

Aan de slag met uw bedrijfsplan

Een handleiding voor initiatiefnemers in Twente

Het doel van het schrijven van een bedrijfsplan is om een gemeente (of andere partijen) duidelijk te maken wat uw plannen zijn voor uw verblijfsaccommodatie. Dit kan een uitbreiding zijn, of een compleet nieuwe accommodatie.

Deze handleiding helpt u daarmee op weg. U hoeft dit format niet letterlijk te volgen, maar het geeft een basis voor een helder opgebouwd bedrijfsplan, om uw initiatief te beschrijven.

Begin met een voorblad

Het voorblad heeft als doel om duidelijk te maken wat de inhoud is van het document. Noem het daarom niet alleen 'Camping Twents Buitenleven', maar benoem de inhoud, zoals 'Toekomstplan Camping Twents Buitenleven'. Maak eventueel gebruik van een ondertitel. Voeg eventueel een sprekende afbeelding toe.

Voorbeeld:

Camping Twents Buitenleven

Onze plannen voor de toekomst



Maand, Jaar
Contactgegevens

Inhoudsopgave

Hier voegt u een inhoudsopgave in.

Hoofdstuk 1: Inleiding

In dit hoofdstuk geeft u een introductie; wie bent u en wat gaat men lezen?

Een voorbeeld indeling die u kunt gebruiken:

1.1 Aanleiding

Beschrijf hier wat de reden is dat de lezer het plan leest, oftewel; schets de reden dat u een nieuw initiatief (of uitbreiding) wil starten.

1.2 Evt. relevante voorgeschiedenis

Optioneel: wellicht heeft het bedrijf of locatie een bijzondere geschiedenis, of is er een relevant voortraject geweest. Dit kunt hier beschrijven.

1.3 Leeswijzer

U sluit de inleiding af met een leeswijzer: 'in hoofdstuk 1 leest u [...]. Vervolgens gaan we in hoofdstuk 2 in op [...]’ etc. etc.

Hoofdstuk 2: Huidige situatie (bij uitbreiding)

In dit hoofdstuk beschrijft u de bestaande situatie; hoe ziet uw onderneming er nu uit?

Een voorbeeld indeling die u kunt gebruiken:

2.1 Over ons

Hier beschrijft u wie u bent (als initiatiefnemer) en belangrijker, wat drijft u om te ondernemen?

2.2. Typen accommodaties

Hier beschrijft u uw aanbod: wat biedt u aan?

2.3 Faciliteiten

Hier beschrijft u de voorzieningen die u aanbiedt. Denk aan sanitair, speelvoorzieningen, maar ook aan services die u aanbiedt.

2.4 Doelgroepen

Hier beschrijft u uw doelgroep; op wie richt u zich, en hoe speelt u daarop in?

2.5 Marketing

Hier beschrijft u, op hoofdlijnen, uw marketingactiviteiten. Hoe zorgt u voor nieuwe gasten?

Als het gaat om een nieuwvestiging van initiatief, kunt u dit hoofdstuk gebruiken om iets over uzelf en de beoogde locatie (waarom daar?) te vertellen.

Hoofdstuk 3: Toekomst

In dit hoofdstuk beschrijft u uw toekomstplan. Wat zijn de plannen, waarom wilt u ze uitvoeren en hoe ziet een nieuw concept eruit?

Een voorbeeld indeling die u kunt gebruiken:

3.1 Waarom deze plannen?

Hier legt u uit waarom u wilt uitbreiden, of een nieuw initiatief wilt starten.

3.1 Toekomstplan

Hier beschrijft u uw toekomstplan. Denk hierbij aan het aantal eenheden, oppervlakte van het terrein. Hoe ziet uw plan eruit?

3.2 Gewenste accommodaties

Beschrijf hier uw nieuwe/ gewenste accommodaties. Hoe zien er eruit, hoe groot zijn ze? Maak veel gebruik van foto' en/of moodboards.

3.3 Doelgroepen: De Leefstijlvinder

Beschrijf hier uw gewenste doelgroepen. Op welke doelgroepen wilt u zich richten, en hoe gaat u dat (concreet) doen? Hiervoor kunt u gebruik maken van de inspiratiegids (zie: [voeg link in])

3.4 Onderscheidend vermogen in de markt

Hier beschrijft u uw onderscheidend vermogen in markt. Voor u als ondernemer is belangrijk dat er voldoende toeristische en recreatieve gasten naar uw bedrijf komen, zodat uw investeringen in tijd en geld niet voor niets zijn geweest. Hier beschrijft u wat u wilt toevoegen aan de markt. U kunt hier laten zien dat u goed op de hoogte bent van welke verblijfsrecreatie in de (directe) omgeving is gevestigd.

3.5 Meerwaarde voor de regio

Hier beschrijft u, indien van toepassing, de meerwaarde van uw initiatief voor de regio. Voor veel gemeenten is het belangrijk dat uw initiatief iets toevoegt aan wat er al is. Gemeenten hebben hun opgaven of doelstellingen vaak in hun (toeristische) beleid staan. Het is raadzaam om dit door te nemen om te bepalen of en op welke punten u wilt inspelen. Vaak is het zo dat een gemeente eerder geneigd is om mee te werken aan uw initiatief als u aansluit bij het huidige beleid van de gemeente.

Uw initiatief kan op veel verschillende manieren iets bijdragen, hieronder een aantal voorbeelden:

- Een kwalitatief mooi aanbod toevoegen
- Werkgelegenheid (economisch toegevoegde waarde voor de regio)
- Bijdragen de energietransitie (door bijvoorbeeld duurzame bedrijfsvoering)
- Bijdragen aan biodiversiteit en/of landschaps- en natuuropgaven

3.6 Marketing

Hier beschrijft u hoe uw gewenste doelgroepen wilt bereiken. Denkt u bijvoorbeeld aan promotie via een website, online (sociale) media, lokale kranten etc. etc.

3.7 Exploitatie

Hier beschrijft u, op hoofdlijnen, uw beoogde exploitatie. Dat hoeft, tenzij er specifiek om wordt gevraagd, niet een uitgebreid exploitatieoverzicht te zijn. Gemeenten vinden het vaak belangrijk dat uw initiatief 'levensvatbaar' is, ook de lange termijn. Daarom verwachten we dat u op hoofdlijnen aangeeft aan welk investeringsbedrag u denkt, wat de beoogde overnachtingsprijzen zijn voor uw accommodatie(s), de verwachte bezettingsgraden en de jaaromzet. Ook is het goed om de kosten voor het verwachte onderhoud in beeld te hebben. Wanneer zijn uw accommodaties bijvoorbeeld aan vervanging toe?

Tot slot

Het schrijven van een bedrijfsplan is niet altijd makkelijk of leuk. Als ondernemer wilt u het liefst bezig zijn met ondernemen. Om ervoor te zorgen dat we het u zo makkelijk mogelijk, geven we u nog een aantal aandachtspunten mee voor het schrijven van een goed bedrijfsplan.

Belangrijke aandachtspunten:

- Zorg voor een duidelijke hoofdstukindeling, inclusief: een inhoudsopgave, pagina- en paragraafnummering.
- Vraag u bij elk hoofdstuk/alinea het volgende af:
 - Wat wil ik de lezer meegeven?
 - Bedenk dat voordat u gaat schrijven.
 - Is wat u vervolgens opschrijft relevant voor die boodschap?
- Wees bondig en kritisch op uw eigen tekst: het aantal woorden/pagina's is niet belangrijk, het gaat erom wat relevant is voor wat u wil overbrengen. Een bedrijfsplan van 10 pagina's is niet per definitie beter dan een bedrijfsplan van 5 pagina's.
- Begin elk hoofdstuk met een korte beschrijving wat men gaat lezen, bijvoorbeeld:
 - *"In dit hoofdstuk gaan we in op wie we zijn, en wat ons drijft om te ondernemen. Vervolgens beschrijven we alle typen accommodaties en onze voorzieningen. Tot slot gaan we in op wie onze doelgroep is en hoe we onze marketing hebben ingericht"*
- En tot slot: het kan zijn dat deze opbouw voor u niet werkt. Zie dit daarom ook niet als opbouw die verplicht is, maar meer als basis om u op weg te helpen.

Succes met het schrijven van uw bedrijfsplan!