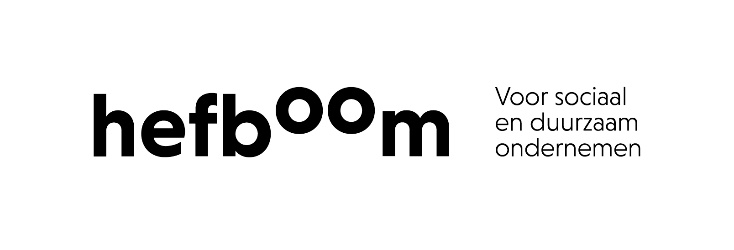
Ondernemingsplan

28 januari 2025

**Naam onderneming**



# Toelichting

Dit document kan je gebruiken als sjabloon voor een **ondernemingsplan**.

Indien je advies en/of begeleiding wenst bij het opstellen van het ondernemingsplan, neem dan contact op met **Cultuurloket**. Bij Cultuurloket kan je terecht voor gratis zakelijk advies en begeleiding op maat van de cultuursector.

Meer informatie: <https://www.cultuurloket.be/>.

# De onderneming

## De zaakvoerder(s) / bestuurder(s)

**Geef een overzicht van de zaakvoerders of (dagelijkse) bestuurders van de onderneming. Wat is hun ervaring en welke rol spelen ze in het dagelijkse beheer van de onderneming.   
Voeg voor elke zaakvoerder/bestuurder een gedetailleerd CV toe.**

|  |
| --- |
|  |

## 1.2 Samenstelling vennootschap

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Samenstelling bestuursorgaan** | | | |
| Naam | Voornaam | Functie | Toelichting (indien nodig) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Samenstelling aandeelhouders** | | | |
| Naam | Voornaam | Aandelen in bezit | Toelichting (indien nodig) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## 1.3 Lopende kredieten van de vennootschap

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lopende kredieten van de onderneming** | | | | |
| Bedrag | Looptijd | Aflossing | Saldo | Doel |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

# 2. De markt

## 2.1 De markt in beeld

**Beschrijf wat je wil doen, beschrijf jouw markt en welke positie je in de markt inneemt. Enkele denkpistes: Is je markt zeer breed, of richt je je net op een zeer specifieke markt? Is je markt gemakkelijk toegankelijk, is het een seizoensgebonden markt, conjunctuurgevoelig? Zijn er interessante ontwikkelingen die zich voordoen (globaal, lokaal)? Heb je bepaalde acties ondernomen om je markt in kaart te brengen (marktstudie, bevraging)?**

|  |
| --- |
|  |

## 2.2 Doelgroepen

**Beschrijf jouw doelgroep.  
Enkele denkpistes: Wie zijn je (potentiële) klanten? Kan je deze groep duidelijk afbakenen, of indelen in verschillende subgroepen? Welke kenmerken hebben ze (leeftijd, locatie, bestedingspotentieel, online aanwezigheid, aankoopgedrag)? Zijn ze gemakkelijk te bereiken? Leg ook uit waarom jij je tot deze doelgroep(en) richt. Heb je al klanten op het oog, of concrete afspraken?**

|  |
| --- |
|  |

## 2.3 Concurrentie

**Wie zijn jouw concurrenten? Unieke producten en diensten zijn zeldzaam. Dus concurrenten zijn er altijd. Het toont ook aan dat er een markt is voor gelijkaardige producten of diensten. Wie zijn ze, waar zijn ze gesitueerd, en wat zijn hun sterktes?**

|  |
| --- |
|  |

## 2.4 Andere belanghebbenden

**Met wie werk je samen? Welke andere belanghebbenden, zoals leveranciers, distributeurs, onderaannemers, (lokale) overheden en andere strategische partners, zijn essentieel voor je werking?**

|  |
| --- |
|  |

## 2.5 Unieke karakter

**Hoe zal jij je onderscheiden in de markt? Wat maakt jouw aanbod uniek?**

|  |
| --- |
|  |

# 3. Het marketingplan

## 3.1 Product/dienst

**Beschrijf welke producten of diensten je aanbiedt.**

|  |
| --- |
|  |

## 3.2 Prijs

**Wat is de prijs van jouw product of dienst? Geef aan hoe je de prijs bepaalt en hoe die zich verhoudt tot die van je concurrenten.**

|  |
| --- |
|  |

## 3.3 Plaats

**Waar ben je gevestigd en waar worden de activiteiten uitgevoerd? Welke rol speelt de locatie om de beoogde doelgroepen te bereiken?**

|  |
| --- |
|  |

**Distributie is nauw verbonden met locatie. Hoe worden jouw producten of diensten verspreid en verdeeld (groothandel, kleinhandel, eigen online of offline verkooppunten, …)?**

|  |
| --- |
|  |

## 3.4 Promotie

**Hoe communiceer je naar de markt en naar potentiële klanten over jouw producten of diensten? Welke kanalen gebruik je hiervoor, hoe effectief zijn ze en waar geef je prioriteit aan?**

|  |
| --- |
|  |

**Geef een overzicht van de promotiekanalen die gebruikt en zet er een concrete timing tegenover.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kanaal** | **Beschrijving** | **Timing** |
|  |  |  |
|  |  |  |

## 3.5 Team

**Beschrijf je bredere team (tenzij je alleen werkt).**

|  |
| --- |
|  |

## 3.6 Imago

**Wat is het imago of de uitstraling die je naar buiten wilt brengen? Hoe komt dit imago tot stand?**

|  |
| --- |
|  |

# 4. SWOT-analyse

**Geef in kernwoorden mee waar jouw sterktes, zwaktes, mogelijkheden en bedreigingen zich bevinden. Dit heeft betrekking op de ondernemer, onderneming, activiteiten en het financiële luik.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Sterktes** | **Zwaktes** |
|  |  |
| **Mogelijkheden** | **Bedreigingen** |
|  |  |

# 5. Financieel plan

**Voeg een financieel plan toe. Dit is minstens een liquiditeitsplan (kasplan) per maand, van twee jaar. Onderbouw het financieel plan en geef toelichting.**

|  |
| --- |
|  |