hebben we veel nieuwe energieoplossingen (zoals windturbines en zonnepanelen) en agribusiness-oplossingen (zoals aquaponics en insectenteelt) vanwege nieuwe productie- en IT-technologieën.

Oplossingen maken het gemakkelijker om samen te werken met zakelijke partners en producten en diensten van 2 of meer bedrijven te combineren.

Waarom niet agrotourisme overwegen? <https://www.discover-suriname.com/downloads/agritourism.pdf>

Sociaal Ondernemen ipv alleen Commercieel Ondernemen

In de samenleving zijn steeds vaker problemen die niet zomaar zijn op te lossen. Armoedebestrijding los je bijvoorbeeld niet op met voedselpakketten alleen of door 1% procent van je omzet te doneren aan goede doelen. Wil je als ondernemer meer doen dan dat, dan is wellicht sociaal ondernemen iets voor jou?

Steeds meer ondernemers vinden dat ondernemen niet alleen draait om winst maken. Men wil bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke en sociale problemen. Dat betekent niet dat je geen geld hoeft of kunt verdienen. Een sociaal ondernemer heeft een sociaal product of dienst met een businessmodel en als onderdeel daarvan een verdien model.

Maar hoe doe je dat: Sociaal ondernemen?

Vaak is het een kwestie van een infrastructuur of voorzieningen bedenken en realiseren waar een grote groep van gebruik kan maken tegen lage kosten.

Steeds meer commerciële ondernemers doen aan ook sociaal ondernemen. Ze ruimen in hun bedrijf een plek in waar ze een groep jongen mensen de kans geven hun eigen bedrijf te starten. Deze groep gaat dan de infrastructuur of voorzieningen ontwerpen en bouwen. Vervolgens gaat men iteratief met veel klantinteractie de producten en diensten continu fijn slijpen op de behoefte van de klanten.

Ook zijn er ondernemers die een werkgelegenheidsproject opstarten waarbij ze een bedrijfsactiviteit of werkplaats op een andere plek (dat kan zelfs een ander land zijn) opstarten waarbij de nieuwe werknemers meer begeleiding en training nodig hebben en krijgen. De ondernemer maakt nog steeds winst, terwijl de marges kleiner zijn.

Een vraag die je jezelf als ondernemer kunt stellen is: als je voor meer en eerlijke werkgelegenheid kan zorgen, met een lagere winstmarge, waarom zou je dat dan niet doen? Dit gezien het feit dat sociaal ondernemen heel veel voldoening geeft!

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



Lees ook:

<https://www.uschamber.com/co/start/startup/what-is-social-entrepreneurship>

<https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/innovatie/duurzaam-ondernemen/sociaal-ondernemen-werken-met-een-missie/>

Branding (via een Niche)

Een merk is een naam, term, ontwerp, symbool of ander kenmerk dat het goed of de dienst van een verkoper onderscheidt van die van andere verkopers. Starbucks bezit bijvoorbeeld hun kleur groen. Als je die kleur ziet, proef je al een cafe latte.

Belangrijk is om je te positioneren in de hoofden van je klanten of opdrachtgevers. Dat kan of MOET je doen door een niche (binnen een niche) te vinden of te creëren: een nieuwe categorie bouwen binnen een markt(segment) OF proberen ergens beter of de beste in te worden in een markt(segment). Omdat de niche op een andere manier jouw USP is! Bijvoorbeeld: eco T-shirts met handbeschilderde exotische vogels of uitgestorven vlinders.

De grote merken in de wereld zijn vaak het resultaat van hard werken, goed nadenken, beslissingen nemen, focussen op wat te doen en wat te laten. Ook hun klanten slim belonen als ze naar de winkel komen of kopen.

Hieronder ziet u een aantal voorbeelden van grote merken. Denk aan wat ze hebben gedaan: hebben ze een niche gevonden of zijn ze de beste in hun markt of beide?

Brand	Solution	Brand Message / Brand Promise	Value Proposition
Starbucks	Coffee Take away with snacks (Coffee Drinking shop / Take Away)	The third place to be with your friends and colleagues between home and work	Creating an intimate moment with friends or yourself to relax and enjoy
McDonalds	Dining and Birthday party solutions for people with young kids & lovers (Fast Food restaurant)	I'm Lovin' it	Food of a constant quality that is served quickly and consistently across the globe
Apple	Communication Solutions	Using apple products make you feel better	- To make your everyday life easier (with handy apps on your phone) - The experience IS the product (iPhone)
Coca-Cola	Refreshment solutions (Coca-Cola is the world's largest distributor and producer of soft drink concentrates and syrups.)	Refreshing the world	Coca-cola sells "happiness" and "joy" in a bottle.
Facebook	Social networking solution (a microblogging website)	Connect with your friends	A social utility that helps people communicate more efficiently with their friends, family and coworkers.
Nike	Footwear Solutions (Customizable Running Shoes)	Just do it	Offering accessibility, innovation, customization, and brand/status to customers

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



HelloFresh	Cooking Food Solution (A Meal Box Delivery Service)	A comfortable, time- and food saving, healthier alternative to supermarkets	Save time and thus money if you are busy and prevent waste of food. Make cooking together more fun.
Subway	Breakfast and lunch solutions	Eat Fresh	Subway deliver healthy and fresh sandwiches and provides customers with a large variety of healthy options

Waarom zou u geen foodtruck overwegen die groente moothies en fruitsnacks buiten bij sportscholen of aan toeristen klanten serveert?

NB: bedrijven hebben vaak meer dan één waardepropositie en dat de eerste waardepropositie zichzelf zal ontwikkelen na minstens 6 maanden van alleen het verkopen van producten en diensten aan klanten of klanten en het constant verbeteren van het product of de dienst (bijv. Starbucks begon met het verkopen van hoogwaardige geroosterde bonen). Dus het maken van een pitchdeck zonder 6 maanden geprobeerd te hebben een product of dienst te verkopen, kan veel te vroeg en niet zinvol zijn.

Zoek alle oplossingen, merkboodschappen en waardeproposities van deze grote merken zelf op op internet. Je zult er veel van leren.

NB: Veel van de grote merken hebben experimenten gedaan en fouten gemaakt op het gebied van marketing, verkoop en productontwikkeling. Maar ze leerden er snel van en verbeterden er meteen hun marketing, sales en productontwikkeling mee. Zorg ervoor dat u hun fouten op internet opzoekt en er ook van leert. Misschien ontdekt u een zakelijke mogelijkheid voor u door dat te doen.

Voorbeeld Business Model van Hello Fresh



www.hellofresh.com

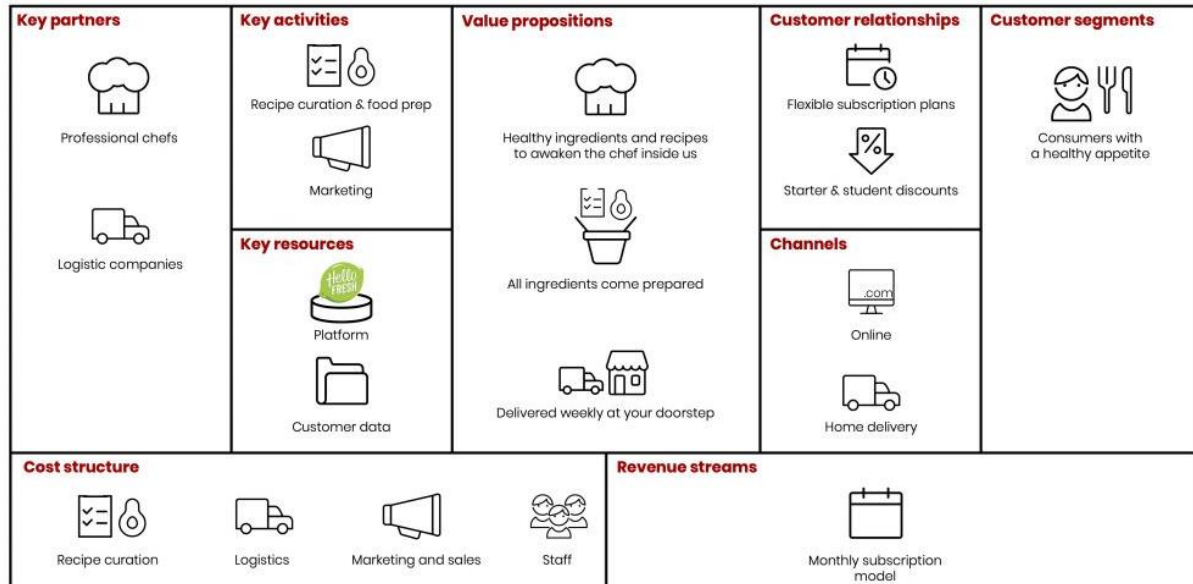
€1.80 miljard (2019), Aantal medewerkers: 4,276 (2018), <https://en.wikipedia.org/wiki/HelloFresh>

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



Hieronder staat een diagram van het businessmodel van HelloFresh:



Hier lees je wat er mis ging met de merkpositionering van HelloFresh:

<https://www.entrepreneur.com/article/298102> en hoe ze het hebben opgelost.

Hier zijn lessen in branding: <https://bughuntersam.com/lessons-in-branding-hellofresh/>

Ook erg interessant: <https://postfunnel.com/5-key-lessons-from-starbucks-recent-rebranding/>

En deze: <https://coschedule.com/blog/starbucks-marketing-strategy/>

Belangrijke les: een merk bouwen is nooit af. Werk er elke dag aan.

Vragen / Checklist

Onderstaande vragen helpen u om goed na te denken over je eigen onderneming of bedrijf en om beslissingen te nemen. De vragen zijn gericht op: wat weet je echt, wat heb je gedaan en wat ben je bereid te doen om echt geld te verdienen met je bedrijf of onderneming? Als je een vraag niet begrijpt, kijk dan even op internet voor meer uitleg.

Beantwoord de volgende vragen naar waarheid (of beter: doe wat ze inhouden) en je vergroot de kans om als ondernemer veel meer geld te verdienen en een investering te krijgen:

1. Wat voor soort specifieke problemen los je graag op, en wat voor soort specifieke oplossingen wil je bieden voor wat voor soort specifieke klanten? En ben je in staat om dat te doen? Een bedrijf gaat over het oplossen van problemen en het bieden van oplossingen voor klanten en opdrachtgevers. Het gaat in principe niet om het oplossen van je eigen problemen of bieden van oplossingen voor jezelf.

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



2. Waarom zijn anderen niet beter dan jij in het oplossen van dit soort specifieke problemen of het bieden van dit soort specifieke oplossingen?
3. Beschik je over voldoende feitelijke kennis en vaardigheden om de problemen op te lossen en de oplossingen (op een moderne manier) te bieden? Heeft je bedrijf voldoende capaciteiten, technologieën en oplossingen om dat te doen? Wat heb je tot nu toe gedaan om dat te verbeteren? Hoe belangrijk vind je dat?
4. Weet je hoe je een kenniskaart, vaardighedenkaart of opleidingskaart voor jezelf, je bedrijf en je medewerkers kunt maken om zwakke punten en kansen op kennis, vaardigheden, capaciteiten, technologieën en oplossingen te meten en te verbeteren?
5. Weet je genoeg over blending en fusie van industrieën? Een landbouwbedrijf kan ecotoerisme integreren voor meer inkomsten. Een toeristisch bedrijf kan eco-fashion integreren in plaats van gewone merchandise voor meer inkomsten. Een modebedrijf kan plantaardige catering, horeca en eco-educatie integreren voor meer inkomsten. Een horecazaak kan mode, ecotoerisme en onderwijs integreren, enz... Wat heb je hierop geprobeerd?
6. Hoeveel uur per week ga je reserveren om je kennis en vaardigheden op het gebied van ondernemerschap te verbeteren? Op welke dagen ga je dat inplannen? Hoeveel uur per week besteed je momenteel aan opleiding en training met certificering of het lezen van vakliteratuur, het verbeteren van je kennis en vaardigheden?
7. Hoe belangrijk vind je het om de Engelse taal te beheersen om een succesvolle ondernemer te zijn?
8. Ben je goed genoeg in het lezen, schrijven en spreken van Engels? Hoe oefen jij je Engels?
9. Weet jij als ondernemer de redenen om een businessplan of projectplan te schrijven? Weet jij wat de structuur of bouwstenen zijn van een businessplan of projectplan? Weet je een documentsjabloon en gedetailleerde voorbeelden te vinden op internet?
10. Ken je het verschil tussen een plan en een planning? Heb je vorige maand een planning gemaakt hoe je deze maand 15.000 EURO gaat verdienen? Weet je wat er nodig is om 150.000 euro per maand te verdienen? Wat zijn je prioriteiten om het te doen? Welk team heb je nodig om de planning uit te voeren? Welke vaardigheden en kennis moeten jij en je teamleden opdoen om de planning te kunnen uitvoeren? En daarmee de omzet en winst voor deze maand realiseren?
11. Weet je hoe belangrijk het is om het bedrijf niet alleen te runnen, maar met een team? Heb je ooit een voetbalteam gezien waar de trainer over het veld rent en probeert elf spelers tegelijk te zijn?
12. Weet je dat je vrijwel elke slechte houding of gedrag van teamleden of medewerkers aankunt met goede communicatieve vaardigheden van je, medewerkers meer opleiden in kennis, vaardigheden, motivatie en discipline? Heeft u een plan en planning voor het verbeteren van vaardigheden, kennis en houding van teamleden en medewerkers in je bedrijf? Waarom denk je dat grote wereldwijde merken hier veel aandacht aan besteden?
13. Beschik je als ondernemer over voldoende vaardigheden om Word, Excel en PowerPoint of alternatieven te gebruiken voor het schrijven van een businessplan, investor pitch en het maken van financiële bijlagen bij je businessplan (zoals kostenberekening, cashflow en winstderving)?
14. Heb je u een zakelijke bankrekening om USD en EURO te betalen en te ontvangen? Heb je een creditcard, bijvoorbeeld om een websitedomein te kopen via godaddy.com (of alternatieven) of je website te bouwen via wix.com (of alternatieven)? Beheer jij je salesfunnel via hubspot.com (of alternatieven)? Beheer je je financiën en boekhouding online (bijvoorbeeld met (o.a. exact.com). Heb je een smartphone met WIFI/internet?

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



15. Als je niet over de vaardigheden beschikt om al het bovenstaande te doen of te organiseren, wat bent u dan van plan om als ondernemer deze vaardigheden te verwerven?
16. Hoe belangrijk is het volgens jou om constant feedback te krijgen van prospects, klanten of klanten op je product, dienst en oplossing en die te gebruiken om deze te verbeteren?
17. Hoe belangrijk is het volgens u om een website te hebben en wat is de URL van je website?
18. Wat is de kleur van je hoofdmerk? Hoe helpt het je om je merk op te bouwen?
19. Hoe ziet je logo eruit? Wat vertelt het of zegt het? Hoe helpt het je om je merk op te bouwen?
20. Wat heb je zelf gedaan om te leren en te begrijpen hoe je een domeinnaam en een 1-pagina website kunt krijgen?
21. Hoeveel weet jij over het starten van een bedrijf en ondernemen. Controleer bijv. www.kvk.nl. Als buitenlander is het niet zo moeilijk om in Nederland een bedrijf te starten.
22. Hoe doe jij aan permanente educatie? Wat studeer je, welke boeken lees je en welke trainingen en certificeringen volg je in nieuwe technologieën zodat je je producten en oplossingen slimmer kunt maken voor je klanten?
23. Heb je een businesscoach? Dat is een goede zakenvriend die meer dan 1 miljoen USD per maand verdient met zijn of haar bedrijf. Stop niet met zoeken als je nog geen businesscoach hebt.
24. Als iemand je een advies geeft, hoe belangrijk is het dan dat hij of zij het advies kan onderbouwen met een eigen trackrecord?
25. Wat is je belangrijkste product of dienst?
26. Wat is je (type) oplossing? (de combinatie van product en diensten die helpt om een aspect van de business van je prospects/klanten/klanten te verbeteren? Is het een mobiliteitsoplossing? Een verkoopoplossing? Een energieoplossing? Een HR-oplossing? Wat is het?
27. Wat is je doelgroep?
28. Wat is een persona van je doelgroep?
29. Hoe zorg je ervoor dat je doelgroep op de hoogte is van je product, dienst of oplossing?
30. Welk percentage van je doelgroep is geschoold in je product, dienst of oplossing?
31. Wat is je businessmodel (schrijf in één zin op)?
32. Welke waarde creëer je voor je klanten of opdrachtgevers? Ergo, wat is de belangrijkste reden dat klanten of klanten jouw oplossing kopen en niet die van een concurrent? wat is je pitch? (in één zin opschrijven)?
33. Waar komt je kennis over de business van je prospects, klanten of klanten vandaan?
34. Hoe verbeter en actualiseer je die kennis voortdurend? Doe je dat ook daadwerkelijk?
35. Wat zijn de huidige of verwachte maandelijkse kosten van je bedrijf?
36. Wat is de huidige of verwachte maandelijkse omzet van je bedrijf?
37. Wat is de huidige of verwachte maandelijkse winst (omzet-kosten) van je bedrijf?
38. Wie zijn je concurrenten?
39. Welke oplossingen (een combinatie van producten en diensten) bieden zij aan je prospects/klanten/klanten?
40. Wat besteden je prospects/klanten/klant maandelijks of jaarlijks aan deze oplossingen/
41. Wat heb je tot nu toe gedaan om ervoor te zorgen dat een prospect in je markt bekend is met je oplossing? Hoe heb je ze opgevoed?
42. Wat is er nodig om 1 miljoen USD per maand te verdienen met je oplossing? Kan dat überhaupt?
43. Met welke zakenpartners zou je een samenwerking kunnen aangaan om gebruik te maken van de relaties die ze hebben met hun klanten en opdrachtgevers?
44. Hoe kun je geld verdienen aan import en export van je oplossingen, producten en of diensten? Vaak zien ondernemers de mogelijkheden van import, export en re-export over het hoofd.

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



45. Hoe kun je je markten verbreden? Stel dat je product, dienst of oplossing geschikt is voor branche of sector, hoe breidt u dat uit naar andere bedrijven?
46. Ben jij dagelijks bezig met leadgeneratie? Stop daar nooit mee!
47. Wat heb je de afgelopen 6 maanden gedaan om een lijst op te bouwen van 100 geïnteresseerden in jouw product of dienst? Heb je dat opgeschreven in een document?
48. Heb je een lijst van 100 prospects? Waarom stel je die niet op?
49. Wanneer heb je ze gecontact of wanneer ben je van plan dat te gaan doen?
50. Wanneer heb je ze een voorbeeld van je oplossing laten zien of een demo van je product of dienst gegeven?
51. Wat was hun feedback op je oplossing, product of dienst? Wat vonden ze van de prijs/kwaliteit verhouding?
52. Wat heb je het meeste geleerd van het betrekken van klanten of klanten met een voorbeeld of demo van je oplossing en het krijgen van feedback van hen?
53. Wat heb je met die feedback gedaan? Heb je je product ermee verbeterd?
54. Wat is je product-roadmap? Welke verbeteringen ga je aanbrengen aan je product, dienst of oplossing?
55. Wat zijn je 10 droom prospects/klanten/klanten?
56. Als we het ze morgen vragen, wat weten en zeggen ze dan over jou, je bedrijf en je oplossing?
57. Heb je overwogen om 100 voorbeelditems van je product te produceren en deze naar het buitenland te sturen naar potentiële klanten om hun feedback te krijgen?
58. Wat motiveerde jou om ooit je bedrijf te starten of je product of dienst te ontwikkelen?
59. Hoe kunt je je bedrijf opschalen?
60. Heb je een SWOT-analyse gemaakt?
61. Hoe goed ken je je bedrijfsfinanciën: kostenberekeningen? geldstroom? Verlies? Als je een pitch of businessplan voor investeerders maakt, moet je hiervan goed op de hoogte zijn.
62. Heb je een overzicht van je kernbedrijfsprocessen en voor elk kernbedrijfsproces een processtroomschema? Hoe belangrijk vind je het om je bedrijfsprocessen gedocumenteerd te hebben?
63. Heb je een vast moment op de dag (een uur) om aan business development te doen? Jouw persoonlijke business development uur?
64. Heb je een business development plan waarin je met activiteiten schetst hoe je je plan gaat realiseren en met wie?
65. Denk je dat je zonder een verbeterplan en planning voor je bedrijf kunt?

De vragen leiden er toe om op enig moment met 10 slides een slim pitchdeck te kunnen maken voor investeerders.

Pitch Deck-onderwerpen (en antwoorden op vragen)

Pitch Deck Slide	Vraag om te beantwoorden op de slide
1. TITEL	Wat zijn je contactgegevens?
2. KANS (OPPORTUNITY)	Wat is de zakelijke kans die u ziet? Wie heeft welk zakelijk probleem en hoe problematisch is het?
3. WAARDEPROPOSITIE	Hoe los je het zakelijke probleem op en waarom is het beter dan de concurrentie?
4. OPLOSSING, PRODUCT / DIENST	Welke concepten, technologieën, producten en/of diensten zijn de magie achter je oplossing? Maak een diagram
5. STRATEGIE KAART	Wat is je identiteit (ben je een snackbar of een restaurant dat eten verzorgt?), visie (visie op de toekomst) en missie (taakvervulling)

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



6. BEDRIJFSMODEL	Hoe produceert of levert u je product, dienst of oplossing? Wat is je inkomstenstroom? Maak een canvasdiagram voor een bedrijfsmodel
7. GO-TO-MARKET PLAN	Hoe ga je ervoor zorgen dat iedereen weet dat je bestaat? Hoe ga je de markt informeren? Hoe ziet je leveringsketen of logistiek eruit?
8. CONCURRENTIE ANALYSE	Wie zijn je concurrenten en waarom hebben ze succes en hoe en wanneer gaan ze ze verslaan?
9. MANAGEMENT TEAM EN PARTNERS	Wie maakt deel uit van jouw dreamteam? Naam oprichters, raad van bestuur, medewerkers, raad van adviseurs, investeerders en partners. En benadruk hun kennis, expertise en netwerk
10. FINANCIËLE PROJECTIES ENM KERNGETALLEN	Wat zal je liquiditeit, cashflow, omzet zijn voor de komende 12 tot 36 maanden? Hoe meet je of het een succes is? Welke belangrijke statistieken gebruikt u?
11. HUIDIGE STATUS, PRESTATIES TOT NU TOE, TIJDSLIJN EN UITGAVE VAN BUDGETTEN, GEBRUIK VAN FONDS	Wat heb je tot nu toe gedaan en bereikt? Stel dat u een budget heeft of een investering krijgt, hoe gaat u dat besteden?

Als ondernemer is het altijd slim om een PowerPoint-presentatie als Pitch Deck en een video van 1 minuut te maken met je waardepropositie. Het houdt je scherp, of je nu wel of geen financiering wilt krijgen van een investeerder. Doe dit minimaal jaarlijks om te zorgen dat je blijft innoveren.

Voor vragen of advies om een betere ondernemer te worden, suggesties voor zakelijke kansen of het verbeteren van je businessmodel, neem contact op met Dragon1 (zie website).

Waardeproposities

Om als bedrijf succesvoller te zijn, is het essentieel om je werkelijke waardepropositie te kennen en deze na te leven (en te documenteren).

Een waardepropositie is een eenvoudige verklaring die samenvat waarom een klant voor je product of dienst zou kiezen. Het communiceert het duidelijkste voordeel dat klanten ontvangen door u hun bedrijf te geven. Elke waardepropositie moet de uitdaging van een klant aanspreken en pleiten voor je bedrijf als de probleemoplosser.

Een waardepropositie is een belofte van waarde die moet worden geleverd, gecommuniceerd en erkend. Het is ook een overtuiging van de klant over hoe waarde zal worden geleverd, ervaren en verworven. Een waardepropositie kan van toepassing zijn op een hele organisatie, of delen daarvan, of klantaccounts, of producten of diensten.

Een echt waardevol voorstel stelt u voor aan potentiële kopers en helpt u een sterke eerste indruk te maken. Uw waardepropositie moet beschrijven: hoe je product of dienst problemen oplost/verbetert, welke voordelen klanten kunnen verwachten en waarom klanten bij u zouden moeten kopen in plaats van je concurrenten.

Meer Voorbeelden van Waardeproposities

In het begin van dit document zag je al voorbeelden van waardeproposities, hier volgen meer voorbeelden:

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



AirBnB	Airbnb bestaat om een wereld te creëren waarin iedereen overal bij kan horen, door gezond reizen te bieden dat lokaal, authentiek, divers, inclusief en duurzaam is
Uber	De slimste manier om je te verplaatsen
Apple iPhone	De ervaring IS het product
Levi's	De originele authentieke Amerikaanse jeans
Google	Voor gebruikers: een gratis zoekmachine voor miljarden gebruikers over de hele wereld. Voor bedrijven: gerichte op tekst gebaseerde advertenties
Barbie	Meisjes inspireren zodat ze weten dat "je alles kunt zijn"
ASML	We bieden chipmakers hardware, software en diensten om patronen op silicium in massa te produceren, waardoor de waarde van een chip wordt verhoogd en de fabricagekosten worden verlaagd.
PowerBI	Bied hoogwaardige selfservice-analyse aan iedereen die Excel weet te gebruiken

Planning

Voor Business Development Planning

Als ondernemer doet u er goed aan altijd een bijgewerkt ondernemingsplan hebben.

Als je nog geen businessplan hebt, begin er dan vandaag nog een te maken.

Als je je ondernemingsplan wel hebt, moet je je bedrijf opbouwen zoals in dat plan staat.

Met andere woorden, je gaat je businessplan omzetten in een business development planning.

Deze planning is onderdeel van het ondernemingsplan en laat zien hoe u als ondernemer stap voor stap het plan gaat uitvoeren om de doelen te realiseren.

Zorg ervoor dat alle activiteiten in deze planning op de een of andere manier terug te vinden zijn in je businessplan.

Denk goed na over HOE je iets gaat doen. Wees zo specifiek mogelijk bij het opschrijven van de activiteiten in het schema.

Ondernemers die een planning hebben, verspillen geen tijd aan zaken die hen niet dichterbij hun omzetdoelen en groeidoelen brengen.

Ondernemers die een planning hebben verdienen in de regel meer geld en groeien sneller mee met hun bedrijf.

Tip: Doe eerst de activiteiten die je moeilijk vindt. En probeer ze gemakkelijker te maken door ze op te delen in deelactiviteiten en ze op internet te onderzoeken.



Voorbeeld van het aantrekken van je doelgroep. Effectieve berichtgeving op borden verhoogt je omzet!

Hieronder volgt een voorbeeld van een business development planning voor een ondernemer.

Datum	Locatie	Wie	Activiteit	Deliverable	Doorlooptijd	Deadline (Prioriteit)	% gereed	Opmerkingen
14 dec 2020	Kantoor	<de ondernemer>	Inplannen in outlook agenda van een dagelijkse business development uur, waarbij je aan je plan en planning werkt. En plan ook een dagelijkse wandeling in van 15 minuten waarin je op straat loopt, om je heen kijkt naar wat iedereen doet en hoe iedereen doet. Bestudeer elke dag op jouw manier het gedrag van mensen en probeer te leren van wat je ziet.	Ingepland item in agenda	10 minuten	14 dec 2020	0%	Dit zorgt ervoor dat je elke dag aan je bedrijf (en dus je droom) bouwt.
15 dec 2020	Bar Torarica	<de ondernemer>	Opstellen van een persona (een beschrijving van je ideale type klant als persoon of bedrijf) Het kan zijn dat je wel drie of 5 verschillende personas hebt: bijvoorbeeld jongeren, ouderen, gezinnen, vrijgezellen (bij business2consumer)	Een persona in een word document	4 uur	23 dec 2020	0%	Een persona heb je nodig bij je marketing en sales om te focussen op de juiste klanten voor jou en je bedrijf.
16 dec 2020	Palmentuin	<de ondernemer>	Maken in MS Excel van een lijst met 100 personen of bedrijven, met contact gegevens die allemaal je ideale klant vormen (voldoen aan de persona die je hebt opgesteld)	Een Excel sheet met met 10 personen	4 uur	24 dec 2020	0%	Deze 100 personen geven richting aan alles in jouw bedrijf, daarom is het belangrijk om die lijst te hebben.
17 dec 2020	Thuis in de tuin	<de ondernemer>	Het zoeken van 3 assistenten of medewerkers in je familie, vriendenkring, kennissenkring. Het opstellen van een lijst met 20 potentiële assistenten en welke kennis en kwaliteiten ze bij voorkeur hebben, en wat je met ze gaat afspreken zodat ze voor je kunnen en willen werken.	Een lijst met 20 potentiële assistenten	2 uur	25 dec 2020	0%	Als ondernemer moet je van begin af aan denken aan de continuïteit van je bedrijf. Ook jij kan ziek worden. En door een team te maken is het werk ook leuker en kun je gaan delegeren.
18 dec 2020	Kantoor	<de ondernemer>	Een boek lezen over marketing en verkoop op een moderne manier (Verhage): hoe kom je erachter hoe je klanten denken en komen tot hun koopbeslissing? Hoe ga jij daar op inspelen?	Boek gekocht (online pdf?)	4 uur	26 dec 2020	0%	Als ondernemer ben je nooit uitgeleerd

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



19 dec 2020	Kantoor	<de ondernemer>	Zoveel mogelijk ideale klanten bellen en afspreken om langs te gaan. Met ze praten (en eten en drinken) over je product of dienst en achterhalen wat je er aan zou moeten verbeteren/veranderen zodat ze het gaan kopen. En probeer ze laten voorinschrijven.	Een lijst met klanten en feedback/verbeter opmerkingen voor je product of dienst	1 uur per ideale klant	19 januari 2020	0%	Je moet als ondernemer het spannend vinden maar ook leuk om proactief te klanten op te zoeken en om feedback te vragen
20 dec 2020	Kantoor	<de ondernemer>	Maak een lijst van je concurrenten en ga kijken wat hun assortiment aan producten en diensten is en waar ze dus allemaal hun geld mee verdienen en ga dan kijken wat ze niet goed doen (waar hun klant over klagen) en wat jij beter zou kunnen doen	Een lijst met concurrenten, hun assortiment en wat jij beter kan dan zij	1 uur per concurrent	20 januari 2020	0%	Wie klein is moet slim zijn.
21 dec 2020	Kantoor	<de ondernemer>	Op YouTube filmpjes kijken hoe je je eigen website maakt, hoe belangrijk websites zijn, welke verschillende soorten websites je hebt, hoe je een domeinnaam registreert en hoe webshops werken.	Meer kennis over websites en gerelateerde zaken	8 uur	25 december 2020	0%	Je kunt niet zonder website. Dat levert veel meer klanten op dan zonder en je kunt beter werken aan een imago.
25 dec 2020	Kantoor	<de ondernemer>	Zelf registreren van je domeinnaam, zelf maken van een 1 page website, zelf kennis opdoen op het internet, zelf proberen aan SEO te doen.	Meer kennis over internet krijgen en modern zaken, klanten base opbouwen	8 uur	10 januari 2020	0%	
...

Next Level Ondernemerschap: Enterprise Architectuurconcepten en -principes

Om met je bedrijf op koers te blijven, is het verstandig om enterprise-architectuurconcepten en -principes te identificeren die u begeleiden bij elke beslissing die u moet nemen.

Hieronder vindt u een lijst van 6 moderne concepten met hun principes (dwz de werkingmechanismen van de concepten) die u zullen helpen je bedrijf en bedrijf te verbeteren. Zorg ervoor dat u deze lijst zelf uitbreidt en verbetert met je kennis en ervaring.

1. **CLIENTMESSAGING: EFFECTIEVE MESSAGING TREKT DE JUISTE KLANTEN EN KLANTEN AAN** - Maak contact met je klanten en klanten door open en eerlijk te zijn over je waarden met behulp van branding en effectieve berichtgeving. Dit zal de mensen aantrekken die u zoekt en passen bij je nichebedrijf.
2. **KOPEN VAN ONDERSTEUNENDE OPLOSSINGEN: VOLWASSEN OPLOSSINGEN KOPEN VOORKOMT TIJDVERLIES** - Koop een ondersteunende oplossing (dwz een machine, apparaat, tool of software, zijnde een combinatie van producten en diensten) voordat u je eigen oplossing bouwt of ontwikkelt, want dan heeft u een meer volwassen oplossing en gaat u geen tijd verspillen aan het zijn van een solution developer. Tenzij de oplossing niet zozeer ondersteunend is maar in de kern van je organisatie zit en u met deze oplossing het verschil er mee op de markt gaat maken.
3. **STANDAARDISATIE: STANDAARDEN EN KWALITEITSSYSTEMEN HELPEN COMPLIANCE** - Selecteer standaarden en implementeer kwaliteitssystemen voor processen en IT-oplossingen. U wilt ervoor zorgen dat alles goed samenwerkt en integreert, zodat u kunt produceren en leveren in overeenstemming met internationale wet- en regelgeving. Bekijk de internationale normen in je branche.
4. **PERMANENTE OPLEIDING: PERMANENTE OPLEIDING VERHOOGT CONCURRENTIEVERMOGEN** - Zorg dat al je medewerkers een persoonlijk ontwikkelingsplan hebben. Hoe meer je medewerkers bezig zijn met permanente educatie, hoe competitiever je bedrijf blijft.
5. **PLANNING: PLANNING BESPAART TIJD EN GELD** - Schrijf altijd een plan, maak een planning en bouw een team op bij het starten van een nieuwe zakelijke activiteit of project. Een planning helpt je te focussen, prioriteiten te stellen, samen te werken, te communiceren en succesvol te zijn.
6. **ICT EN INTERNET** – ICT en Internet zijn allang geen bijzaak meer maar een hoofdzaak. Toch zien we nog steeds dat veel ondernemers niet een website of webshop in de kern van marketing- en salesstrategie hebben. Ja, het is niet eenvoudig. Maar neem dan elke dag de tijd om zelf te leren hoe je meer efficiënt en effectief van ICT en Internet in je bedrijf gebruik

© Copyright 2022, Dragon1

Verhoog procesefficiëntie, IT-capabilities, security en omzet door visualisaties van je organisatie te genereren op Dragon1, het SaaS-platform voor Enterprise Architectuur. Gebruik visualisaties om de complexiteit, risico's, veranderingen, groei & innovatie te managen.



kunt maken. Als voorbeeld: een moderne supermarkt is tegenwoordig meer een ICT bedrijf met een webshop die etenswaren rondbrengt, dan wat anders.

Op internet kunt u branchespecifieke enterprise-architectuurconcepten en -principes vinden. Probeer een gecategoriseerde lijst samen te stellen van maximaal 100 architectuurprincipes (10 concepten en principes per bedrijfsfunctie) die u denkt nodig te hebben om je strategie uit te voeren of je bedrijfsmodel te runnen.

Next Level Ondernemerschap: Enterprise Architectuurdiagrammen

Voor elke organisatie of bedrijf, groot of klein, geldt dat bepaalde sleutelmodellen, visualisaties of views (themakaarten) van je organisatie u als ondernemer enorm zullen helpen om risico, verandering, groei en innovatie te managen. Als u de juiste enterprise-architectuurdiagrammen voor je bedrijf maakt, kunt u flexibel en concurrerend blijven. Als u deze architectuurdiagrammen niet maakt, is de kans groot dat u je bedrijf vertraagt.

Maak minimaal één diagram per bedrijfsfunctie (sales, marketing, HR, financiën, etc...) en laat per diagram minimaal voor 10 architectuurprincipes zien hoe goed je ze hebt geïmplementeerd. Uit ervaring is gebleken dat de volgende enterprise-architectuurdiagrammen de sleutel zijn:

- Strategy Map
- Balanced Scorecard
- Business Model
- Business Functions Map
- Business Capability Model
- Business Processes Overview
- Business Process Flow Diagrams (BPMN)
- Factual Knowledge Map
- Skills Map
- Education Map
- Use Case Models (UML)
- Target Operating Model
- Technology Map
- Solutions Map
- Information System Models
- Application Models
- IT Infrastructure diagram
- Layered Enterprise Architecture Blueprint
- Process Application Map
- Security Architecture Management Overview
- Cybersecurity / IT Security Map

Op internet vindt u voorbeelden van deze diagrammen en industriereferentiemodellen, om u te inspireren om je eigen versie ervan te maken.