

De 7 stappen die iedere ondernemer moet zetten



weten dat je
goed zit



ondernemen
met resultaat



doen wat je
leuk vindt



Welkom

Succesvol ondernemen



Wil jij voor jezelf beginnen of ben je net gestart? Wil je doen waar je goed in bent en waar je hart sneller van gaat kloppen? Wil je als ondernemer leuk en betekenisvol werk doen?

Waar begin je dan? Ga je je eerst inschrijven bij de KvK, je domeinnaam registreren of je visitekaartje maken? En als je al gestart bent, wat is dan je volgende stap? Wij zien veel starters worstelen met het zetten van juiste stappen en begrijpen als geen ander dat je met veel vragen rondloopt.

Met meer dan 20 jaar ervaring met het coachen van startende (student) ondernemers en ondernemerschapsonderwijs en twee succesvolle boeken over dit onderwerp, helpen we je graag verder.

In dit e-book delen we op basis van onze ervaring en expertise:

- ✓ De 7 stappen die je moet zetten om succesvol te ondernemen
- ✓ De meest voorkomende fouten van starters

Na het lezen van dit e-book weet je welke volgende stap je als eerste moet zetten richting je toekomstdroom. Succes,

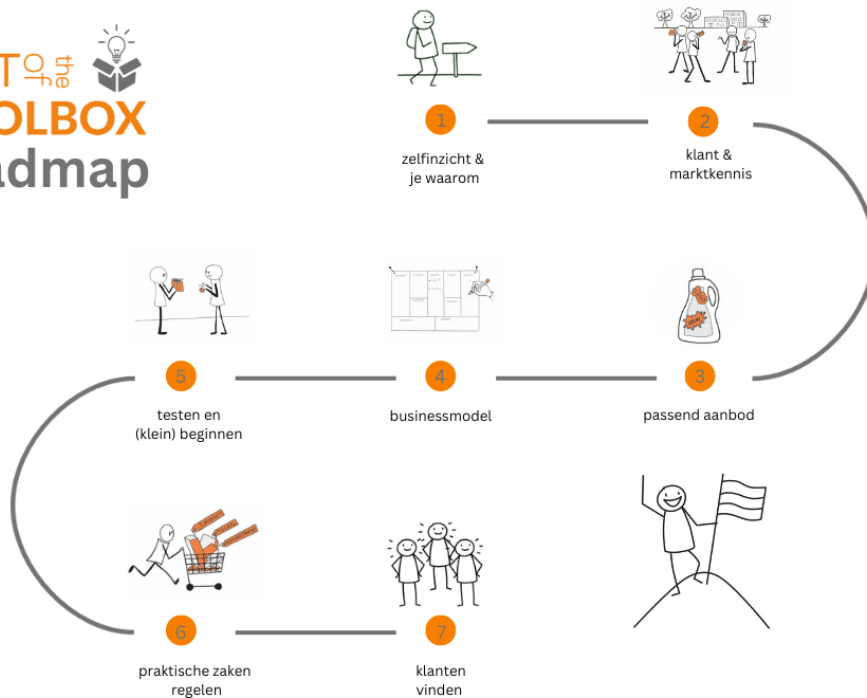
Natalie en Sabine
Starterscoach, schrijver en coach/docent ondernemerschap

*De 7 stappen zijn gebaseerd op de succesvolle boeken
Van idee naar start-up en Succes begint bij jezelf*

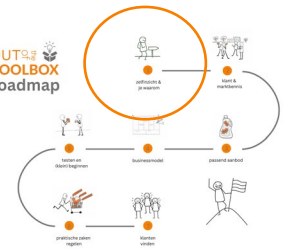


OutoftheToolbox roadmap

De 7 stappen die iedere ondernemer moet zetten



1. Zelfinzicht & je waarom
2. Klant & marktkennis
3. Passend aanbod
4. Businessmodel
5. Testen en (klein) beginnen
6. Praktische zaken regelen
7. Klanten vinden

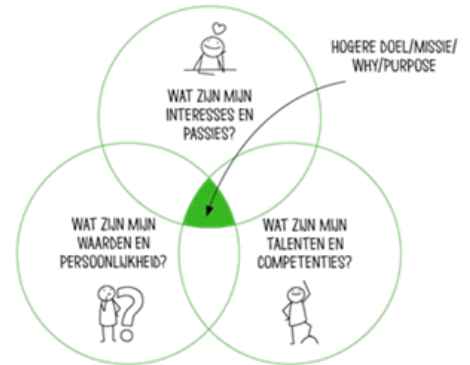


Stap 1 Zelfinzicht & je waarom

Hoe goed ken jij jezelf? Weet jij waarom je wilt ondernemen?

Succesvolle ondernemers handelen vanuit hun persoonlijke sterkten en hun hogere doel, ook wel missie, purpose of why genoemd. Voordat je gaat starten, is het daarom belangrijk om je why, je waarom, voor jezelf uit te werken.

Je why geeft je richting: richting voor je ideeën, maar bijvoorbeeld ook als je op zoek gaat naar businesspartners. En het geeft input voor je website. Om tot je why te komen, is zelfinzicht belangrijk. Je why ligt namelijk op het snijvlak van je persoonlijkheid en je waarden, interesses en passies en talenten en competenties.



Wat zijn mijn waarden en persoonlijkheid?

Je persoonlijkheid gaat over hoe je in verschillende situaties reageert, je voelt en wat je denkt. Waarden gaan over wat je echt belangrijk vindt. Waarden zitten diep van binnen en zeggen iets over wie jij bent.



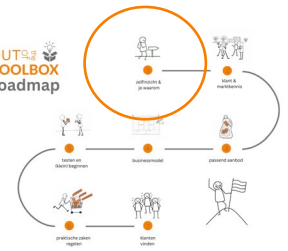
Wat zijn mijn talenten en competenties?

Waar ben je heel goed in? Als je goed weet waar je talenten liggen, kun je die verder ontwikkelen en inzetten in je onderneming. Talenten gebruiken kost weinig energie, het gaat je van nature makkelijk af. Niet alles waar je goed in bent, is een talent. Je kunt jezelf ook veel aanleren door gericht te oefenen, dan spreek je over competenties.



Wat zijn mijn interesses en passies?

Als je iets heel leuk vindt, ben je gemotiveerd om er iets mee te doen. Je laat je niet stoppen door de vraag of je het wel kunt. Je passie gaat over wat je heel leuk vindt. Bedenk je dat een passie niet zomaar op je pad komt maar meestal ontstaat vanuit dingen die je al vanaf je kinderjaren leuk vindt en waar je je in hebt bekwaamd.



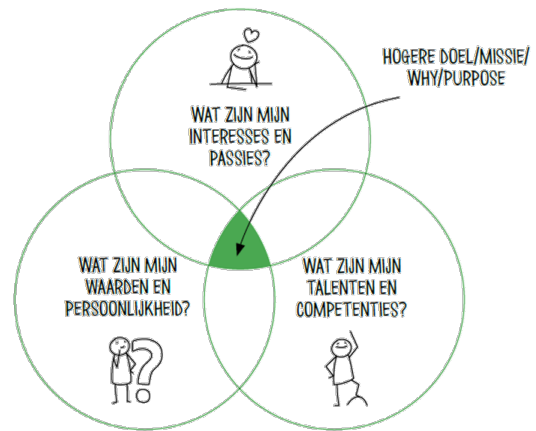
Stap 1 Zelfinzicht & je waarom

Zelfinzicht & je waarom

Wat zijn mijn waarden en persoonlijkheid?

Wat zijn mijn interesses en passies?

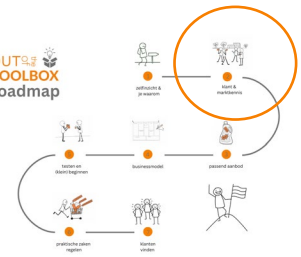
Wat zijn mijn talenten en competenties?



Zoek naar de rode draad binnen je interesses, talenten en waarden. Waar komen deze samen? Hoe en voor wie wil je het verschil maken? Welke talenten, passies en waarden wil je inzetten?

Schrijf voor jezelf op wat jouw waarom is. Bijv. in de vorm: Ik wil zodat

Misschien zijn dit lastige vragen en weet je het nog niet goed. Dat geeft niet. Door er mee bezig te zijn en dingen uit te proberen, weet je steeds beter waarom je de dingen doet of wilt doen.



Stap 2 Klant & marktkennis

Hoe goed ken jij je klant? Weet jij of je markt aantrekkelijk is?

Om je product of dienst goed aan te kunnen laten sluiten op je klanten heb je kennis van je klant nodig. Deze kennis heb je ook nodig om goed met je klanten te communiceren, bijvoorbeeld via je website of een wervingsadvertentie. Voordat je gaat starten is het ook belangrijk om te weten of je markt aantrekkelijk genoeg is. Anders doe je al die moeite misschien wel voor niets.

Hoe goed ken jij je klant?

Wie is jouw belangrijkste klant, wie wil jij helpen? Zijn dat bijvoorbeeld mannen, vrouwen, hebben ze een bepaalde levensstijl? Kun je een beschrijving geven van het leven van de klant? Wat willen ze met jouw product of dienst bereiken?

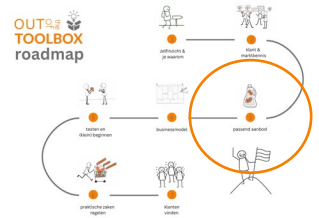
Schrijf voor jezelf op wie jouw belangrijkste klant is.

Tip Heb jij met je klanten gesproken? Weet jij waar ze tegenaan lopen? Klanten kopen eigenlijk geen producten, maar willen vooruit komen in hun leven, een probleem oplossen. En daar gebruiken ze producten voor. Welk probleem los jij op voor je klant?

Weet jij of je markt aantrekkelijk is?

Je markt verkennen helpt je om te bepalen hoe aantrekkelijk deze is. Kun je een inschatting maken van hoe groot de totale potentiële markt is en welk deel jij denkt te kunnen bereiken? Ook kun je inspiratie opdoen door concurrenten te bekijken en bepalen hoe je je het beste kunt onderscheiden van andere spelers in de markt.

Schrijf voor jezelf op hoe groot je potentiële markt is en wie je concurrenten zijn.



Stap 3 Passend aanbod

Sluit jouw product(idee) of dienst aan bij de klant?

Om de kans op succes te vergroten, is het belangrijk dat je product of dienst goed aansluit bij je klant. Lost je product het probleem van de klant op?

Wat zijn de belangrijkste voordelen en kenmerken van je product? Je product sluit goed aan bij de wensen en behoeften van je klant als je product de belangrijkste klanttaken vervult, de belangrijkste frustraties (pains) wegneemt en inspeelt op de belangrijkste resultaten (klantvoordelen) die de klant wenst.

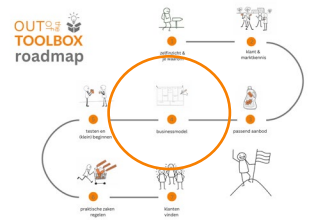
Wist jij dat bijna 50% van de starters faalt omdat hun aanbod niet aansluit op de behoefte van de klant?

Passend aanbod



Welk product of dienst ga jij aanbieden? Wat wil de klant realiseren met jouw product of dienst? Welk probleem lost je product of dienst voor je klant op? Neemt je aanbod belangrijke ergernissen of irritaties van de klant weg? En speelt je aanbod in op elementen waar je klant heel bij van wordt?

Schrijf voor jezelf de belangrijkste kenmerken van je aanbod op.



Stap 4 Businessmodel

Hoe ziet jouw bedrijf eruit?

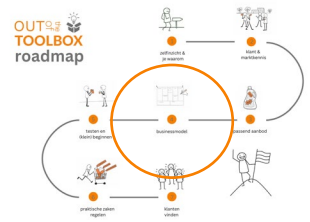
Je product of dienst is de basis voor je bedrijf. Maar hoe ziet jouw bedrijf er precies uit? Aan de hand van een businessmodel kun je in kaart brengen hoe je bedrijf eruit ziet. Een businessmodel beschrijft de kernelementen van de organisatie. Een businessmodel is een samenhangend geheel: alle elementen ervan ondersteunen elkaar, om samen tot een concurrerende organisatie te komen.

Je weet dat er (hoogstwaarschijnlijk) behoefte is aan jouw product of dienst. Maar je kunt pas succesvol worden als je ook weet of je business levensvatbaar, maakbaar, schaalbaar en concurrerend is. Als het bijvoorbeeld te veel kost om jouw product te produceren en op de markt te brengen, dan is er misschien wel vraag, maar dan zul je alsnog falen.

Je businessmodel helpt je om de risico's in te schatten en de haalbaarheid te bepalen. Ook helpt een businessmodel je om te zorgen dat je alles goed regelt. Als je goed zicht hebt op je businessmodel, heb je gelijk ook de basis voor je ondernemingsplan als je dit wil of moet schrijven (bijvoorbeeld voor de bank).

Onderstaand businessmodel is gebaseerd op het Business Model Canvas van Osterwalder en Pigneur en bestaat uit 12 bouwstenen.

WHY? Welke rol wil je spelen in de markt?		STRATEGIE Hoe ga je die rol invullen?		
Kernpartners Welke belangrijke partners heb je nodig?	Kernactiviteiten Wat zijn de kernactiviteiten die je moet verrichten?	Waardepropositie Wij bieden ... (klantsegmenten) een oplossing voor (taken) ... door ... (producten en diensten)	Klantrelaties Wat voor soort relatie(s) wil je aangaan met je klant?	Klantsegment Wie zijn je klanten en wat is hun probleem? Je belangrijkste klanten ... (omschrijving + grootte, wie zijn je early adopters?) willen ... (taken, problemen) gedaan krijgen.
	Kernmiddelen Welke middelen zijn nodig om waarde te creëren voor de klant, de klant te bereiken en inkomsten te verdienen?		Kanalen Via welke kanalen wil je de klant bereiken (communicatie, distributie en verkoop)?	
Kostenstructuur Wat zijn de belangrijkste kosten die je moet maken?		Inkomstenstromen Hoeveel en op welke wijze wil de klant het liefst betalen?		
IMPACT Welke ecologische of sociale impact wil je realiseren?				



Stap 4 Businessmodel

Je businessmodel

Heb jij je businessmodel al beschreven? Waarschijnlijk heb je met klanten gesproken om een beeld te krijgen van de behoefte aan jouw product of dienst. Maar weet je al hoe je het gaat maken? Of gaat organiseren als je het niet zelf gaat maken? Met welke partners ga je dan samenwerken? Weet je hoe je met je klant gaat communiceren en hoe je het product gaat verkopen?

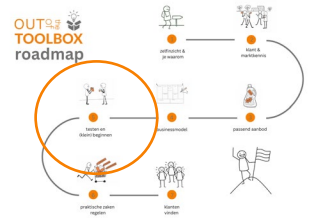
Ook heel belangrijk: wat gaat je product of dienst kosten, wat wil je klant betalen, hoeveel klanten zijn geïnteresseerd en hoeveel moet je omzetten om winstgevend te zijn? Is je businesscase, ook over een langere periode, positief? En kun je makkelijk doorgroeien?

Schrijf voor jezelf per bouwsteen de belangrijkste gegevens op.

WHY? Welke rol wil je spelen in de markt?		STRATEGIE Hoe ga je die rol invullen?		
Kernpartners	Kernactiviteiten	Waardepropositie	Klantrelatie	Klantsegment
	Kernmiddelen		Kanalen	
Kostenstructuur		Inkomstenstromen		
IMPACT Welke ecologische of sociale impact wil je realiseren?				

OutoftheToolbox Canvas is gebaseerd op Business Model Canvas (www.strategyzer.com)





Stap 5 Testen en klein beginnen

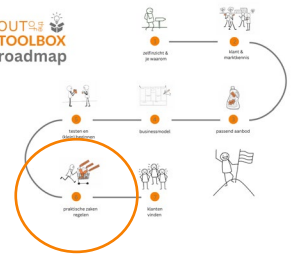
Hoe ga jij klein beginnen?

Starten met ondernemen is risicovol en kost veel tijd en geld. Door zo snel mogelijk naar de markt te gaan en te kijken wat je klanten en stakeholders van je product of dienst vinden, kun je in korte tijd veel leren tegen relatief lage kosten en risico's. Liefst begin je met testen en een eenvoudige versie van je product of dienst, een mvp. Leer in de markt en pas je product of dienst hier op aan zodat je straks zeker weet dat je product aansluit bij de wensen van de klant, dat de klant er voor wil betalen, dat je je product kunt maken en je er geld mee kunt verdienen. Deze stap voelt misschien als een overbodige stap maar in de praktijk blijkt dat veel klanten zeggen dat ze enthousiast zijn en je product gaan kopen maar het uiteindelijk niet doen.

Ga met je klant praten en testen

Ga praten met je klant en leg je product of dienst voor. In een interview of samen met een paar klanten verzamel je feedback over je product of dienst. Zo maak je je product of dienst beter. Als je al verder bent, kun je ook snel, tegen lage kosten en risico's testen of klanten overgaan tot verkoop door bijvoorbeeld te gaan voorverkopen. Je kunt ook een eenvoudige landingspagina maken met een productomschrijving of video-uitleg.

Schrijf voor jezelf op hoe jij klein gaat beginnen zodat je straks zeker weet dat je klant gaat kopen. Wat wil je testen of uitproberen? Hoe wil je dat gaan doen?



Stap 6 Praktische zaken regelen

Welke praktische zaken moet je nog regelen?

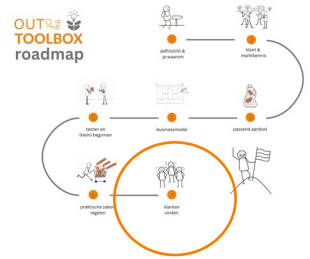
Veel starters beginnen zonder ondernemingsplan. Maar als je via de bank financiering wilt regelen dan heb je nog steeds een ondernemingsplan nodig. Als je je businessmodel hebt uitgewerkt en onderbouwd, is het relatief eenvoudig om dit om te schrijven naar een ondernemingsplan. Daarnaast komen er natuurlijk veel praktische zaken op je af zoals het juridisch, fiscaal en administratief goed regelen.

Praktische zaken regelen

Weet jij welke rechtsvorm het beste bij je bedrijf past? Begin je als eenmanszaak of past een vof of bv beter? Zoek dit goed uit voor je naar de Kamer van Koophandel gaat. En als je je inschrijft bij de Kamer van Koophandel krijg je ook gelijk je btw-nummer voor de belasting. Weet je wanneer je je eerste btw-aangifte moet doen?

Heb je een ondernemingsplan geschreven (als dit op je van toepassing is)? Heb je een (eenvoudige) administratie opgezet? Wat worden je algemene voorwaarden? Welke verzekeringen heb je nodig en afgesloten? Heb je een patent afgesloten voor je idee (indien van toepassing?)

Schrijf voor jezelf op welke praktische zaken jij nog wilt regelen.



Stap 7 Klanten vinden

Hoe vind jij klanten?

Dit is de spannendste en voor veel ondernemers moeilijkste stap. Je hebt een fantastisch product en een mooie website, maar waar blijven de klanten? De marketing en communicatie is natuurlijk belangrijk. Als je al (veel) met je potentiële klanten in gesprek bent geweest en je product hebt getest, is de kans groot dat je je eerste klanten al hebt gevonden. En misschien heb je zelfs al de eerste fans van je product. Je hebt in ieder geval een goed beeld van je klant en daar kun je met je communicatie en je website goed op inspelen. In die volgorde, dus eerst goed weten wat je klanten belangrijk vinden en dan je website bouwen.

Klanten vinden

Een sterke bedrijfsnaam, je merk, is de verbinding tussen je product en de markt. Belangrijk dus om goed over na te denken. En heb je gecheckt of deze al bestaat? Ontwikkel een huisstijl in lijn met wat je wilt uitstralen met je bedrijf, zo zorg je voor herkenning en vertrouwen. Bouw een website en zorg voor een duidelijke uitleg op de homepage waarom klanten bij jou moeten zijn. Storytelling is een manier om het verhaal over je merk te vertellen. Weet jij via welke (sociale media) kanalen je je klanten het beste kunt bereiken? Wat voor content ga je posten? Maak een contentkalender. Vertaal je huisstijl in een sjabloon voor je posts. Hoe ga je netwerken? Maak een plan om naamsbekendheid op te bouwen en klanten te werven.

Schrijf voor jezelf op welke informatie je meeneemt uit je klantgesprekken en welke marketing en communicatie zaken jij nog wilt regelen.

Tip Bouw een marketingfunnel en geef iets gratis weg, zoals een e-book 😊

Waarom zou jij de 7 stappen volgen?



weten dat je
goed zit



ondernemen
met resultaat



doen wat je
leuk vindt

- 🌱 De stappen zijn super praktisch en actueel.
- 🌱 Gebaseerd op alle relevante literatuur.
- 🌱 Ondersteund met praktische tools en templates die je helpen om per stap je eigen situatie makkelijk in kaart te brengen.
- 🌱 Compleet maar beknopt want we weten dat je weinig tijd hebt.

Wil jij meer weten over hoe jij de 7 stappen
het beste kan inzetten?

Lees snel ons aanbod



Ons aanbod voor jou

Keukentafelsessie

Kom bij ons aan de keukentafel en ga in een kleinschalige informele sessie met andere ondernemers aan de slag met de 7 stappen uit de roadmap.

Nu € 200 KORTING
van € 695 voor € 495

Reageer snel want het aantal plekken aan de keukentafel is beperkt!

Wat krijg je allemaal?

- ✓ Meer motivatie door beter inzicht in je ondernemerskwaliteiten en je waarom
- ✓ Jouw persoonlijke roadmap zodat je weet hoe je het beste verder kan
- ✓ Meer overzicht en zelfvertrouwen doordat je weet welke stappen jij nu het beste kan zetten
- ✓ Inspiratie door veel praktische oefeningen en tips
- ✓ Sparren met andere ondernemers
- ✓ Een netwerk met andere ondernemers - samen sterk

Klik op deze button of scan
de QR-code en schrijf je snel in >>



Voor wie?

- Voor alle startende ondernemers die, net gestart of nog niet gestart, twijfels of onzekerheid hebben over waar ze moeten beginnen.
- Voor ondernemers die al even gestart zijn, maar twijfelen over de volgende stap.

Wat anderen zeggen

“Super boeiend. Precies wat ik nodig had”

“Ik krijg hier zoveel inspiratie uit. Dit had ik echt niet gedaan zonder jullie sessie”

OUT_{of}the TOOLBOX



Natalie van Zeeland
06 23563933
Natalie@outofthetoolbox.nl



Sabine Kerkmeijer
06 36348146
Sabine@outofthetoolbox.nl



Outofthetoolbox.nl
Vanideenaarstartup.nl
Succesbegintbijzelf.nl



De OutoftheToolbox roadmap is gebaseerd op onze succesvolle boeken Van idee naar start-up en Succes begint bij jezelf