

Voorbeeld Plan MijnBedrijfsanalist

Als je een abonnement hebt op één van de bedrijfsanalyses van MijnBedrijfsanalist, is dit een voorbeeld* van het Plan. Je kunt het Plan als pdf downloaden en printen.

Op deze plek staat de naam van de gekozen bedrijfsanalyse

Indien je een logo bij jouw bedrijfsgegevens hebt ingevoerd, staat hier jouw bedrijfslogo



(*de voorbeelden zijn gebaseerd op fictieve gegevens)

Inhoudsopgave

De opbouw van het Plan is volgens onderstaande inhoudsopgave en voor alle bedrijfsanalyses hetzelfde.

1. Management samenvatting
2. Bedrijfsgegevens
3. Doelstellingen
4. KPI's
5. Projecten
6. SWOT
7. Bijlagen
 - a. Analyse
 - b. Risico's
 - c. Acties



1 - Management samenvatting

Bij het maken van je Plan heb je de mogelijkheid om een managementsamenvatting van je plan te maken. Deze wordt in dit hoofdstuk getoond. Deze managementsamenvatting kun je net zo groot maken als je wenst.



2 – Bedrijfsgegevens

In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de bedrijfsgegevens.

Bedrijfsnaam: Jouw Bedrijfsnaam

Adres: Adres 1
 1111 AA Plaats

Telefoonnummer: 000-0000000

Rechtsvorm: B.V.

Datum oprichting:

KVK nummer:

Aantal werknemers:

Omzet vorig jaar:



Gegevens contactpersoon

Naam: Naam van de contactpersoon

E-mailadres: contact@email.nl

3 - Doelstellingen

In dit hoofdstuk worden de door jou gedefinieerde doelstellingen weergegeven, inclusief een antwoord op de vragen.

Titel doelstelling

Reden: *Waarom heb je deze doelstelling voor je bedrijf gekozen?*

Hoe te bereiken: *Hoe denk je deze doelstelling te realiseren?*

Gewenst effect: *Wat wil je bereiken als je deze doelstelling hebt gerealiseerd?*

Beschrijf een bedreiging voor deze doelstelling: *Wat zou kunnen verhinderen dat je deze doelstelling kunt uitvoeren?*

Deadline voor deze doelstelling: *Wanneer moet deze doelstelling gerealiseerd zijn?*

Titel doelstelling

Reden:

Hoe te bereiken:

Gewenst effect:

Beschrijf een bedreiging voor deze doelstelling:

Deadline voor deze doelstelling:



Titel doelstelling

Reden:

Hoe te bereiken:

Gewenst effect:

Beschrijf een bedreiging voor deze doelstelling:

Deadline voor deze doelstelling:

4 - KPI's

In dit gedeelte van je Plan worden de door jou gedefinieerde Key Performance Indicatoren weergegeven in een tabel. Je bepaalt zelf het aantal KPI's en in de eenheid van je de KPI (euro, percentage of aantallen). Handig is om bij de omschrijving een beschrijving in te voeren van de manier waarop je de KPI berekent, zodat je dat bij het invoeren van je voortgang je KPI op dezelfde wijze kunt berekenen.

Een paar voorbeelden:

KPI	Huidige	Doel	Omschrijving
Brutomarge	10%	11%	Bruto-omzet -/ - Kosten= Bruto winst (Brutowinst /Bruto-omzet) * 100%
Klanten (New Business)	45	50	Aantal nieuwe klanten met omzet die in 2015 nog geen klant waren en dat ook de afgelopen 3 jaar niet zijn geweest
Bruto omzet	€ 90.000	€100.000	Bruto omzet ex B.T.W.



5- Projecten

Je kunt bij het maken van het Plan Projecten definiëren en de acties aan een project toevoegen, zodat deze bij elkaar gegroepeerd op het actieoverzicht staan.

Hieronder wordt het overzicht van de projecten getoond. In dit geval is er sprake van slechts 1 project.

Project	Doel	Eigenaar	Prioriteit
Partnerproject	Partnerprogramma uitrollen	Marion	Urgent



6 - SWOT

In de sterkte – zwakte analyse heb je een confrontatiematrix gemaakt. De confrontatiematrix die je hebt gemaakt wordt hier getoond. Ook de conclusies die je hebt getrokken worden weergegeven.

	Kansen	Bedreigingen	
	ICT ontwikkelingen gaan steeds verder	Technologie te snel	
Sterkte	Wat is het effect als het bedrijf deze sterkte inzet en deze kans benut?	Wat is het effect als het bedrijf deze sterkte inzet tegen deze bedreiging?	Totaal
Het verdienmodel	Positief	Negatief	0
Analyse steunpilaren	Positief	Negatief	0
Onderscheidend vermogen	Positief	Negatief	0
	Totaal kwadrant 6	Totaal kwadrant -6	
Zwakte	Wat is het effect als het bedrijf door deze zwakte deze kans niet benut?	Wat is het effect als het bedrijf door deze zwakte deze bedreiging niet kan tegenhouden?	
De belangrijkste klantgroep per productgroep	Negatief	Negatief	-4
Gekozen groeistrategie	Negatief	Negatief	-4
	Totaal kwadrant -4	Totaal kwadrant -4	
Totaal	2	-10	
Conclusie			
Geen			

7 – Bijlagen

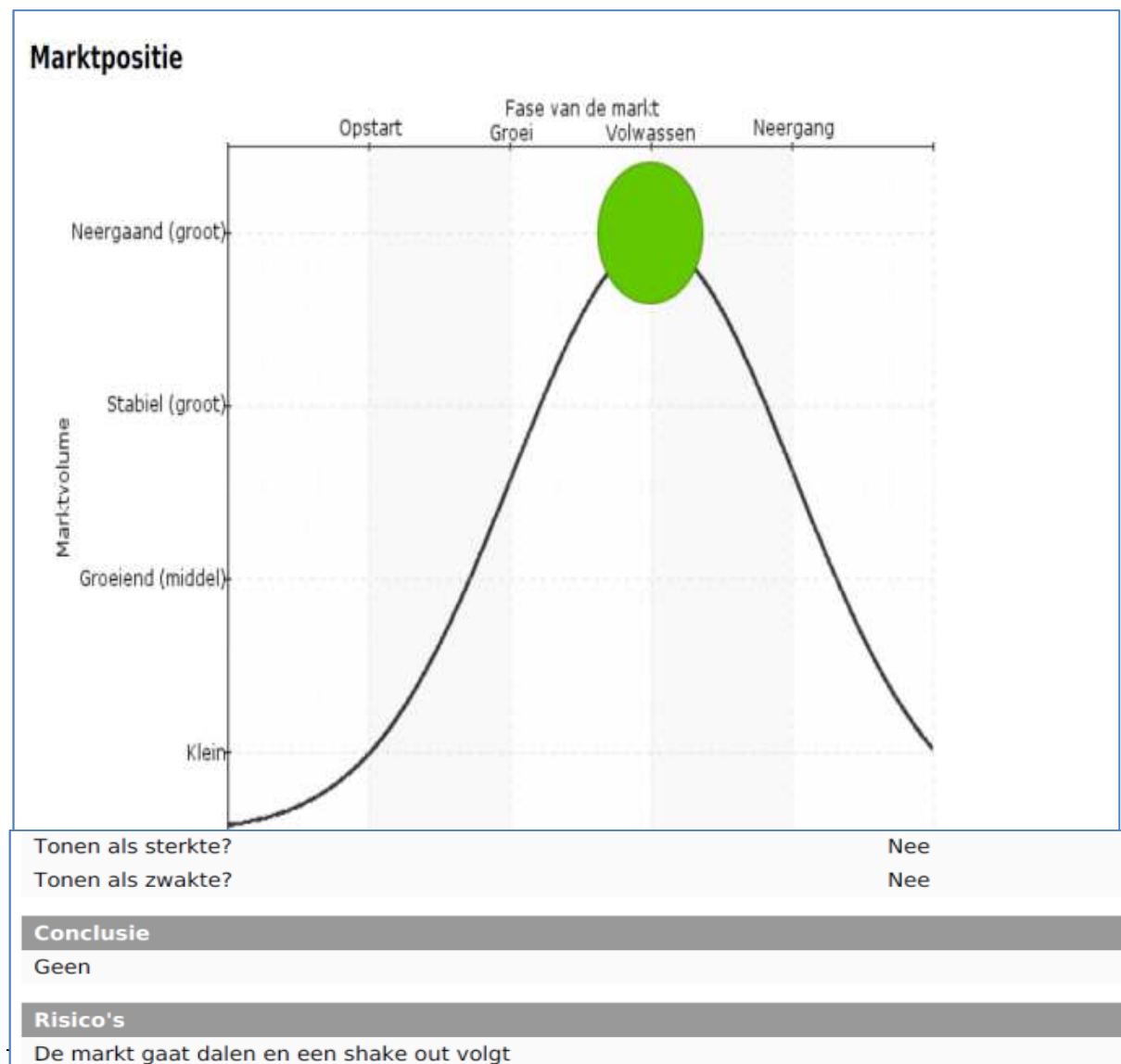
A: Analyse

In de Bijlagen worden bij "A: Analyse" alle analyses weergegeven, inclusief de titel van de grafiek, of tabel met de uitleg. Dit is dezelfde uitleg die je ook in de analyse hebt gezien, zodat je meteen kunt teruglezen wat de betekenis van de grafiek is, zonder dat je MijnBedrijfsanalist hoeft op te starten.

Vervolgens wordt de grafiek/tabel getoond met je ingevoerde conclusies en risico's.

Hierna volgen van elke bedrijfsanalyse twee voorbeelden. Elke bedrijfsanalyse bevat tussen de 12 en 20 analyses.

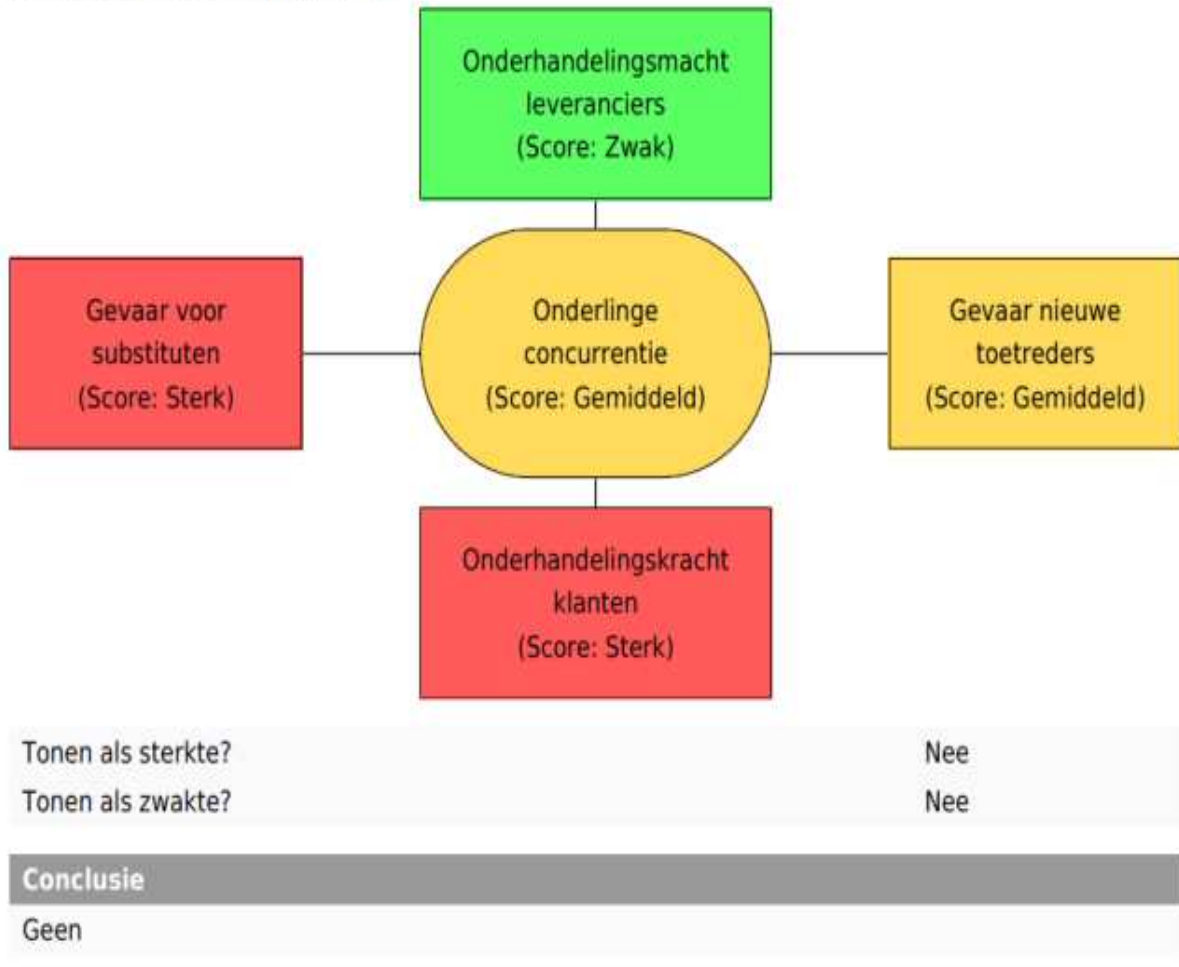
Concurrentieanalyse



De kracht van de verschillende concurrenten

Dit krachtenmodel laat zien hoe de concurrentiekracht in de markt is verdeeld. Welke kracht is de grootste? Welke is de kleinste?

Overzicht concurrentiekracht



Dit zijn slechts 2 voorbeelden van de inhoud van de concurrentieanalyse. Andere analyses bevatten:-

- de bedrijfspositie
- de productpositie
- het aandeel van product(-groep) in de omzet
- het marktaandeel
- de groeipositie
- de score kernwaarden
- de succesfactoren van de concurrent
- de zwakke punten van de concurrent

Maak nu je eigen concurrentieanalyse op:

www.mijnbedrijfsanalist.nl/abonnement/concurrentieanalyse

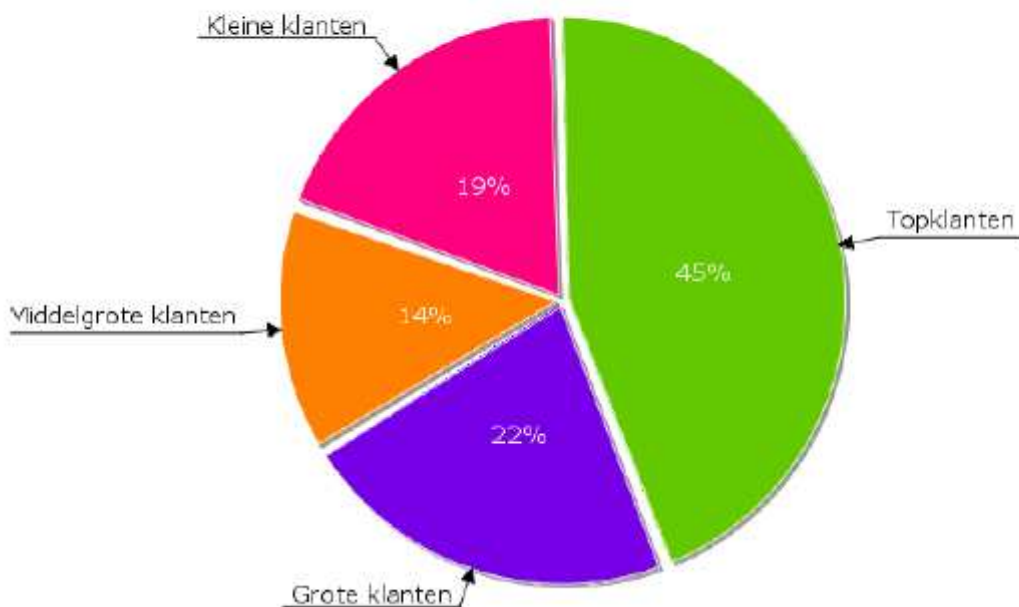
Omzetaandeel per type klanten

De grafiek laat de omzetverdeling zien op basis van de indeling van je klanten in de categorieën:-

- top klanten,
- grote klanten,
- middelgrote klanten,
- kleine klanten en
- inactieve klanten.

Het kan zijn, dat de inactieve klanten helemaal geen omzet hebben gedaan in deze periode dan worden deze niet getoond.

Omzetaandeel per type klanten



Tonen als sterkte?	Ja
Tonen als zwakte?	Nee

Conclusie

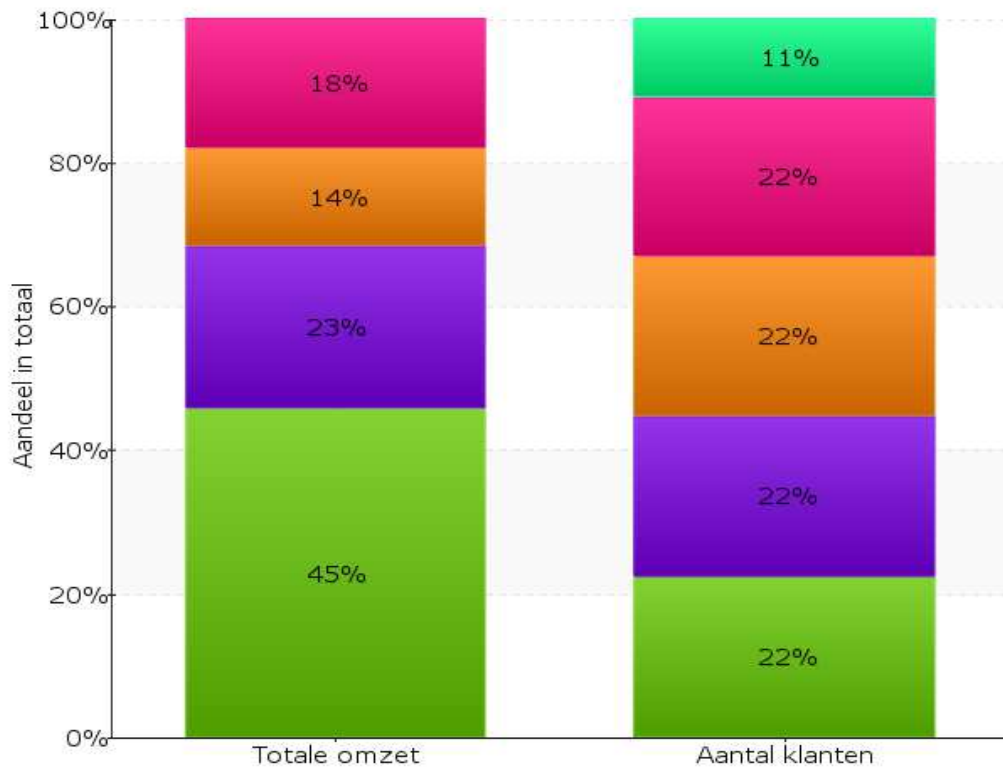
Goede verdeling omzet per categorie

Risico's

Geen

Klant piramide

■ Topklanten ■ Grote klanten ■ Middelgrote klanten ■ Kleine klanten ■ Inactieve klanten



Tonen als sterkte?

Nee

Tonen als zwakte?

Ja

Conclusie

Mooie verdeling aantal klanten per categorie

De invloed op de omzet van de top klanten is groot

Risico's

Geen

Dit zijn slechts 2 voorbeelden van de Klantanalyse. Andere analyses zijn:-

- marktpositie
- klantpositie
- overzicht verdeling aantal klanten per klantgroep
- klantmodel
- klantwaarde
- ontwikkeling klanten
- doelgroep
- top 20
- omzetaandeel per type klanten
- klantpiramide

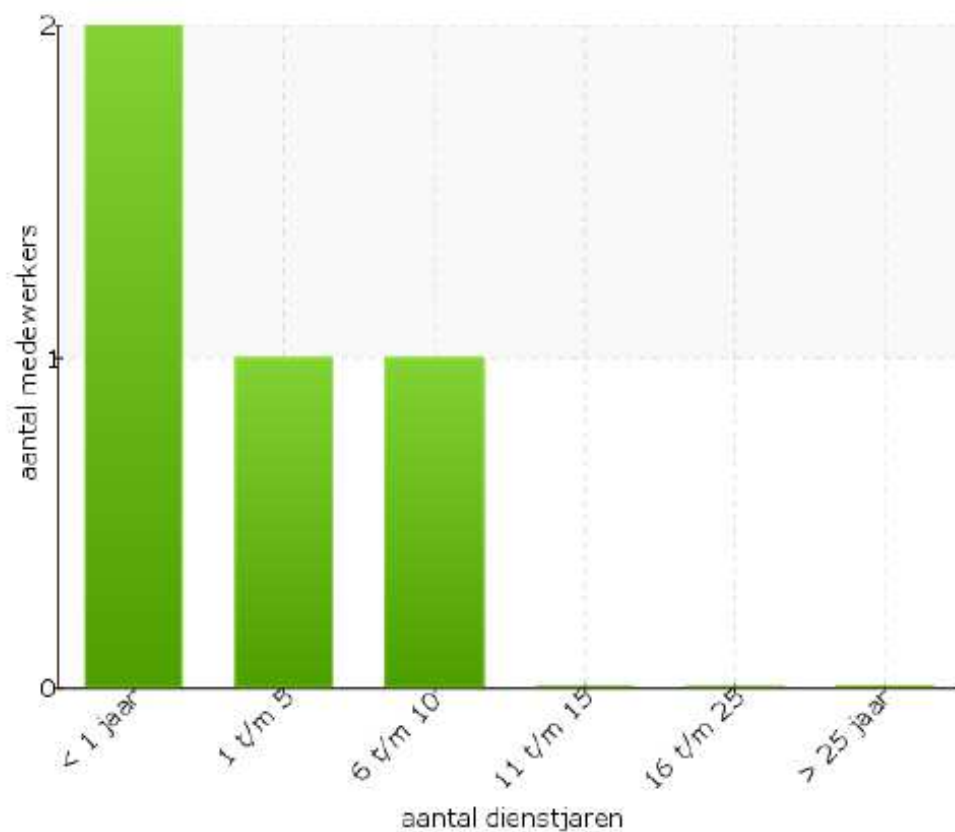
Maak nu je eigen klantanalyse op: <https://www.mijnbedrijfsanalist.nl/abonnement/klantanalyse>

Overzicht verdeling dienstjaren

De grafiek geeft een overzicht van het aantal medewerkers dat binnen een categorie dienstjaren valt. Als je alleen maar medewerkers met hele korte dienstverbanden hebt, kun je je afvragen wat daar de oorzaak van is. Ook bij alleen maar lange dienstverbanden, kun je je af te vragen of dit voor je bedrijf gewenst is, of dat je dat liever anders zou willen.

In de grafiek wordt weergegeven het aantal gehele jaren dat een medewerker in dienst is per 31 december van het jaar dat je analyseert. Medewerkers die later in dienst gekomen zijn dan het jaar dat je analyseert worden vermeld in de categorie <1.

Teamsamenstelling: Dienstjaren



Tonen als sterkte?

Ja

Tonen als zwakte?

Nee

Conclusie

Voldoende kennisborging op basis van aantal dienstjaren

Functioneren- een vlootschouw van je medewerkers

Het overzicht geeft inzicht in het functioneren van de medewerkers. Het is een zogenaamde vlootschouw. De indeling is gebaseerd op de antwoorden gegeven bij het functioneren, de mogelijkheid om promotie te maken, dan wel een andere functie op gelijk niveau uit te oefenen gecombineerd met het ziekteverzuim.

Overzicht functioneren medewerkers in een vlootschouw

Goed	Risico	Gevaar
<ul style="list-style-type: none">• Marion Schaap• Mede de Tweede• Persoon Vier	<ul style="list-style-type: none">• Marie van Drie	
Tonen als sterkte?		Nee
Tonen als zwakte?		Nee
Conclusie		
Geen		
Risico's		
Geen		

Dit zijn slechts 2 voorbeelden van de analyses in Management & Personeel. Andere analyses bevatten:-

- man-vrouw verhouding
- leeftijdsopbouw
- verdeling dienstjaren
- gemiddelde leeftijd/dienstjaren
- aandeel fulltime – parttime
- capaciteitsoverzicht
- soort dienstverband
- ontwikkeling gemiddelde loonkosten
- loonkosten per medewerker
- loonsom per maandag
- reiskostenregeling
- deelname personeelsregelingen
- vakantietegoed
- ziekteverzuim



Maak nu je eigen analyse Management & Personeel op:

<https://www.mijnbedrijfsanalist.nl/abonnement/management-personeel>

Gekozen groeistrategie

Je hebt gekozen voor:

- **Marktpenetratie** - Verbreding of verdieping, het openen van een nieuw filiaal en/of je richten op klanten van de concurrent. Bij marktverdieping zet je je promotiemiddelen in om je bestaande klanten te bewegen tot een grotere afname van je product. Bij marktverbreding zet je je promotiemiddelen in om nieuwe klanten te werven en richt je je op de mensen die je product nog niet gebruiken.
- **Productontwikkeling** - je assortiment vernieuwen en verbeteren en hiermee meer klanten trekken.
- **Marktontwikkeling** - je huidige assortiment op een andere manier aanbieden, bijvoorbeeld via internet, in het buitenland of via franchise bij een ander bedrijf.
- **Diversificatie** - met een nieuw assortiment een andere markt aanboren.

Risico's

Naarmate de groeistrategie verschuift van je huidige producten en markten naar nieuwe producten en markten, verhoog je hiermee het risico voor je bedrijf. Een nieuwe markt moet verkend worden en dat heeft tijd nodig, voordat nieuwe doelgroepen bekend zijn met de producten van de nieuwe aanbieder.

Gekozen groeistrategie

	Bestaande producten	Nieuwe producten
Bestaande markten	Penetratie door verbreding of verdieping	Productontwikkeling
Nieuwe markten	Marktontwikkeling	Diversificatie

Overzicht interne en externe kernwaarden

Je interne en externe kernwaarden geven aan, hoe je bekend staat in de markt en hoe je intern met elkaar, maar ook met je relaties omgaat. Belangrijk is dat ze in balans zijn. Het is bijvoorbeeld moeilijk het beste advies te garanderen aan je klanten als je onvoldoende geschoold personeel hebt.

Interne kernwaarde(n)	Externe kernwaarde(n)
<ul style="list-style-type: none">• Pragmatisch• Eerlijk• Afspraak=afsprak• Betrouwbaar	<ul style="list-style-type: none">• Pragmatisch• Praktijkgericht• Kwaliteit• Betaalbaar
Tonen als sterkte?	Nee
Tonen als zwakte?	Nee
Conclusie	
Interne en externe waarden zijn in evenwicht	
Risico's	
Geen	

Dit zijn slechts 2 voorbeelden van de analyses in Missie, visie en strategie. Andere analyses bevatten:-

- het bedrijfsmodel
- het verdienmodel
- strategie mbt productgroepen of diensten
- activiteitenanalyse
- overzicht van missie en visie
- ontwikkelingen die de doelstellingen kunnen beïnvloeden
- overzicht successtatement en visie
- onderscheidend vermogen
- analyse doelstellingen
- de ultieme droom



Stel nu je eigen missie en visie gestructureerd vast en maak een professioneel plan:

<https://www.mijnbedrijfsanalist.nl/abonnement/missie-visie-en-strategie>

B: Risico's

Hieronder wordt een voorbeeld van de risicoanalyse weergegeven.

		Kosten		
		Laag	Middelgroot	Hoog
Kans	Groot	Onvoldoende verkoopcapaciteit op woensdag		
	Neutraal			
	Klein	Teveel medewerkers op lange termijn tegelijk met pensioen		Inflexibiliteit door vaste contracten

Op basis van de risico analyse heb je mogelijk acties gedefinieerd. De acties worden behalve hieronder ook opgenomen in het actie overzicht in bijlage C: Acties

Risico	Actie
Teveel medewerkers op lange termijn tegelijk met pensioen	Bij aannamebeleid ook letten op teamsamenstelling
Verloop te hoog wordt	Loyaliteitsprogramma in de vorm van opleidingen
Onvoldoende verkoopcapaciteit op woensdag	Bezetting van vrijdag overhevelen naar woensdag
Inflexibiliteit door vaste contracten	Meer zzp inhuren



C: Acties

Hier wordt een overzicht getoond met de projecten en de daarbij behorende acties. Acties die niet bij een project horen worden weergegeven onder: Actiepunten zonder project.

Hieronder een voorbeeld met het project aannamebeleid, waar 3 acties bij horen.

Aannamebeleid						
Doel:	Duidelijke richtlijnen vaststellen					
Prioriteit:	Important					
Eigenaar:	Marion					
Actie	Eigenaar	Deadline	Tijd	Budget	Prioriteit	Status
Meer nieuwe jonge medewerkers aannemen. Ook mogelijkheid van stagiairs bekijken					Urgent	Nieuw
Bij aannamebeleid ook letten op teamsamenstelling					Urgent	Nieuw
Meer zzp inhuren					Urgent	Nieuw
Actiepunten zonder project						
Actie	Eigenaar	Deadline	Tijd	Budget	Prioriteit	Status
Verjongen					Urgent	Nieuw
Bezetting aanpassen aan de werkdruk					Urgent	Nieuw