

StartersMagazine

Praktische informatie voor nieuwe ondernemers

2014/2015



IN
10 STAPPEN
NAAR JE
EIGEN BEDRIJF

Fabienne Chapot van Fab.

**“ONDERNEMEN IS
VOORAL EEN KWESTIE
VAN DOEN!”**

Amsterdam

Of je nu tekstschrijver of loodgieter bent...

**ZO BEPAAL JE ZELF EEN
PASSEND UURTARIEF!**

Van inlevingsvermogen tot verkopen

**ZEVEN ONMISBARE
ONDERNEMERSKWALITEITEN**



“40% van onze producten verkopen we via Admarkt”



Jeroen Slokker, eigenaar rozenkelim.nl

ONTVANG
NU GRATIS
€ 50,-
ADVERTENTIEGOED
met code:
MPKVK1415
Geldig tot: 31/12/15

Vergroot uw naamsbekendheid door Marktplaats

Ondernemer Jeroen Slokker adverteert sinds de start van zijn bedrijf op Marktplaats met Admarkt Topadvertenties. Zo weten vele nieuwe klanten de weg naar zijn webwinkel te vinden. Volgens Jeroen een simpele manier om naamsbekendheid te vergroten en omzet te realiseren. Lees het succesverhaal van rozenkelim.nl. Overtuigd? Probeer dan Admarkt zelf ook gratis uit. Binnen 5 minuten bereikt u uw doelgroep. Zie de bijgevoegde flyer in dit magazine hoe u dat doet.



Voor meer informatie:
www.admarkt.nl/kvk



088 – 008 26 26
(ma t/m vr 9.00 tot 17.30, lokaal tarief)

INHOUD

**KORT ACTUEEL NIEUWS
VOOR STARTENDE
ONDERNEMERS** 6



**HET ONDERNEMERS-
VERHAAL VAN
FABIENNE CHAPOT** 40

Van een drang naar avontuur tot een succesvol mode-imperium. Fabienne Chapot startte in 2006 Fab. Ze ontwerpt en levert tassen, schoenen, riemen, portemonnees en andere accessoires. Er is een Fab.Store en het merk is verkrijgbaar in twaalf landen. Fabienne: “Op een gegeven moment weet je: ondernemen is op mijn lijf geschreven.”



**STAP 1
ONDERZOEK JE MOGELIJK-
HEDEN EN TEST JE KWALITEITEN**

**7 ONDERNEMERS-
KWALITEITEN** 14

Als ondernemer moet je veel kunnen. Volgens coach en trainer Arthur Tolsma zijn er zeven kwaliteiten die je als ondernemer moet bezitten. Van verkopen tot durven vragen en van rekenen tot leren aanpassen. “Als je net begint, is flexibiliteit misschien wel het belangrijkste.”

**STAP 2
VERKEN DE MARKT EN BEPAAL
JE STRATEGIE**

GAT IN DE MARKT 18

Je hebt een goed idee en wilt zo snel mogelijk aan de slag. Ho, stop, sta stil! Om van een onderneming een succes te maken, is een goede voorbereiding noodzakelijk. Marktonderzoek helpt daarbij.

Het levert waardevolle informatie op en geeft een objectief en betrouwbaar inzicht in jouw markt.

**STAP 3
MAAK EEN FINANCIËEL PLAN
EN ZOEK UIT OF JE
FINANCIËRING NODIG HEBT**

BEPAAL JE UURTARIEF 22

Als tekstschrijver, bedrijfsadviseur of timmerman verkoop je vooral jezelf. Het bepalen van jouw uurtarief is dus van groot belang. Bedenk wat je zelf aan inkomen nodig hebt, kijk wat de uurtarieven van concurrenten zijn en of er veel vraag of juist weinig aanbod is. Een rekenvoorbeeld.

SHOW ME THE MONEY 24

Voor veel ondernemers is startkapitaal van levensbelang. Maar hoe kom je nu aan dat broodnodige krediet? Vijf ondernemers nemen je mee in hun zoektocht naar geld.



**STAP 4
BEDENK EEN KLINKENDE EN
UNIEKE BEDRIJFSNAAM**

WHAT'S IN A NAME? 32

“Een goede bedrijfsnaam is reclame op zich. Het is een one-word-story”, vertelt Erwin Wijman van de Bedrijfsnamenfabriek. Niet alle bedrijven hebben dat even goed begrepen.

**STAP 5
KIES EEN RECHTSVORM**

WAT WORDT HET? 34

Een eenmanszaak of toch een bv? Als startende ondernemer kies je een rechtsvorm. Soms blijkt dat, bijvoorbeeld wanneer het bedrijf groeit, overstappen loont. Ondernemer Maria van Lith ging van eenmanszaak naar coöperatie.



“Rabobank wees ons op Interpolis ZekerVanJeZaak®.”

Uit onderzoek van TNS-NIPO blijkt dat ondernemers na verloop van tijd niet meer precies weten welke ondernemingsrisico's gedekt zijn met hun verzekering. Vooral starters die een groeispurt maken, raken nog wel eens het overzicht kwijt. Maar er is hoop. Robbert-Jan van Oeveren, samen met Jules Prick oprichter van service designbureau Koos*, weet hoe je alles strak en zakelijk regelt.

Wel zo slim: Een verzekering die met je meeverandert.

Zelf net gestart en nu al alles op de rit? “Het heeft wat tijd gekost, maar nu staat het: het meubilair, een ruimte om te brainstormen en een om te vergaderen. Al met al een goed begin.”

Maar zeker niet het eind. Ambities genoeg, toch? “Nou en of. We willen klanten helpen een visie te ontwikkelen voor zinvolle innovaties. Wij vertalen die visie in slimme producten en, uiteindelijk, in ijzersterke merken. En ja, we willen groeien. Via mijn partner, die drie jaar in Australië heeft gewerkt, hebben we al een internationaal netwerk. Gecombineerd met mijn zakelijke contacten uit Delft, opgedaan bij mijn vorige werkgever, moeten we een heel eind kunnen komen.”

Hoe ga jij, als designer, je eigen groei vorm geven? “Goeie vraag. En ook eigenlijk simpel te beantwoorden: door flexibel te blijven. De ruimte die we nu hebben, stelt ons in staat

in de toekomst eenvoudig uit te breiden. Dus voor meer vierkante meters hoeven wij echt niet naar de Zuidas. Dat soort zaken bekijk ik heel planmatig.”

Strak organiseren dus. “Zeker, dat is mijn kracht. En dat voer ik zo ver mogelijk door. Niet alleen voor mijn klanten, maar zeker ook voor mezelf.”

Klinkt alsof je op alles voorbereid bent. “Eigenlijk wel. Als ondernemer moet je soms bepaalde risico's nemen, maar het meeste kan je van tevoren inschatten. Strategisch vooruitdenken, zeg maar.”

Lijkt me wel vervelend, dat geregeld. Voor je het weet, kom je niet meer aan werken toe. “Dat is weer een kwestie van de juiste partijen inschakelen. Voor de verzekeringen, om maar eens een dwarsstraat te noemen, zijn we nu in gesprek met de Rabobank. Zij wezen ons op Interpolis ZekerVanJeZaak®. Daarmee inventariseer je je ondernemingsrisico's en

bepaal je zelf wat je afdekt. Start je nieuwe activiteiten in je bedrijf of breid je op een bepaald moment uit, dan is de verzekering zo slim dat ze met je meeverandert. Met garantie tegen onderverzekering! Het enige wat je hoeft te doen is slechts 1x per jaar online je gegevens actualiseren. Verder heb je er geen omkijken naar. En wat helemaal handig is: bankzaken en verzekeringen geregeld in één gesprek. Kijk, dat scheelt mij dus handenvol werk.”

Laatst zei iemand: ‘Verzekeren is de dode hoek voor kleine ondernemers.’ Dat geldt dan niet voor jou? “Echt niet. Ik wil altijd precies weten waar ik sta. Helderheid, daar gaat het om. Zo hebben we Koos, ons bureau, ook omschreven. Koos is een gezonde Hollandse jongen die zegt waar het op staat. In die filosofie geloven we.”

* www.burokoos.com

Interpolis. Glashelder

INHOUD

CHECKLIST 38

Vul de KvK-checklist in en kom erachter of je klaar bent om te gaan ondernemen!

STAP 6 ZORG DAT JOUW ADMINISTRATIE VOLDOET AAN DE EISEN 46

LEUKER KUNNEN ZE HET NIET MAKEN...

De fiscale zaken horen er (helaas) ook bij. We geven antwoord op vijf belangrijke vragen die leven rondom belastingen.

OP DE BONNEFOOI 49

Trainer en bedrijfsadviseur Eric Leenderts vertelt wat je zelf kunt doen om de kosten van de accountant zo laag mogelijk te houden en waar je aan moet denken als je zelf een online boekhoudpakket wilt aanschaffen.

STAP 7 STEL ALGEMENE VOORWAARDEN OP EN BEPAAL OF JE BEDRIJFSVERZEKERINGEN NODIG HEBT 50

DE KLEINE LETTERTJES

Goede algemene voorwaarden kunnen jouw aansprakelijkheid beperken en daarmee veel tijd en ellende besparen.

6 TIPS VOOR ZEKERHEID IN ZAKEN 52

Als ondernemer heb je meer onzekerheden dan wanneer je in vaste dienst bent. Gelukkig kun je ook zekerheid ‘kopen’. In de vorm van een arbeidsongeschiktheids- of rechtsbijstandsverzekering bijvoorbeeld.



STAP 8 CONTROLEER OF JE BEDRIJF AAN ALLE EISEN VOLDOET 55

HOUD JE AAN DE SPELREGELS

Wet- en regelgeving, je ontkomt er niet aan. Ondernemer Julien van Stokkem had een Drank- en Horecaverunning nodig voor zijn restaurant Balijepark in De Meern en het pand moest voldoen aan bepaalde inrichtingseisen. “Het viel me op dat bepaalde instanties als gemeente en brandweer elkaar soms tegenspreken.”



STAP 9 SCHRIJF JE BEDRIJF IN BIJ DE KVK EN REGEL DE AANMELDING BIJ DE BELASTINGDIENST 58

WAT JE MOET REGELEN VOORDAT JE BEGINT

In vrijwel alle gevallen schrijf je je als ondernemer in in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel. Dit bevordert rechtszekerheid bij het zakendoen.



STAP 10 GA OP ZOEK NAAR KLANTEN EN MAAK PLANNEN VOOR DE TOEKOMST 60

DE KLANT IS KONING

Het vinden van opdrachtgevers is van levensbelang. Zo vind jij hen en zo vinden zij jou!

VAN OFFERTE NAAR FACTUUR 68

Een goede offerte is van levensbelang. Net als een goede factuur. De do's en don'ts.

NETWERKEN 72

Netwerken werkt. Als je je aan een aantal spelregels houdt tenminste. “Ondernemen doe je niet op de bonnefooi, dus netwerken ook niet.”

COLOFON

StartersMagazine is een uitgave van de Kamer van Koophandel, Kroonstraat 50, 3511 RC Utrecht. T 088 5851585
Kamer van Koophandel: Roel van der Beek, Gerdine Annaars, Joop Dahlmans, Peggy Kaal, Mariëlle van Luttervelt, Johan van Schijndel
Concept en realisatie: Head Office NL, part of Sanoma, postbus 369, 1200 AJ Hilversum. T 035 68 999 00, www.headoffice.nl
Hoofredactie: André Bisschop
Managing Editor: Krista Haneveld, Matthijs Rijlaarsdam
Bureauredactie: Cathelijne Jansen

Art direction: Xander Elink Schuurman
Vormgeving: Doriene Koot, Majel van der Meulen
Traffic en productie: Marcella Panjer
Account director: Kim Rikken
Creative director: Rupert van Woerkom
Landelijke advertenties: Head Office NL
Sales- en marketingdirector: Erik van Leijenhorst
Accountmanagement: Marcel van Geilswijk, Patricia Rijksen
Verder werken mee: Remco Bohle, Jan van Deursen, Wim Glas, Charlotte de Heij, Wilma van Hoefflaken, Mirjam van Immerzeel, Lisette Jongerius, Paulien Nengerman, NFP Photography, Tessa Posthuma de Boer, Corné van der Stelt, Rutger Vahl, Milou van der Will, Ton Zonneveld

Aan de in deze uitgave vermelde prijzen en gegevens kunnen geen rechten worden ontleend.
© Niets uit deze uitgave mag op welke wijze dan ook worden vervoelvuldigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en andere auteursrechtbehouders.



AUTO VAN DE ZAAK: JA OF NEE?

Als zelfstandige kan het uiterst prettig zijn om je ook zelfstandig van A naar B te begeven: lang leve de auto! Maar wie gebruikmaakt van een auto van de zaak, moet wel rekening houden met een aantal zaken. Hoe zit het bijvoorbeeld met het privégebruik van de auto? Welke kosten zijn aftrekbaar? En kun je de auto op eigen naam zetten in plaats van op het bedrijf? Antwoorden hierop en veel meer vind je op www.ondernemersplein.nl.



EEN ONDERNEMINGSPLAN: NIET LEUK, WEL BELANGRIJK

Met een ondernemingsplan maak je jouw ideeën concreet en het dient als leidraad voor de komende jaren. Tevens moet je een ondernemingsplan indienen bij de bank als je krediet nodig hebt. Maar wat moet

daar allemaal in staan? Op internet is veel informatie te vinden. Microkredietverlener Qredits heeft bijvoorbeeld een ondernemingsplansjabloon op de website staan. www.qredits.nl

GROEICHECK

Heb je je plan voor de toekomst al in de pocket? En wil je jouw persoonlijke ontwikkeling en die van je bedrijf een stevige boost geven? De KvK ondersteunt deze gezellen met de speciaal voor hen ontwikkelde GroeiCheck, het GroeiPlan en een aantal webinars. De GroeiCheck geeft ondernemers inzicht in hun ambities en groeikansen. Vervolgens krijgen ze een persoonlijk advies op welk vlak ze zich gedurende een begeleidings-traject verder kunnen ontwikkelen en wie hen daarbij kan ondersteunen. Meer informatie: www.kvk.nl/groeicheck.



THINK BEFORE YOU (WEB)SHOP

Webshops schieten als paddenstoelen uit de grond. Wil je ook een eigen winkel online beginnen, besef dan dat ook voor webwinkels wettelijke regels gelden. Zoals regels over het bestelproces, over het afhandelen van de bestellingen, over cookies en e-mailmarketing, over informatie die verplicht op uw website vermeld moet staan en over het gebruik van algemene voorwaarden en keurmerken. Op www.ondernemersplein.nl/webwinkel vind je een overzicht, checklist en film over de start van een webwinkel.



OPEN COFFEE

Dankzij Facebook, Twitter en LinkedIn is netwerken tegenwoordig appeltje-eitje. Echter, vergeet niet om naast de virtuele wereld ook in real life te netwerken. Persoonlijk, face to face contact is immers anders dan op sociale media en biedt zodoende ook weer andere kansen. Geen idee waar te beginnen met netwerken? Ga dan eens naar een Open Coffee. In tal van gemeentes kun je hier in een laagdrempelige omgeving een kop koffie doen met andere ondernemers. Kijk op www.zzpagenda.nl/open-coffee voor een overzicht.

EEN EIGEN STEKKIE

Eigen baas zijn betekent ook een eigen werkruimte. De mogelijkheden zijn echter enorm: begin je eerst vanuit huis? Is een openbare werkplek als Seats2Meet meer iets voor jou? Of ben je op zoek naar een eigen bedrijfspand? Wat je ook kiest, er is veel om over na te denken. Op www.ondernemersplein.nl/ondernemen/huisvesting-en-milieu/een-locatie-kiezen kom je er in enkele stappen achter welke huisvesting het beste bij je past.

UITKERING? BEGIN EEN EIGEN BEDRIJF!

Wist je dat je met geheel of gedeeltelijk behoud van je WW-uitkering een eigen bedrijf kunt starten? Er zijn twee mogelijkheden. Je maakt gebruik van de startersregeling. Voor een periode van 26 weken ontvang je dan 29 procent minder WW-uitkering. Hiervoor is toestemming nodig van je werkcoach. Als je dit niet wilt, dan kun je ook voor optie 2 kiezen. Dan zet je je uitkering stop voor het aantal uren dat je als zelfstandige gaat werken. Ontvang je een bijstandsuitkering of ben je arbeidsongeschikt? Ook dan zijn er volop mogelijkheden om een eigen bedrijf te starten. Meer informatie vind je op www.ondernemersplein.nl.

KANSEN DOOR INNOVATIE



Als ondernemer moet je jezelf continu vernieuwen en verbeteren. Innoveren noemen we dat. Een idee voor innovatie uitwerken kost alleen geld. Met een goede voorbereiding maak je meer kans om de financiering rond te krijgen. Daarom is het aan te raden om een financieel plan te maken. Houd voor ogen dat er ook verschillende financieringsvormen zijn, zoals subsidies. Een subsidie-adviseur kan je hierbij helpen. Meer weten over innoveren? Kijk dan op www.ondernemersplein.nl/ondernemen/innovatie.

VOOR AL UW VRAGEN OVER FINANCIERING

Wie begint met ondernemen, moet zijn of haar financiën goed op een rijtje hebben. Te beginnen met een financieel plan. Hierin zet je op een rijtje wat je nodig hebt om te starten. Welke investeringen wil je doen en hoe ga je dat financieren? De KvK helpt je hier graag bij. Kijk eens op www.kvk.nl/financiering voor een uitleg over hoe je financiering kunt vinden. Of neem contact op met de KvK-Financieringsdesk: 0800 - 1014 (werkdagen van 8.30 - 17.00 uur) of financiering@kvk.nl.



Lianne Kooistra startte haar eigen tekstbureau.

“ER WAREN MINDER BEREN OP DE WEG DAN IK DACHT”

Lianne Kooistra (31) werkte een paar jaar als hoofdredacteur van een vakblad, tot het magazine in 2013 failliet ging. Een van de adverteerders met wie ze altijd werkte, opperde of ze niet een klus voor hen kon doen. Zodoende was het steentje voor haar tekstbureau Mijnheer van Puffelen gelegd.

Hoe kijk je terug op je eerste jaar als eigen baas?

“Hectisch! Maar bovenal superpositief. Ik heb veel uiteenlopende opdrachtgevers en dankzij mijn uitgebreide netwerk kreeg ik ook veel mooie klussen aangeboden. Het is hard werken, maar er waren minder beren op de weg dan ik dacht.”

Wat is je grootste les geweest?

“Dat je duidelijke afspraken moet maken met klanten, ook als het om kennis of bekende opdrachtgevers gaat. Je bent snel geneigd om dat niet te doen, omdat je elkaar al kent. Maar zakelijk is dat niet. Zet alles daarom op papier en vraag om bevestigingen. Dan kom je minder snel voor verrassingen te staan.”

Heb je een gouden tip voor andere starters?

“Probeer barterdeals te sluiten met mensen die je nodig hebt. Zo doe ik af en toe redactioneel werk voor mijn belastingadviseur en de eigenaar van de kantoorruimte waar ik zit. Zodoende kunnen we de factuurbedragen haast tegen elkaar wegstrepen.” www.mijnheervanpuffelen.nl



Overleg aan de keukentafel, of toch liever in je **eigen kantoor?**

AL VANAF **125 EURO PER MAAND**

+31(0) 20 622 08 08 | WWW.ZWERFKEIBEHEER.NL

Betaling van uw facturen binnen 24 uur

Svea Finans is een van origine uit Zweden afkomstige credit managementorganisatie. In Nederland richt haar dienstverlening zich specifiek op het bieden van factoringoplossingen voor MKB-bedrijven en zelfstandigen. Door haar jarenlange ervaring met deze specifieke markt is Svea Finans een goed en betrouwbaar alternatief voor bankfinanciering.

Svea Finans verstrekt u geen lening, maar koopt uw vordering aan op het moment dat u deze aan uw klant verstuurt en betaalt deze binnen 24 uur aan u uit. Daarbij neemt Svea Finans gelijktijdig het debiteurenbeheer van u over en draagt zij ook het kredietrisico van de aangekochte vordering. Anders dan bij bancaire financieringen, stelt Svea Finans geen eisen aan omzet. Ook is er geen verplichting om uw volledige debiteurenportefeuille te verkopen. Svea Finans biedt u dus zekerheid en flexibiliteit.

Voordelen van factoring via Svea Finans:

- Uitbetaling binnen 24 uur
- Uw kredietrisico is afgedekt
- Geen minimale omzeteisen
- Uitbesteding debiteurenbeheer
- Flexibel inzetbaar
- Zeer geschikt voor ZZP en MKB

Interesse? Vul het aanvraagformulier op onze website www.sveafinans.nl in en wij nemen contact met u op.

SVEA
FINANS

Kantoor *Reeuwijk* - Postbus 16, 2810 AA Reeuwijk. Tel.: 0182-624400
Kantoor *Amsterdam* - Postbus 92001, 1090 AA Amsterdam. Tel.: 020-3989000
E-mail: info@sveafinans.nl - www.sveafinans.nl

slimme oplossingen die zichzelf betalen

De nieuwe generatie betaalautomaten van Worldline. Klaar voor contactloze betalingen (NFC).

- ▶ YOMANI, toonbank automaat standaard met NFC lezer
- ▶ YOXIMO, mobiele automaat standaard met NFC lezer

- ▶ Voorbereid op de toekomst
- ▶ Koop of huur, alle opties mogelijk
- ▶ Huur vanaf €25 per maand totale ontzorging zonder instapkosten

Vraag meer informatie aan via 0180 442442 of info-netherlands@worldline.com

an atos company



worldline
e-payment services

ONDERNEMEN IN HET KORT

WIST JE DAT...

- Starters vooral eigen geld gebruiken om hun bedrijf op te richten? Een lening bij familie en vrienden afsluiten is een tweede financieringsbron. Ook gebruiken veel starters afnemers- en leverancierskrediet.
- In Noord-Brabant en Zuid- en Noord-Holland in 2013 de meeste nieuwe bedrijven werden opgestart?
- Starters voornamelijk aan de slag gaan binnen de zakelijke dienstverlening, detailhandel, bouw en zorg?
- Het aantal zzp'ers tussen 1996 en 2014 is gegroeid van 97.000 naar 791.000 mensen?
- Sinds 1993 het aantal bedrijven dat wordt gerund door Turks-Nederlandse ondernemers met 200 procent is gegroeid?
- Van alle nieuw ingeschreven starters in 2014 93 procent als zzp'er aan de slag ging?



HALLO! IK HEB EEN VRAAG

Soms heb je dat wel eens: je zit ergens mee en wil graag de mening van andere ondernemers. Hoe je met sociale media om moet gaan bijvoorbeeld. Of hoe je een goede webbouwer vindt. Voor al deze vragen is er Hallo!, de community van de Kamer van Koophandel. Neem snel een kijkje op www.kvk.nl/hallo en maak een account aan.

“DE OVERNAME GAF ME EEN ENORME VOORSPRONG”

Beginnen met ondernemen door een bestaand bedrijf over te nemen, biedt vele voordelen. Zo hoef je bijvoorbeeld niet alles meer uit de grond te stampen. Moniek van Schaik nam in 2014 de webshop www.teitloos.nl over.



Moniek van Schaik startte haar bedrijf met een overname.

Hoe vond je dat, een bedrijf overnemen?

“Erg spannend! Het was voor het eerst dat ik voor mezelf begon. Toch is het me alles meegevallen. De vorige eigenaar heeft me enorm op weg geholpen met allerlei handleidingen voor de shop, de techniek en het klantenbestand. Verder waren er al afspraken met de webbeheerder en de bezorgers. En natuurlijk waren er ook nog de vaste klanten die mij een eerste start gaven voor het versturen van bijvoorbeeld nieuwsbrieven. Dit alles gaf me een enorme voorsprong. Dat had ik allemaal nooit kunnen doen als ik voor mezelf was begonnen. Ik kon me nu gelijk bezighouden met de inkoop en de verkoop; alle randzaken waren eigenlijk al voor het starten geregeld.”

Wat heb je geleerd van de overname?

“Dat mijn klanten niet per definitie de klanten van het oude Teitloos zijn en andersom. Ik heb er te weinig bij stilgestaan dat de veranderingen die ik heb doorgevoerd niet door iedereen positief worden ontvangen. Mijn klantenbestand is nu langzaam met de shop aan het meeveranderen. Dat geeft me het gevoel dat ik op de goede weg ben.”

Hoe gaat het nu?

“Heel goed! Bovendien heb ik zo ontzettend veel geleerd. Over inkoop, bloggen, administratie, klantcontacten, marketing en vooral over mezelf. Doen waar je hart ligt is volgens mij altijd een goede keus.”

www.ondernemersplein.nl/overnemen

ÉÉN OF MEER HANDELSNAMEN PER INSCHRIJVING?

Het verzinnen van de juiste naam voor je eigen bedrijf kan een enorme hersenbreker zijn. Niet getreurd: je kunt meerdere handelsnamen onder één inschrijving laten vallen. Voorwaarde is wel dat je de namen

daadwerkelijk gebruikt of op korte termijn gaat gebruiken. Vul op de website van de KvK Formulier 14 in, onderteken het en stuur het per post naar de Kamer van Koophandel.



JAARSTUKKEN DEPONEREN DOE JE ZO

Alle bv's, nv's, coöperaties en onderlinge waarborgmaatschappijen moeten jaarstukken deponeren. Vanaf boekjaar 2016 is digitaal deponeren verplicht en is op papier aanleveren niet meer mogelijk. Hoe je digitaal deponeert, hangt af van de bedrijfsklasse. Zo kan de bedrijfsklasse 'klein' op drie manieren deponeren:

- 1 Via Online service 'Zelf deponeren jaarrekening': je voert de gegevens van de jaarrekening handmatig online in via de website van de KvK en verstuurt deze digitaal.
- 2 Via SBR: SBR is een system-to-system aanlevermethode om financiële rapportages te maken en te verzenden aan meerdere instanties zoals de Belastingdienst, CBS en banken.
- 3 Hiervoor heb je (of jouw accountant) financiële software nodig die voor SBR geschikt is, gecombineerd met een 'PKloverheid services certificaat' zodat je jouw jaarrekening kunt deponeren via de Digipoort.

Via de post (tot en met boekjaar 2015): Kamer van Koophandel Team Deponerings, Postbus 106, 3440 AC Woerden. www.kvk.nl/deponeren

BEL ME MAAR NIET

Het Handelsregister van de Kamer van Koophandel is openbaar. Zo kan iedereen die dat wil gegevens inzien van bedrijven. De gegevens van dit register kunnen ook gebruikt worden voor mailings en andere marketingacties. Als je dit niet wilt, kun je je als eenmanszaak, vof of maatschap inschrijven bij het Bel-me-niet Register. Dan mogen bedrijven of instellingen je niet meer benaderen met een telefonisch aanbod.

www.bel-me-niet.nl



VOOR OP HET NACHTKASTJE

Op internet is natuurlijk ontzettend veel informatie te vinden over het ondernemerschap. Maar achtergronden en ondernemersverhalen lezen toch het lekkerst uit een boek. Daarom drie boekentips voor vóór het slapen gaan.

→ NIET DROMEN, MAAR DOEN



Je kunt dromen over ondernemen of erover praten, maar uiteindelijk is het vooral een kwestie van gewoon dóén! In *Ondernemen moet je doen* maakt Lorraine Vesterink de vertaalslag van idee

naar daadwerkelijke onderneming. De methode belicht de onderneming vanuit vier pijlers: de ondernemer, marketing, personeel & organisatie en financiële planning. Het idee is dat je voldoende handvatten krijgt om geheel zelfstandig aan het ondernemingsplan te werken. *Ondernemen moet je doen*, door Lorraine Vesterink, € 19,95 (ISBN: 9076944563).

→ NET EVEN ANDERS



Aad Ouborg is geen onbekende in ondernemend Nederland: menig van zijn bedrijven zijn uiterst succesvol, zoals Princess. In zijn boek *Anders ondernemen, juist nú* onthult deze ondernemer in hart en

nieren zijn unieke manier van aanpak. En hoe je het nét even iets beter aanpakt dan de concurrentie. Wat het boek niet alleen leuk maar bovenal praktisch maakt, is dat er vijftien bijzondere ondernemersconcepten in staan: inspirerend! *Anders ondernemen, juist nú*, door Aad Ouborg, vanaf € 19,95 (ISBN: 9461561571). Ook verkrijgbaar als E-book.

→ KORT MAAR KRACHTIG



Als je begint met ondernemen, komt er heel wat op je af. In het E-book *Ondernemen voor in bed, op het toilet of in bad* krijg je in 150 korte doch krachtige hoofdstukken een globaal beeld van het onder-

nehmenschap. Op elke pagina wordt een ander onderwerp behandeld; van productontwikkeling en non-verbale communicatie tot brancheontwikkelingen en persoonlijke ontwikkeling. Bij elke pagina/onderwerp wordt daarbij een praktische tip gegeven. *Ondernemen voor in bed, op het toilet of in bad*, door Robert Jan Blom, vanaf € 7,95 (ISBN: 9045316625).

Ymere, voor een bedrijfsruimte die bij je past!

Het verhaal van Rathu

In de Van der Pekstraat in Amsterdam-Noord vind je fietswinkel Rahtour. Eigenaar Rahtu had een uitkering, maar heeft nu een goedlopende zaak. Hoe is hem dat gelukt?

Rahtu deed mee aan een initiatief van Ymere, de Wisselwinkel. Elk half jaar start een andere ondernemende buurtbewoner daarin een bedrijf. Nu huurt hij bij Ymere een eigen ruimte tegen aantrekkelijke voorwaarden.

Goed Gevoel

Rathu: 'Het ging allemaal heel soepel. Vaak moet je veel bewijzen met allerlei papieren. Niet voor de Wisselwinkel. Toen ik later met Ymere sprak over mijn

eigen winkelruimte werd het wel zakelijker, maar Ymere geloofde in mij, dus ik durfde door te zetten!

Ymere denkt met je mee

De bedrijfsmakelaars van Ymere denken graag met je mee over de mogelijkheden. Neem contact op via **088 000 8900** of vv_bedrijfsruimte@ymere.nl. Dan heb jij binnenkort ook een passende bedrijfsruimte!

Ymere wonen, leven, groeien

Bij woningcorporatie Ymere huur je je bedrijfsruimte in de regio Amsterdam, Alkmaar, Almere, Haarlem en de Haarlemmermeer. Van klein tot groot, midden in de stad of juist daarbuiten. Bekijk het aanbod op www.ymere.nl/bedrijfsruimte of www.werkplekymere.nl.



Alles ontdekken over starten

met één muisklik.

Start als ondernemer met de starterssite van de Rabobank.

Als startende ondernemer wilt u snel aan de slag. Maar ook op een doordachte manier. Daarom biedt de Rabobank u een speciale website met kennis, handige tools, relevant nieuws én ervaringen van anderen.

Ontdek het op rabobank.nl/ikgastarten

Samen sterker



Rabobank

X Gemeente
X Amsterdam

X Een eigen bedrijf starten?

De Gemeente Amsterdam helpt startende ondernemers bij het opzetten van een eigen bedrijf vanuit een uitkering.

Kijk op www.amsterdam.nl/ondernemen voor meer informatie.

Bel naar team Zelfstandigen van de Dienst Werk en Inkomen op 020 346 3667, ma t/m do tussen 9.30 tot 11.00 uur. Of kom naar de Startersvoorlichting, elke dinsdag om 14.15 uur op de Klaprozenweg 91, Amsterdam.

the-internetprinter.nl

Bij The-Internetprinter.nl kunt u uw boeken, rapporten, jaarverslagen, scripties, folders, posters enz. op een eenvoudige manier online laten printen en eventueel inbinden.



Ook bestelt u bij The-Internetprinter.nl goedkoop al uw huistijl drukwerk.

www.the-internetprinter.nl

Estec Order & Factuur

Speciale startersaanbieding

Met Estec heeft u een passende oplossing voor het factureren van uw diensten en/of producten.



← scan de qr-code

Voordelen met Estec

- Eenvoudig factureren als basis
- Volledig uit te breiden met voorraadbeheer en koppeling met webshop
- Gratis licentie voor starters

Kijk voor meer informatie op estec.nl/starter



ONDERNEMEN IN HET KORT



PAS OP: EEN SPOOKFACTUUR!

Het overkomt menig ondernemer. Er valt een factuur op de mat van een bedrijf dat je niet kent. Of je wordt onaangekondigd gebeld en gevraagd of je een bepaald niet-bestaand abonnement wilt verlengen. De fraudeurs gokken erop dat je niet goed leest of luistert en gewoon betaalt. Of ze vragen je in te schrijven in een niet-bestaand register en gebruiken briefpapier dat lijkt op dat van bijvoorbeeld de Kamer van Koophandel. Op Ondernemersplein.nl staat meer informatie. Fraude kun je altijd melden bij www.fraudehelpdesk.nl.

SLIM STARTEN MET INTERNATIONAAL ONDERNEMEN



Ben je een ondernemer met grootse ambities? Ga dan internationaal ondernemen! Export biedt immers nieuwe kansen voor jouw bedrijf. En dankzij de regeling Starters International Business (SIB) wordt dat nu een stuk makkelijker. Dit samenwerkingsverband van de Rijksoverheid en verschillende organisaties biedt een coachings-traject aan voor beginnende ondernemers. Met een adviseur van de organisatie van jouw keuze onderzoek je in drie stappen de mogelijkheden en risico's in het buitenland. Samen wordt naar een concreet actieplan toegewerkt. www.kvk.nl/sib



AMBITIEUZE ONDERNEMERS GAAN VOOR LIVEWIRE

Innovatief? Minder dan vijf jaar ondernemer? En jonger dan 35? Dan is Shell Livewire iets voor jou. Livewire helpt innovatieve ondernemers met de ontwikkeling van hun bedrijf. Meld je aan voor dit programma en krijg toegang tot masterclasses van experts en ondersteuning bij het beantwoorden van vragen op het vlak van strategie, personeel en marketing! www.livewire.nl

HET ONDERNEMERSPLEIN

Op www.ondernemersplein.nl bundelen de Kamer van Koophandel, de Belastingdienst, het Centraal Bureau voor de Statistiek, de RDW en de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland hun informatie voor ondernemers. Nu eens in woord, maar steeds vaker ook in beeld en geluid als webinar, film of animatie. Op www.kvk.nl vind je uiteraard het Handelsregister maar ook een overzicht van inspirerende bijeenkomsten en evenementen.

UREN? SCHRIJVEN!

Begonnen? Dan is een goede uren-administratie belangrijk. Als starter heb je namelijk recht op belastingvoordelen zoals de zelfstandigen- en starters-aftrek. Maar dan moet je wel minimaal 1225 uur in je eigen onderneming werken.

STEUNTJE IN DE RUG

De overheid geeft startende ondernemers op verschillende manieren een steuntje in de rug. Zo heeft de Belastingdienst enkele fiscale regelingen voor starters en zijn er in Nederland zo'n driehonderd subsidieregelingen voor ondernemers. Hiervoor kun je terecht bij www.ondernemersplein.nl/subsidies.

7 ONMISBARE ONDERNEMERS-KWALITEITEN

Elk jaar beginnen er meer dan 150.000 mensen een eigen bedrijf. Iets meer dan de helft daarvan overleeft de eerste vijf jaar. Niet iedereen heeft de kwaliteiten om het te maken. Coach, trainer, spreker en presentator Arthur Tolsma zet dé onmisbare ondernemerskwaliteiten op een rij.

Tekst Paulien Nengerman; Illustratie Hein de Kort; Fotografie NFP



1 Verkopen

Er zijn twee dingen die je als ondernemer moet (leren) verkopen: het product dat je aanbiedt én jezelf. Producten verkoop je op allerlei manieren. Via een website, een winkel of door naar de klant te gaan voor een productdemonstratie. Jezelf verkoop je dankzij een goed verzorgde LinkedIn-pagina met aanbevelingen en een serieuze website. Arthur Tolsma, zelf succesvol ondernemer en schrijver van het boek *Startups & Downs* heeft met vallen en opstaan de gouden ondernemersregels ontdekt. Die deelt hij nu als coach, trainer en spreker. Tolsma: “Veel mensen denken dat een goed product zichzelf verkoopt. Helaas, was dat maar zo. Ik heb zelf ervaren dat het anders kan lopen. In 2009 won ik de pitchwedstrijd in de tv-show *Bij ons in de BV* van Jort Kelder. Ik werd gezien als een succesvol ondernemer. Toch ging ik vier maanden later bijna failliet. Besteed dus veel aandacht aan de presentatie van je product en aan de manier waarop je jezelf in de markt zet. En accepteer dat het soms ook mis kan gaan.”

2 Rekenen

Administratie? Dat vindt niemand leuk. Gelukkig kun je de boekhouding uitbesteden. “Maar”, waarschuwt Tolsma, “de basis moet je echt begrijpen. Je moet weten hoeveel je nodig hebt om rond te komen. Dat wat er elke maand binnenkomt, is niet allemaal voor jou. Je moet belastingen betalen, leveranciers... Het is verstandig om globaal in je hoofd te hebben hoe jouw eerste jaar als ondernemer er financieel uit gaat zien. Wat zijn mijn maandelijkse kosten? Wat moet ik dan per maand aan omzet maken? Wanneer is mijn spaargeld, lening, investering op?” Een businessplan met drie getallen achter de komma is onnodig, volgens Arthur. “Dat is luchtflitseriej, met Excel-berekeningen ben ik na vijf jaar altijd miljonair.”

3 Leren en aanpassen

Tolsma: “Creativiteit, improvisatievermogen en flexibiliteit. Dat heb je nodig als ondernemer. Je zult namelijk ontdekken dat de klant vaak net iets anders wil dan je dacht. Als je net begint, is flexibiliteit daarom misschien wel het belangrijkste.



Arthur Tolsma leerde zelf met vallen en opstaan ondernemen.

Je moet snel iets durven aanpassen. Je prijs, je productaanbod. Ben je net iets te duur of te goedkoop, moet je iets meer of minder service geven? Dat soort dingen moeten – zeker in het begin – makkelijk bijgesteld kunnen worden. Tot je weet wat het perfecte aanbod is.”

4 Durf te vragen

Niemand kan het alleen. Vooral niet als je net begint als ondernemer. Durf daarom om advies te vragen. Kennis inwinnen kan op allerlei manieren. Bij bevriende ondernemers, bij familie, op een congres. Maar ook via boeken, blogs of op internetfora. Voor elke branche heb je tegenwoordig wel een site waar je advies kunt vragen. Tolsma: “Advies vragen is niets om je voor te schamen. Zeker in het begin moet je juist alles vragen! Ga zo veel mogelijk koffiedrinken met andere ondernemers. Vraag ook ervaren ondernemers; vaak willen die in ruil voor een etentje graag een avondje meedenken over jouw

strategie. Ervaren ondernemers vinden het altijd leuk om starters op weg te helpen.”

5 Ken jezelf

Een eigen bedrijf betekent hard werken, niet opgeven en continu alert zijn. Maar daar staat wel iets tegenover. “Ken je grenzen”, zegt Tolsma. Veel ondernemers denken dat een eigen zaak betekent dat je altijd keihard moet werken. Ik ben het daar niet mee eens. Ook ondernemers moeten streven naar een 40-urige werkweek. Natuurlijk denk je ook in je vrije tijd na over je bedrijf, moeten er soms een paar tandjes bij en maak je extra uren. Maar stel dat je standaard 60 uur per week werkt en er gaat wat mis, dan moet je ineens 80 uur gaan werken. Dat is voor niemand goed. Niet voor je gezondheid, niet voor je huwelijk. En uiteindelijk – want je gaat fouten maken – niet voor je klanten. Huur iemand in voor de zaken waar je minder tijd voor hebt of waar je niet goed in bent. Dat scheelt een hoop stress en ellende.”

6 Wees realistisch en trots
 “Het klinkt makkelijker dan het is, realistisch zijn”, zegt Tolsma. “Maar onthoud, dingen duren vaak langer dan verwacht. Klanten betalen pas na twee maanden terwijl jij al wel je geld moet uitgeven. Of de verbouwing van het nieuwe pand loopt uit en het product dat je laat maken laat op zich wachten... Wees realistisch en houd rekening met tegenslag. En wees ook realistisch als je successen behaalt: vier ze goed! De kleine én de grote. Een eigen bedrijf beginnen is niet makkelijk. Als het lukt, wees dan trots!”

7 Inlevingsvermogen
 Wie is hij? Of zij? Waar is je toekomstige klant mee bezig? Wat zijn z'n problemen of irritaties? Als het gaat om slim ondernemen, is het belangrijk te onderzoeken waarom de klant je nodig heeft. Wat is het probleem dat je oplost? Allemaal belangrijke vragen om jezelf van tevoren te stellen. Tolsma: “Veel mensen starten een onderneming omdat ze iets heel leuk vinden om te doen. Logisch natuurlijk, maar je moet je wel afvragen of de klant jouw product écht nodig heeft. Als dat niet zo is, dan heeft je idee aanpassing nodig. Stel, jouw droom is het beginnen van een kapperszaak. Heb je jezelf dan al afgevraagd of er andere kapsalons in de buurt zijn? Komt iemand straks bij jou omdat je makkelijk bereikbaar bent? Omdat je goedkoop bent? Omdat er altijd plek is? Kijk naar wat klanten echt nodig hebben. Twee goedkope kapperszaken naast elkaar, daar zit natuurlijk niemand op te wachten. Je moet een behoefte vervullen.” ■

Ben je geschikt voor het ondernemerschap?

Als je net voor jezelf bent begonnen, ben je vast nieuwsgierig naar je ondernemerskwaliteiten. Ben je een natuurtalent? Of zijn er een aantal kwaliteiten die je nog best wat meer kunt ontwikkelen? Doe de test op www.kvk.ondernemertest.nl.



Olaf Lawerman van Company Webcast ziet ondernemen als goed puzzelen.

“HET ONDERNEMERSCHAP MOET JE IN JE HEBBEN”

Olaf Lawerman is een van de oprichters van Company Webcast. Hij heeft een bewezen historie als succesvolle ondernemer: Company Webcast is het derde bedrijf dat hij samen met zijn broer heeft opgericht. “Het geheim van een succesvolle ondernemer? Ondernemen is vooral een kwestie van goed puzzelen.”

“Meteen na mijn studie ben ik aan de slag gegaan als ondernemer. Dat was heel vanzelfsprekend voor mij. Ik heb een ondernemend karakter. Altijd al gehad. Op mijn zestiende vertrok ik een jaar lang naar Amerika om daar te studeren. Ik regelde alles zelf. Ondernemen is een kwestie van goed puzzelen. Een idee verzinnen, kijken naar wat daar allemaal bij komt kijken en er vervolgens vol enthousiasme mee aan de slag gaan. Company Webcast maakt live televisie voor internet, we zijn specialist op het gebied van webcast-, webinar- en weblecture-oplossingen. Ik denk dat het

als ondernemer belangrijk is dat je een markt uitzoekt die zorgt voor een terugkerende omzet. Aan eenmalige opdrachtgevers heb je weinig. Door middel van een slim businessmodel heb ik contracten voor meerdere jaren opgesteld met onze huidige klanten. Ik ben goed in puzzelen. Hoe werk ik mijn idee uit? Hoe creëer ik omzet? Waar vind ik een kantoor? Ik heb snel op een rijtje hoe het allemaal moet. Het ondernemerschap, dat moet je in je hebben. Risico's durven nemen, het een uitdaging vinden om overal bovenop te zitten... Alles wat daar verder bij komt kijken, kan je leren. Al is het wel belangrijk om mensen om je heen te hebben die jouw zwakke kanten aanvullen. In het begin is ondernemen een kwestie van zeven dagen per week werken. Als je dat niet wilt, is ondernemen niets voor jou. Ik ben een Rotterdammer, daar hebben wij een toepasselijke uitspraak voor: niet lullen maar poetsen. Daar geloof ik in.”

*Ondernemen geeft vrijheid.
 Maar welke risico's neem je
 en welke verzekert je?*



Het Ondernemerspakket verzekert uw bedrijfsrisico's

Als ondernemer kunt u te maken krijgen met onverwachte bedrijfsrisico's. Sommige dingen zie je simpelweg niet aankomen. Zo is één op de vijf ondernemers wel eens aansprakelijk gesteld. Bent u voorbereid op een aansprakelijkheidsclaim?

Het Ondernemerspakket van Delta Lloyd biedt een complete verzekeringsoplossing tegen aansprakelijkheidsrisico's.

Ook voor andere bedrijfsrisico's kan je als starter goed uit de voeten met Het Ondernemerspakket. Het pakket bevat alle verzekeringen die je zakelijk nodig hebt. Kies zelf je verzekeringen, afgestemd op de risico's van jouw bedrijfstak. Ga voor meer informatie naar je verzekeringsadviseur of kijk op deltalloyd.nl/ondernemerspakket

Kritisch op het juiste moment **delta lloyd**

Het belang van marktonderzoek

GEZOCHT: GAT IN DE MARKT

Is er een markt voor mijn product? Wie zijn mijn klanten? Voor welke prijsstelling kan ik het beste kiezen? Het zijn vragen die elke starter zichzelf stelt en waarvan het antwoord niet altijd achter de grote zoekknop van Google zit. Marktonderzoek biedt uitkomst.

Tekst Wilbert Schreurs; Fotografie Remco Bohle

Elke startende ondernemer wil zo snel mogelijk aan de slag: een product of dienst in de markt zetten, klanten zoeken en facturen sturen. Maar om van een onderneming een succes te maken, is een goede voorbereiding noodzakelijk. Marktonderzoek helpt daarbij. Het levert waardevolle informatie op en geeft een objectief en betrouwbaar inzicht in je markt. Marktonderzoek bestaat uit drie delen: een klantenonderzoek, een concurrentieanalyse en een brancheonderzoek.

Klantenonderzoek

Om te bepalen of je mooie plannen ook kans van slagen hebben, is klantenonderzoek essentieel. Het geeft inzicht in de aard en het gedrag van je toekomstige doelgroep(en). Welke klantengroep neemt nu het product of de dienst af die je wilt gaan aanbieden? Hoe vaak kopen ze het product of de dienst? Welke eisen stellen ze aan de prijs? In gesprekken met potentiële klanten kun je aan de hand van gerichte vragen kijken welke wensen en verwachtingen er bij je doelgroep(en) leven. Deze vragen kun je stellen via een online enquête. Er zijn tal van tools als Google Forms en Survey Monkey beschikbaar

waarmee je gemakkelijk zelf een enquête kunt opzetten. Op deze manier kun je tegen geringe kosten snel veel mensen bereiken. Een nadeel is wel dat je vaak weinig te weten komt over de achtergrond van de respondenten. Daarvoor zijn persoonlijke interviews geschikter. Hierdoor krijg je een beter beeld van de manier waarop de doelgroep je product of dienst ziet. Een bezwaar is dat persoonlijke interviews (met name face-to-face) tijdrovend zijn, en dat het bij minder deelnemers moeilijker is om conclusies aan het onderzoek te verbinden. Een andere optie is een groepsgebesprek. Belangrijk is wel dat de gespreksleider de discussie in goede banen leidt en zorgt dat de deelnemers bij de les blijven.

Concurrentieanalyse

Om een goed beeld te krijgen van de haalbaarheid van je product of dienst, is het raadzaam de concurrentie in kaart te brengen. Op welke doelgroepen richten je concurrenten zich? Hoe ziet hun assortiment eruit? Welke prijzen hanteren zij? En wat voor service verlenen zij? Een concurrentieanalyse maakt ook duidelijk in hoeverre je product of dienst vernieuwend is.

Veel informatie is te vinden in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel en op websites van je concurrenten.

Brancheonderzoek

Met brancheonderzoek krijg je een overzicht van jouw sector. Hoe ziet die eruit? Wie zijn er actief? En waar zit de concurrentie? Op de site Ondernemersplein zijn gegevens te vinden over tal van branches. Daar zie je onder meer hoeveel bedrijven er actief zijn in jouw branche en wat de belangrijkste ontwikkelingen zijn. Je treft er per branche ook een overzicht aan van mogelijkheden, zoals subsidies en aanbestedingen, en vaak ook een overzicht van regels en voorschriften.

Zelf doen of uitbesteden?

In veel gevallen kun je je marktonderzoek zelf doen. Zowel voor het brancheonderzoek als voor de concurrentieanalyse zijn veel gegevens online beschikbaar. Ook online enquêtes of persoonlijke interviews kun je zelf doen. Let er daarbij wel op dat je de juiste vragen stelt en ook ruimte laat voor kritische antwoorden en zorg voor een representatieve steekproef. Marktonderzoekbureaus hebben ervaring en beschikken ook over de tools om snel en adequaat onderzoek te doen. Zodat jij je op het ondernemen kunt concentreren. Zeker als je je ook op het buitenland richt, kan een gespecialiseerd onderzoeksbureau erg nuttig zijn.

www.ondernemersplein.nl/marktonderzoek



Voordat Joanne Ballast-Harbers drie jaar geleden Jolie Women startte deed ze eerst een klantenonderzoek.

Meld je aan op Hallo!

Als ondernemer kun je geen beter advies krijgen dan van collega's. Dat is de gedachte achter de online community Hallo! Hier kun je als ondernemer vragen stellen aan andere ondernemers, kennis delen, ervaringen uitwisselen en contacten leggen. Het lidmaatschap van Hallo! is gratis. www.kvk.nl/hallo

“Wij hebben gesprekken gevoerd met potentiële klanten”

Joanne Ballast-Harbers is mede-eigenaar van modezaak Jolie Women in Rijssen. Drie jaar geleden begon zij samen met een zakenpartner, Liesbeth Sloof, een winkel voor damesmode.

“Wij misten hier een moderne damesmodezaak voor een breed publiek. Een winkel met merken van nu, voor de modebewuste vrouw. Maar als je een nieuwe zaak begint, kun je niet alleen op je eigen intuïtie afgaan.

Daarom hebben we zelf informele gesprekken gevoerd met vrouwen uit Rijssen en omgeving. Hier hebben we veel van geleerd.”

CONCURRENTIE BEZOEKEN

“Als de zaak eenmaal draait, moet je de vinger aan de pols houden. Want als de wensen van de klant veranderen, moet je het aanbod tijdig aanpassen. We maken veel gebruik van sociale media en dat levert heel wat respons op. Maar de belang-

rijkste informatiebron zijn de klanten in de winkel. Wat kopen zij? En waar worden zij enthousiast van? Zo merkten we al snel dat vooral de modebewuste vrouw graag bij ons koopt. Dus daar focussen we ons nu op. En natuurlijk kijken we ook naar de concurrentie. Ik ga eens per maand in de regio of elders in het land zelf winkels bezoeken. Wij willen ervoor zorgen dat onze klant na tien jaar nog steeds met een glimlach de deur uit gaat!”

WORK4 WOMEN

Een initiatief van
Margriet en Tempo-Team

Vrouwen (met kinderen) die niet werken, adviseren en begeleiden op weg naar, maar ook tijdens een nieuwe, passende baan. Dat is wat **Work4Women** doet. Een nieuwe intermediair op de arbeidsmarkt die zich specifiek richt op vrouwen vanaf 30 jaar. Waarom dit nieuwe initiatief? Omdat er heel veel vrouwen in Nederland zijn die wel willen werken, maar de stap niet durven of weten te zetten. Bij **Work4Women** vinden deze vrouwen de juiste ondersteuning. Onze intercedentes, zelf vrouwen uit de doelgroep, hebben oplossingen voor al die vrouwen die een baan op maat wensen.

Work4Women biedt u

- Connectie met een zeer grote, gemotiveerde en goed gekwalificeerde doelgroep
- Begeleiding door intercedentes die zelf uit de doelgroep komen
- Belangrijke oplossing voor uw mogelijke personeelstekorten, op de korte en lange termijn
- Een unieke combinatie van doelgroepexpertise en kennis van de arbeidsmarkt
- Exclusieve afspraken met een landelijke kinderopvangorganisatie (snel inzicht, kostenberekening, kortere opzegtermijn)
- Zes vestigingen met een landelijke spreiding
- Advies over opleidingsmogelijkheden

Work4Women vindt u in

Amsterdam, Den Haag, Eindhoven, Groningen, Rotterdam, Zwolle
Kijk voor meer informatie op www.work4women.nl of bel 088- 126 99 99

uitzenden | professionals | inhouse services | employability | payroll | outsourcing



DOWNLOAD DE KVK APP HANDELSREGISTER

De Kvk App Handelsregister geeft je op een eenvoudige en toegankelijke manier bedrijfsinformatie uit het officiële Nederlandse Handelsregister. De app biedt je als ondernemer snel en overal toegang tot alle inschrijving- en vestigingsinformatie vanuit het bedrijfsleven. Ideaal om een concurrentieanalyse uit te voeren.

“Ik weet exact hoeveel schedeloperaties er worden verricht”

Maikel Beerens is oprichter en eigenaar van Xilloc Medical in Maastricht.

“In 2011 ben ik, na mijn opleiding tot medisch ingenieur, mijn eigen bedrijf begonnen. Dat lag in het verlengde van mijn afstudeerproject aan het Maastrichtse UMC bij Maastricht Instruments. Daar hadden we een methode ontwikkeld om patiëntspecifieke implantaten te ontwerpen en met een 3D-printer te produceren. Zo kun je op een veilige en efficiënte manier schedeldefecten repareren. We slaagden er in 2006 in om zo'n 3D-implantaat met succes toe te passen. Dat was meteen een wereldpremière. Met mijn eigen bedrijf

wilde ik me gaan richten op implantaten op maat voor patiënten met botletsel. Vooraf hebben we marktonderzoek verricht. Ik wist bijvoorbeeld exact hoeveel schedeloperaties er in Nederland jaarlijks werden verricht. Stel dat wij bij twintig procent van die operaties betrokken zouden worden, dan hadden we een redelijke basis. Uiteraard moet je product dan wel aanslaan bij de doelgroep, in ons geval de chirurgen die de operaties verrichten. Dát moet je bewijzen door de kwaliteit die je levert.”

BLIJF DE MARKT IN DE GATEN HOUDEN

“Daar zijn we de afgelopen jaren in geslaagd. In 2011 had ik de eer de Shell LiveWIRE

Award te winnen, een prijs voor de meest innovatieve jonge ondernemer. Maar belangrijker nog is dat de omzet van Xilloc sinds de oprichting elk kwartaal fors is gestegen. Dat stelt ons in staat nog meer patiënten te helpen. We halen ook steeds meer omzet uit het buitenland. Ook als je succes hebt, moet je de markt in de gaten blijven houden. De technologie ontwikkelt zich in onze sector razendsnel. We investeren veel in research. En we scannen eens per maand de concurrentie. Waar zijn zij mee bezig? Welke nieuwe ontwikkelingen zijn er? En hoe kunnen wij daarop inspelen? Je moet jezelf als ondernemer voortdurend opnieuw uitvinden.” ■

UURTJE FACTUURTJE

Financieel expert, tekstschrijver, timmerman, bedrijfsadviseur of loodgieter. Als je voor jezelf begint en je verkoopt met name jezelf, dan moet je een uurtarief hebben. Maar hoe weet je wat een goede prijs is? Wat kun je vragen? Tekst Rutger Vahl

Wat een goed uurtarief is, bepaalt elke ondernemer natuurlijk zelf. Leve het vrije ondernemerschap! Maar het is niet zo dat je ook altijd de prijs kan vragen die je wilt. Bij het bepalen van je uurtarief heb je rekening te houden met:

- 1. Het inkomen dat je wilt hebben.** Bepaal wat je per maand minimaal nodig hebt om van te kunnen leven en om aan je verplichtingen te kunnen voldoen. Je uurtarief moet na aftrek van de kosten voldoende zijn om dit bedrag te halen.
- 2. De uurtarieven van concurrenten.** Als je daar ver boven of onder zit, heb je je klant iets uit te leggen. Een erg hoog tarief schrikt klanten af, maar een erg laag tarief ook.
- 3. De wet van vraag en aanbod.** Is er veel behoefte aan je dienst en zijn er weinig concurrenten die kunnen wat jij kan? Dan kun je een hoger uurtarief vragen dan wanneer je de zoveelste bent met hetzelfde kunstje.

Punten 2 en 3 zijn afhankelijk van de branche waarin je actief bent. Maar punt 1 geldt voor iedereen die voor zichzelf werkt: je uurtarief moet minimaal voldoende zijn om in je inkomen te kunnen voorzien. We werken het 'minimale uurtarief' in dit rekenvoorbeeld verder uit. We gaan uit van een ondernemer die 1.750 euro in de maand wil overhouden om van te leven.

Alle genoemde bedragen zijn indicatief en dienen alleen als rekenvoorbeeld.

STAP I: DE KOSTEN

Er zijn vaste kosten (die steeds terugkomen en dus goed 'in te plannen' zijn) en variabele, sterk wisselende of fluctuerende kosten. Daarnaast heb je eenmalige startkosten. Onder dat laatste valt bijvoorbeeld de aanschaf van een auto en kantoorinventaris. Deze investering doe je eenmalig en financier je uit spaargeld, bank- of microkrediet. De grootste kostenpost is de huur van een kantoorruimte. Tenzij je natuurlijk van huis uit gaat werken (zoals in ons rekenvoorbeeld). Daarnaast moet je je verzekeren: een arbeidsongeschiktheidsverzekering en pensioen zijn duur, maar niet iets om op te bezuinigen. Als zelfstandig ondernemer krijg je verder te maken met:

- **inventariskosten** (printerinkt, papier)
- **verkoop/representatiekosten** (visitekaartjes, brochure, telefoonkosten, website)
- **administratiekosten** (de boekhouder, de belastingadviseur)
- **autokosten** (belasting, brandstof, verzekering en onderhoud)
- **rentekosten** (als je geld leent van de bank)
- **afschrijvingskosten** (geld dat je reserveert of spaart om dure spullen op termijn te kunnen vervangen).

In dit voorbeeld houden we €18.950 kosten per jaar aan.

Wat kost dat?

Huisvesting	€0
Pensioen	€4.800
Afschrijvingskosten (5 jaar)	€3.800
Arbeidsongeschiktheidsverzekering	€3.000
Administratiekosten	€1.500
Rentekosten	€1.350
Inventaris/kantoorkosten	€500
Zakelijke verzekeringen	€500
Verkoopkosten	€500
Autokosten 12 x €250	€3.000
Totaal kosten per jaar	€18.950

STAP II: WAT WIL JE OVERHOUDEN?

Stel dat je €1.750 netto per maand wilt overhouden om van te leven. Dat is €21.000 per jaar. Daarnaast reserveer je 8 procent vakantiegeld: €1.680. Dit betekent dat je een nettobedrijfsresultaat moet realiseren van €22.680 per jaar. Let op: dit bedrag is wat je wilt overhouden ná belastingheffing. In principe val je als ondernemer onder het 36,25%-belasting-

tarief (eerste schijf, afhankelijk van hoeveel je verdient). Maar door de zelfstandigenaftrek (€7.200), de startersaftrek (€2.123) en de 14%-MKB-winstvrijstelling betaal je in het eerste jaar circa 30% inkomstenbelasting (€6.050 in dit voorbeeld). Om €22.680 over te houden moet je dus een brutobedrijfsresultaat realiseren van €28.730.

Overhouden om van te leven (€1.750 x 12 mnd.)	€21.000
Vakantiegeld	€1.680
Inkomstenbelasting	€6.050
Benodigde brutobedrijfsresultaat	€28.730

STAP III: BENODIGDE OMZET

Inkomen en zakelijke kosten maken samen een benodigde omzet van €47.680. De omzet is het aantal uren dat je op je facturen kunt zetten vermenigvuldigd met het

uurtarief. Je zakelijke kosten zijn fiscaal aftrekbaar. Om die reden wordt bij stap II de inkomstenbelasting berekend over het nettobedrijfsresultaat en niet over de omzet.

Benodigde brutobedrijfsresultaat	€28.730
Zakelijke kosten	€19.950
Benodigde omzet	€47.680

STAP IV: HET UURTARIEF

Hoeveel uur denk je per jaar in rekening te kunnen brengen? Uitgaande van een vijfdaagse werkweek en dertig vakantiedagen blijven er 230 dagen in het jaar over om te werken. Dat zijn 1840 uren. Maar lang niet elk gewerkt uur is ook declarabel. Als startende ondernemer mag je waarschijnlijk al tevreden zijn als je 40 procent van de 1840 uur die je met je bedrijf bezig bent daadwerkelijk in rekening kunt brengen bij opdrachtgevers.

Tip: Met de app Zelfstandigen Tarief bereken je zelf een goed uurtarief. De app vertaalt je uurtarief naar een brutomaandsalaris en omgekeerd. FNV Zelfstandigen heeft de app ontwikkeld in navolging van het adviesrapport van de SER eind 2010. De app is gebouwd samen met zelfstandig ondernemers en getest door gebruikers. Download de app hier: www.fnvzpp.nl/zpp/handig/urloon-berekenen/. ■

Benodigde omzet (€18.950 + €28.730)	€47.680
Declarabele uren (40% van 1840 uur)	736 uur
Uurtarief	€65

Hoe sta ik ervoor?

Hoe weet je dat je financieel gezond bent en blijft? Bespreek met je boekhouder of accountant welke kengetallen voor jouw situatie cruciaal zijn, waar die in je boekhoudapplicatie staan en hoe je ze kunt beïnvloeden.

LIQUIDITEIT: de mate waarin jouw bedrijf in staat is aan directe (op korte termijn) verplichtingen te voldoen. Dus in hoeverre je bijvoorbeeld je kortlopende schulden kan betalen zonder daarvoor nieuwe financiële bronnen aan te boren.

CASHFLOW (KASSTROOM): de in- en uitstroom van liquide middelen. De netto kasstroom is het verschil tussen de ontvangsten en uitgaven gedurende een bepaalde periode of voor een bepaald project. Een belangrijke indicator. Is je cashflow niet op orde? Dan kun je failliet gaan, zonder dat het nodig is.

CURRENT RATIO: dit getal geeft aan hoe 'liquide' je bent. Formule: vlottende activa/kort vreemd vermogen. Vlottende activa zijn zaken die binnen één jaar in geld omgezet kunnen worden. Ook kasgeld valt hieronder. Het kort vreemd vermogen bestaat uit kapitaal dat jouw onderneming slechts voor een korte tijd beschikbaar heeft. In elk geval korter dan één jaar. Is de uitkomst hoger dan 1, dan heb je op korte termijn voldoende 'liquiditeit'.

SOLVABILITEIT: de mate waarin jouw bedrijf aan zijn verplichtingen kan voldoen en in hoeverre je afhankelijk bent van schuldeisers. Formule: eigen vermogen/totaal vermogen x 100%. Het eigen vermogen is wat je in je onderneming hebt geïnvesteerd. Om volgens de bank als 'financieel gezond' te worden gezien moet de uitkomst liggen tussen de 25% en de 40%.

DSO (DAYS SALES OUTSTANDING): het gemiddelde aantal dagen dat klanten je facturen betalen. In Nederland geldt 30 dagen als een acceptabele DSO.

SHOW ME THE MONEY!

Veel starters hebben dringend behoefte aan geld. Voor het aanleggen van een voorraad of de aanschaf van een bedrijfswagen. Maar hoe kom je aan startkapitaal? Tekst Rutger Vahl, Charlotte de Heij; Fotografie Remco Bohle



CROWDFUNDING

“BIJ CROWDFUNDING GAAT HET OM DE GUNFACTOR”

“In Melbourne zag ik een rijdend tramrestaurant en wist meteen: dit is iets voor Den Haag”, vertelt Bobby van Galen (34) van Hoftramm. “Ik had 100.000 euro startkapitaal nodig. De bank was enthousiast, maar vond dat ik te weinig zekerheid kon bieden. Ze gaven me het advies om crowdfunding te proberen. Ik vergeleek verschillende websites en koos uiteindelijk voor www.crowdaboutnow.nl. Crowdfunding is ook gewoon netwerken. Je moet het

durven om je broer of moeder om geld te vragen. Maar je kunt niet alleen je eigen netwerk benaderen. De kunst is steeds nieuwe netwerken aan te boren, anders blijf je in dezelfde vijver vissen. Ik werd geïnterviewd voor de krant van mijn oude middelbare school. Vlak daarna kwam er vanuit alle hoeken van Nederland geld binnen. De verklaring? Bij crowdfunding willen potentiële investeerders een ‘klik’ met je hebben. Ik had op dezelfde Haagse

school gezeten en wilde nu iets opzetten in de stad. Dat sprak aan. Bij crowdfunding moet je elke dag opnieuw je idee verkopen. Ik heb in honderd dagen wel 300 keer mijn verhaal verteld. Uiteindelijk had ik het geld na negentig dagen binnen. De investeerders krijgen hun investering na vier jaar terugbetaald en ontvangen 4,5 procent rente per jaar. Op 11 mei 2014 maakte Hoftramm zijn eerste rit. Vier jaar geleden ontstond het idee en nu is het werkelijkheid. Dat is gewoon fantastisch!” www.hoftramm.nl



MICROKREDIET, EIGEN KAPITAAL EN SUBSIDIE

“BIJ MIJN MICROKREDIET KREEG IK OOK EEN COACH”

Yvette Scheltema (41) van Mayves ontwierp de Cardle, een kaart waarin je een thee-lichtje kunt doen. Om het onbrandbare papier aan te schaffen, had ze startkapitaal nodig. “Dat papier koop je niet per doos, maar per pallet. Ter waarde van een aardige middenklasse auto”, vertelt Scheltema. “Mijn spaargeld was bij lange na niet voldoende, al heb ik de start van de onderneming voor vijftig procent met privékapitaal gefinancierd. De andere helft is geleend door Qredits, de organisatie

voor microkrediet in Nederland. Ze stellen in principe dezelfde voorwaarden als een bank. Zo moet je een ondernemingsplan en liquiditeitsprognose kunnen overleggen. Je moet hen overtuigen van de levensvatbaarheid van je idee. Maar er is één groot verschil met banken. Bij Qredits is een coach verplicht. Mijn coach had veel internationale ervaring. Daar heb ik heel veel aan gehad. Hij adviseerde mij om mijn bedrijf meteen internationaal neer te zetten. En ik moest partners

zoeken. Als starter ben je snel geneigd alles in eigen hand te houden. Maar er komt gewoon te veel op je af. Je kunt het domweg niet alleen. Dankzij de coach heb ik contact gezocht met distributeurs. Zij verkopen mijn product aan winkels. Dit gaat ten koste van mijn marge, maar zo heb ik in korte tijd wel een schaalgrootte bereikt die ik zelf nooit gerealiseerd zou hebben. De lening van Qredits loopt vijf jaar en die los ik maandelijks af, zoals een hypotheek. Ik hoop dat we in 2015 gezond winstgevend zijn. Cardle is nu al in tien landen verkrijgbaar.” www.mayves.com



‘Van project-manager naar eigenaar saladebar’

Financiering om te starten

Gertjan maakte een belangrijke stap in zijn leven door zijn baan op te zeggen en te gaan ondernemen. Hij opende een kleine hotspot ‘Bos’, waar je terecht kunt voor heerlijke sappen, salades en soepen. “Het ondernemen geeft me rust en het enthousiasme van klanten geeft een enorme kick. Via Qredits heb ik de financiering kunnen regelen en kon ik van start. De persoonlijke benadering van de bedrijfsadviseur gaf me een goed gevoel. Ze denken echt met je mee.”

Qredits helpt je verder

Qredits is erop gericht om dromen van ondernemers mogelijk te maken. Vertrouwend op de kracht van het ondernemerschap, de kracht van een goed idee.

Ben jij ondernemer? Word jij ondernemer? Overweeg je te ondernemen? Ga dan naar www.qredits.nl voor een zakelijk krediet en de nodige begeleiding bij het werkelijk waar maken van je droom. Kijk wat we samen kunnen bereiken.

Wij zijn er helemaal klaar voor!

Microfinanciering Nederland

Qredits

Bel 0900-Qredits / 0900-7733487 (€ 0,55 per gesprek) • Postbus 302 • 7600 AH Almelo

www.qredits.nl



“DANKZIJ EEN BMKB-KREDIET KON IK VOOR MEZELF BEGINNEN”

Fedor van den Hoek (35) is eigenaar van Syfers Administratie en Advies. “Mijn bedrijf is voortgekomen uit Syfers, waar ik tot dat moment vestigingsmanager was. Ondernemers konden bij ons al vanaf 2010 hun bonnen en facturen indienen via een app. Het bedrijf groeide hard. Ik kreeg de kans voor mezelf te beginnen en daarbij een deel van de klantenportefeuille over te nemen. Voor de koop van die portefeuille had ik krediet – en dus de bank – nodig. Maar dat ging in eerste instantie niet zo

soepel.” Van den Hoek: “Ik kreeg pas een lening toen de overheid voor een deel garant stond. Mijn plan was goed, de cijfers ook en met bestaande klanten kon ik een vliegende start maken. Hoeveel zekerheid wil je hebben? Maar banken willen zo min mogelijk risico lopen. Als ik geld nodig had voor een pand of machines, lag het anders. Ik kocht een klantenbestand. Dat is voor de bank niets waard. De ING wees me op het borgstellingskrediet voor mkb-bedrijven, het BMKB. Dit is bedoeld

voor bedrijven die banken te weinig zekerheid kunnen bieden. De overheid staat dan deels garant, waardoor banken wel geld willen lenen. Ik voldeed aan alle voorwaarden: ik was een starter, had een lening lager dan 260.000 euro nodig en had een goed businessplan. Ik heb de financieringsaanvraag ingediend bij de bank en zij doen de rest. Het grootste voordeel? Het rentetarief ligt iets lager. Het lijkt op de situatie met een Nationale Hypotheek Garantie. Als het misgaat wordt er bij de overheid aangeklopt.” www.syfers.nl

BANK- EN
BMKB-KREDIET

Jouw weg naar succes begint
bij De Startersfabriek



Wij maken ondernemen voor
iedereen bereikbaar

Laat je niet tegenhouden. Neem contact op en start vandaag!

Destartersfabriek.com

[Twitter.com/startersfabriek](https://twitter.com/startersfabriek)

[Facebook.com/destartersfabriek](https://facebook.com/destartersfabriek)



“BUSINESS ANGELS MOETEN HET VOORAL IN JE ZIEN ZITTEN”

“Nergens wordt zoveel yoghurt gegeten als in Nederland”, stelt Wouter Staal (31). Hij is samen met Esther Staal (31) eigenaar van de Yoghurt Barn. “Maar anders dan in het buitenland had je bij ons maar weinig winkeltjes en lunchrooms voor yoghurt en frozen yoghurt producten. Biologische yoghurt was er in Europa al helemaal niet. We zagen een gat in de markt. Wat Starbucks is voor koffie, wil Yoghurt Barn worden voor yoghurt.

Om een eerste zaak op te zetten in Utrecht hadden we ruim twee ton nodig. Elke food-retailzaak kost dit ongeveer. De bank vond het interessant, maar tegelijk te risicovol. We kwamen al snel uit bij informal investors, vermogende oud-ondernemers die hun kapitaal willen gebruiken om nieuwe bedrijven op te zetten. Als marketingdirecteur bij Philips kende ik de voormalige Chief Marketing Officer die daarvoor bij Starbucks had gewerkt. Hij was meteen

enthousiast. Na enige tijd hadden we meerdere informal investors gevonden. Ze zijn medeaandeelhouder en we betalen ze geen rente. De investeerders hopen na een aantal jaar hun aandelenpakket met winst te verkopen. Maar bijna net zo belangrijk is dat zij hun kennis kunnen overdragen aan startende ondernemers. Zij hebben een direct belang bij de groei van je bedrijf. Het betekent wel dat jij als startende ondernemer met een heel goed verhaal moet komen. Business angels moeten het echt in jou persoonlijk zien zitten.” www.yoghurtbarn.nl

**CROWD-FUNDING
EN INFORMAL
INVESTORS**



Vragen over financiering?
Of het nu gaat om de financiering van startkapitaal, bedrijfsuitbreiding, bedrijfs-overname of je ambities om in het buitenland te handelen, elke situatie vraagt om andere financieringsoplossingen. Neem contact op met de Financieringsdesk van de Kamer van Koophandel via (0800) 1014 en bekijk www.kvk.nl/financiering.

BBZ EN EIGEN VERMOGEN

“ZONDER BBZ-KREDIET KON IK NIET VAN START”

In 2013 heeft Aiman Monger (38) Indiaas restaurant Swagat in Kampen geopend met behulp van familie, eigen spaargeld en een Bbz-krediet (Besluit bijstandsverlening zelfstandigen) van 33.000 euro van de gemeente Zwolle. “Ik liep al vroeg mee in het restaurant van mijn vader. Na mijn studie Economie in India kwam ik in 2004 naar Nederland. Ik volgde een ondernemerstraining bij het Universitair Asiel Fonds (UAF) en werkte als chef-kok in verschillende Indiase restau-

rants. Ik vond een pand in Kampen maar mijn spaargeld was lang niet voldoende om van die kale lampenwinkel een sfeervol Indiaas restaurant te maken. Ik had geld nodig. Bbz bleek voor mij de juiste manier en enige mogelijkheid. Met deze financieringsvorm loop ik ook minder risico. Viel mijn omzet in de aanloopperiode tegen, dan zou de gemeente mijn inkomen tot bijstandsniveau aanvullen. Gelukkig draaide Swagat vanaf het begin goed en kon ik meteen beginnen met aflossen.

Naast krediet kreeg ik een jaar lang gratis coaching van het Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf. Die hulp was heel praktisch en ging bijvoorbeeld over financiële zaken, het onderhandelen over de hoogte van de huur, reclame maken en de invulling van de menukaart. De gasten zijn tevreden over onze vers bereide curry's, tandoori's en tikka's en blijven terugkomen. Om te voldoen aan de voorwaarden van Bbz moet ik binnen vijf jaar het krediet terugbetalen. Geen probleem, ik heb nu al veel meer afgelost dan ik verplicht ben.” ■ www.swagat.nl



Ondernemersklankbord

ervaren kijk op zaken

Als **startend ondernemer** zult u veel keuzes moeten maken die bepalend zijn voor het succes van uw bedrijf. Juist in die belangrijke startfase kunt u alle steun en begeleiding gebruiken!

Uw persoonlijk klankbord

Die steun vindt u bij de adviseurs van Stichting Ondernemersklankbord. De 300 adviseurs van Stichting Ondernemersklankbord hebben hun sporen verdiend als ondernemer en ondersteunen u graag met hun kennis en expertise, als een persoonlijk en praktisch klankbord. Of u nu starter bent met een paar werknemers of als ZZP-er begint, iedere starter in het MKB, de agrarische of de culturele sector kan door een ervaren OKB-adviseur begeleid worden.

Wilt u:

- uw eigen bedrijf beginnen door een onderneming over te nemen?
- uw bedrijfsplan voorleggen aan een geroutineerde oud-ondernemer uit uw branche?
- klankborden over de juiste marketingstrategie voor uw onderneming?
- brainstormen over financiële zaken waar u als starter tegenaan kunt lopen?
- de juridische aspecten van uw bedrijf doorgronden met een deskundige adviseur?

Neem dan contact met ons op!

Hoe werkt het?

U kunt op de website direct een klankbordgesprek aanvragen door uw gegevens en uw vraag in te vullen op het contactformulier. Binnen twee dagen neemt Ondernemersklankbord contact met u op en krijgt u een OKB-adviseur bij u in de regio toegewezen. Wij vragen in het eerste gesprek een donatie voor onze stichting. De klankbordperiode is 6 maanden, ongeacht het aantal gesprekken dat u nodig heeft. De OKB-adviseur is een goede gesprekspartner met ervaring en een onafhankelijke, frisse kijk op uw zaak!

Voor meer informatie en contact

Kijk op onze website
of neem contact op met onze Servicedesk
tel 070 3490600 (ma-vr: 08.30-16.30 uur)
info@ondernemersklankbord.nl
www.ondernemersklankbord.nl



WHAT'S IN A NAME?

Het komt nogal eens voor. Een enthousiaste starter begint een nieuw bedrijf en bedenkt als sluitpost nog even een naam. Niet verstandig. “Een slimme bedrijfsnaam is reclame op zich.” Tekst Wim Glas; Illustratie Len Munnik

“Laatst zag ik een autorijdschool met de naam Psalm 126. Die naam is natuurlijk erg opvallend en onderscheidend, maar ook een naam waarmee de rijdschoolhouder een grote groep mensen juist niet aanspreekt.” Aan het woord is Hans Prummel, eigenaar van De Naamafdeling, een bureau dat is gespecialiseerd in het bedenken van namen voor bedrijven, producten en diensten. Het is niet de enige

miskleun die Prummel voorbij ziet komen. “Wat dacht je van deze: interactief bureau Collabo Media. Ik snap het idee, collaboreren betekent oorspronkelijk samenwerken. Maar sinds de Tweede Wereldoorlog staat dit voor heulen met de vijand. Misschien niet zo’n heel verstandige naam.”

Woordspeling? Pas op!

Erwin Wijman, bedrijfsnaamdeskundige en auteur van De Bedrijfsnamenfabriek, waarschuwt ook voor namen die een woordspeling bevatten. “Zo’n vondst is vandaag misschien leuk, maar het gevaar bestaat dat de naam na verloop van tijd gaat vervelen, dat de grap niet meer leuk is.” Hij geeft als voorbeeld namen van tekstbureaus als ‘De Huurwoordenaar’ en ‘missMaakt’. “Leuke vondsten, maar je kunt je afvragen of de associatie die zo’n naam oproept wel zo gelukkig is.” Wijman is eveneens geen fan van namen die te beschrijvend zijn. “Je ziet het veel bij online bedrijfjes en webwinkels. Een bedrijf dat online sokken verkoopt heet dan Onlinesokken.nl, Sokkenonline.nl of Sokkenshop.nl. Voor de vindbaarheid en snelle sales werkt het misschien, maar het zijn namen die zich nauwelijks onderscheiden en waarvan je als consument de volgende keer denkt: welke was het nou ook alweer? Je wilt als bedrijf toch ook een

trackrecord opbouwen. Het is belangrijk dat mensen zich herinneren wie je bent. Dat houdt in dat je je moet onderscheiden.”

One-word-story

Hoe moet het dan wel? “Je merknaam is eigenlijk een one-word-story,” zegt Wijman. “Een miniverhaal. Het zegt heel veel over je. Ik vergelijk het weleens met speeddaten. Het is je eerste kans om indruk op iemand te maken. Een goede bedrijfsnaam is een activator voor je merk. Een slimme naam is reclame op zich en blijft hangen bij de doelgroep. Als je daarin slaagt, bespaar je veel tijd, energie en geld voor marketing.” Prummel vult aan: “Een naam moet bij voorkeur een glimlach teweegbrengen, nieuwsgierigheid opwekken of een dubbele laag hebben. Kattencafé Kopjes in Amsterdam is een leuk voorbeeld van een naam die aan alle drie voorwaarden voldoet.” Ook klank speelt een belangrijke rol bij de keuze voor een bedrijfsnaam. “Klank alleen al roept associaties op,” legt Wijman uit. “De klank kan een merk groot of klein doen klinken. Er is ooit een test gedaan met een fictief automeerk. Een panel kreeg de namen BROMO en BRIMI voorgelegd. Bij BROMO dacht men aan een grote auto, bij BRIMI aan een kleine auto. Vraag jezelf af welk gevoel je wilt oproepen.”



Spelregels

Je begint klein, maar je denkt misschien al groot. Prima ambitie, maar wees voorzichtig wat betreft de naam voor je bedrijf, waarschuwt Wijman. “Er zijn spelregels waaraan je je moet houden. Wie een kleine delicatessenzaak opent, mag dat niet doen onder de vlag van De Vries Mega Food Stores. Dan is er sprake van misleiding.”

Wel is het goed om na te denken over je toekomstplannen, vindt Prummel. “Als je denkt aan geografische expansie of uitbreiding op productniveau, is het handig om daar rekening mee te houden bij de keuze voor een bedrijfsnaam. Zorg dat de naam de lading dekt, maar blijf wel reëel.” Samenvattend vinden beide heren dat een goede naam zich onderscheidt en

een belofte inhoudt. “Tegelijkertijd is het natuurlijk veel gevraagd om alles in één merknaam te vatten”, erkent Prummel. “Het geeft niet als je soms nog iets moet toelichten. Daarvoor heb je ook een logo. Maar zorg dat er een positieve associatie is met de naam. Dan ben je al een heel eind op weg.” ■

Ik weet een leuke naam! Wat nu?

Doe de Handelsnaamcheck op www.kvk.nl/handelsnaam. Zo ontdek je of deze naam al bestaat. Beoordeel de gevonden handelsnamen en check of je je naam wel kunt gebruiken. Hoe sterk lijken de namen op elkaar? Betreft het dezelfde activiteiten? Is er overlap in het werkgebied of is dat in de toekomst te verwachten? Wel een uniek idee? Check of de domeinnaam nog vrij is op www.SIDN.nl. Kies bij voorkeur voor .nl of .com (of allebei). Controleer op www.boip.int of je bedrijfsnaam niet als merknaam is geregistreerd bij het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (BBIE). Het kan lonen om een merknaam zelf te registreren via een merkenbureau. Leg de naam als handelsnaam vast bij de Kamer van Koophandel.

Naam veranderen, doen of niet doen?

Als je merkt dat je naam eigenlijk niet meer past, een beperking oplevert of ertoe leidt dat je klanten verliest of misloopt, kun je overwegen om die te wijzigen. “Je moet je naam niet te vaak veranderen, maar een foutje kun je je wel permitteren”, aldus Hans Prummel van De Naamafdeling. “Zie een nieuwe naam niet alleen als een risico, maar ook als een kans. Vaak opent het weer nieuwe deuren. Het geeft ook nieuwe energie. Maar doe het weloverwogen. Je moet niet elk jaar met een nieuwe naam op de proppen komen.” Een wijziging in de handelsnaam kun je doorvoeren met formulier 14, te downloaden op www.kvk.nl/formulieren.

DE RECHTSVORM: NIET IN BETON GEGOTEN

Bij de start van je ondernemersavontuur kies je een rechtsvorm. Dit is niet altijd een gemakkelijke keuze. Gelukkig is het altijd mogelijk om over te stappen.

Tekst Milou van der Will; Fotografie Remco Bohle en NFP

Wordt het een eenmanszaak of toch een bv? Een eenmanszaak is geen rechtspersoon, dus dan ben je persoonlijk aansprakelijk voor eventuele schuldeisers. Maar bij een bv moet je alle stukken weer openbaar maken... Het zijn stuk voor stuk keuzes waar je als beginnend ondernemer voor komt te staan. En als je bedrijf groeit, moet je ze weer maken. Het is namelijk absoluut niet gek om je rechtsvorm aan te passen aan de ontwikkeling van je bedrijf.

De beperking van de eenmanszaak

Loopbaanprofessional Maria van Lith werkte al langere tijd voor zichzelf. “De vrijheid, het indelen van mijn eigen tijd, het zélf bepalen van de inhoud van mijn werk: ik zou het voor geen goud meer opgeven. Toch merkte ik gaandeweg dat ik iets miste.” Een van de dingen die ze miste, was een

klankbord. Sparren met gelijkwaardige collega-ondernemers. “Ik zocht naar een manier om intensiever contact met collega’s te onderhouden, waarbij ik toch mijn zelfstandigheid kon behouden. Bovendien wilde ik graag in staat zijn om grotere projecten aan te pakken. Als eenmansbedrijf is de kans dat je voor grote projecten wordt ingehuurd vrij klein. Logisch, want je bent kwetsbaar.” Op een dag werd Van Lith gevraagd voor een ‘werkcafé’ bij haar in de stad. Samen met een groepje andere personeelsadviseurs en loopbaanbegeleiders draaide ze gesprekken op een locatie die vrij toegankelijk was voor zowel werkgevers als werkzoekenden. “Ieder van ons had zijn eigen specialisatie, dus we zaten elkaar niet in de weg. We probeerden een laagdrempelige omgeving te creëren voor bedrijven en werkzoekenden in het dorp. Het enige probleem: de drempel bleek niet zo laag. De mensen wisten de weg niet te vinden, of reageerden terughoudend.”

De coöperatie als klankbord

Na een halfjaar stopte het werkcafé en besloot een selectie van de deelnemers om met elkaar de coöperatie Pac-t te starten. “Eindelijk had ik mijn klankbord”, zegt Van Lith, haast opgelucht. “We bespreken steeds meer zaken met elkaar, waardoor we elkaars visie kunnen verbreden. Mijn

**“DOOR DE OVERSTAP
NAAR EEN COÖPERATIE
HEB IK EINDELIJK EEN
KLANKBORD”**



Loopbaanprofessional Maria van Lith maakte de overstap van eenmanszaak naar coöperatie.

Rechtsvormen in 't kort

EENMANSAAK

De meeste startende ondernemers kiezen voor een eenmanszaak.

Voordeel: snel op te richten en fiscaal voordelig.

Nadeel: persoonlijk aansprakelijk.

VOF

Een vennootschap onder firma is ideaal als je samen met andere ondernemers een bedrijf wilt beginnen. Alle vennoten brengen iets in: geld, arbeid of goederen.

Voordeel: eenvoudige vorm van samenwerken.

Nadeel: persoonlijk aansprakelijk, ook voor schulden van een andere venoot.

BV

Een besloten vennootschap is zowel voor zzp'ers als ondernemers met personeel geschikt. Je bent als ondernemer in dienst bij je eigen bv.

Voordeel: makkelijk op te richten, geen startkapitaal nodig en niet privé aansprakelijk.

Nadeel: fiscaal jaarsalaris van DGA is minimaal 44.000 euro.

MAATSCHAP

In deze rechtsvorm werk je samen met andere zelfstandig ondernemers (vaak ondernemers met hetzelfde beroep) als partners onder een gemeenschappelijke naam.

Voordeel: eenvoudige vorm van samenwerken.

Nadeel: aansprakelijk voor jouw deel in de maatschap.

COÖPERATIE

Individuele ondernemers profiteren samen van de voordelen van een collectief.

Voordeel: aansprakelijkheid voor individuele leden is uitgesloten en je kunt gebruikmaken van collectieve regelingen zoals marketing en inkoop.

Nadeel: Algemene Ledenvergadering heeft hoogste zeggenschap. Als individu kun je dus geen beslissingen nemen.

Zie voor meer informatie:

www.ondernemersplein.nl/rechtsvorm.

zelfvertrouwen groeit hierdoor. Bovendien is het ook nog eens hartstikke gezellig. Je kunt bepaalde dingen van je afpraten, zowel zakelijk als privé.” Ondanks haar positieve ervaring met de coöperatie, weet Van Lith toch ook een nadeel te noemen. “Iedereen in de coöperatie heeft er, net als ik, een eenmanszaak naast. In de praktijk zien we dat daarvoor niet iedereen evenveel tijd kan besteden aan de coöperatie. De daadkracht is dus niet altijd even groot. Inmiddels hebben daardoor een paar mensen besloten zich terug te trekken als volwaardig lid van de coöperatie. Zij zullen nog wel ambassadeur blijven, maar we gaan verder met z’n drieën: Anne-Marie Schaffels, Pauline Willems en ik. Onze banden zijn nu nog intensiever geworden. We zijn naast collega’s ook vriendinnen en delen veel met elkaar.”

Maak afspraken

Van Lith kan iedereen die een intensieve samenwerking zoekt, aanraden om een coöperatie te overwegen. “Een eenmanszaak ligt vaak voor de hand, maar misschien is dat wel helemaal niet waar je naar op zoek bent als ondernemer. Als tip wil ik mensen meegeven dat het heel belangrijk is om goede afspraken binnen de coöperatie te maken. Stel een huishoudelijk statuut op en laat je daarbij goed adviseren, ook bijvoorbeeld over de financiële afwikkeling.” Met Pac-t gaat het nu in elk geval de goede kant op. “Mogelijk gaan we op termijn vanuit een vaste locatie werken en alleen nog maar opdrachten doen vanuit de coöperatie. Maar dat is een toekomstdroom!” ■



OVERSTAPPEN IS NIET INGEWIKKELD

Notaris Bas Bronkhorst van Blankhart en Bronkhorst Netwerk
Notarissen adviseert geregeld ondernemers over de rechtsvorm van hun bedrijf. Een goed advies is goud waard, weet hij.

“In de praktijk zie je dat veel ondernemers beginnen als eenmanszaak. Dat is goed te begrijpen, want de eenmanszaak is een laagdrempelige vorm en voor de startende ondernemer fiscaal voordelig. Zodra het bedrijf succesvol wordt, er goede winsten behaald worden en er kans op aansprakelijkheid is, wordt er vaak voor een fiscaalvriendelijke rechtsvorm met meer bescherming gekozen, zoals bijvoorbeeld de besloten vennootschap. Wanneer je namelijk als bedrijf groeit, een huurovereenkomst aangaat, of misschien wel personeel in dienst neemt, dan wil je je aansprakelijkheid afdekken. Als je vanuit een eenmanszaak blijft handelen, ben je met je privévermogen aansprakelijk.” Overstappen van rechtsvorm is volgens Bronkhorst helemaal niet ingewikkeld. De overstap van een eenmanszaak naar een bv, bijvoorbeeld, is een vrij routinematige handeling. “De eenmanszaak wordt

bij de notaris als het ware ingebracht in de bv en dat is een eenvoudige procedure. Uiteraard moeten er administratief allerlei zaken worden geregeld, maar omdat een ondernemer zich over het algemeen toch al laat begeleiden door een administratiekantoor, hoeft dat niet ingewikkeld te zijn.” Eén addertje onder het gras, zit er wel volgens Bronkhorst. “Denk erom dat je je contracten laat aanpassen. Verzekeringen bijvoorbeeld, een huurcontract of vergunningen. Die moeten op naam van de bv gezet worden – anders ben je alsnog privé aansprakelijk. Mijn advies is om je als ondernemer periodiek te laten adviseren over de vraag of de rechtsvorm die je bij de start hebt gekozen nog steeds bij je past. Drie belangrijke toetsingsnormen zijn: je winst, de verplichtingen die je aangaat en de aansprakelijkheid die je acceptabel vindt. Leg van tijd tot tijd de opties op tafel en laat je adviseren over wat verstandig is.”

makroVOORDEEL

VAN AMY SPORTMASSAGE IN PRINSENBEEK

“Voor elke klant een andere handdoek, voor de laagste prijs.”



GROOT ASSORTIMENT, OOK IN ONZE WEBSHOP

MAANDAG TOT EN MET VRIJDAG VAN 9.00 TOT 22.00 UUR OPEN

Vraag nu uw Makro-pas aan op www.makro.nl



KLAAR VOOR DE START...

De kogel is door de kerk: je gaat ondernemen. Je hebt dit magazine gelezen en je op allerlei manieren voorbereid. Maar ben je er ook echt helemaal klaar voor? Bekijk deze checklist en je weet het!

STAP 1 Onderzoek je mogelijkheden en test je kwaliteiten

Je wilt een bedrijf starten. Maar wat voor een bedrijf? Wat ga je maken of verkopen? Welke diensten ga je leveren? En is ondernemen eigenlijk wel iets voor je? Kijk wat de mogelijkheden zijn voor jouw toekomstige bedrijf, schrijf een ondernemingsplan en test je ondernemerskwaliteiten.



Acties

- Bespreek je idee met vrienden, familie en kennissen: wat vinden zij ervan en zien zij het jou doen?
- Test je ondernemersvaardigheden via www.kvk.ondernemerstest.nl.
- Hoe wil je starten? www.ondernemersplein.nl/starten
- Schrijf een ondernemingsplan www.ondernemersplein.nl/ondernemingsplan.

STAP 2 Verken de markt en bepaal je strategie

Zoek uit waarin je beter of anders bent dan je concurrenten en bepaal hoe je de markt op gaat met je product of dienst. Wat maakt jouw bedrijf anders? Waarin kun je je onderscheiden? Wie zijn je klanten en wat willen ze? Doe marktonderzoek en bepaal je strategie voor de komende jaren.



Acties

- De branche in kaart brengen via www.ondernemersplein.nl/brancheinformatie.
- Marktonderzoek doen: wie zijn je klanten en hoe bereik je die? www.ondernemersplein.nl/marktonderzoek

STAP 3 Maak een financieel plan en zoek uit of je financiering nodig hebt

Om je bedrijf van de grond te krijgen heb je geld nodig. In een financieel plan breng je in kaart hoeveel je nodig hebt en waar je dat vandaan haalt. Ook krijg je inzicht in de kansen van je bedrijf. Zo kun je vooraf inschatten of ondernemen voor jou rendabel is.



Acties

- Maak een financieel plan www.ondernemersplein.nl/financieelplan.
- Onderzoek hoe je je bedrijf kunt financieren www.ondernemersplein.nl/financiering.
- Advies inwinnen bij een accountant of financieel adviseur www.nba.nl of www.noab.nl.

STAP 4 Bedenk een klinkende en unieke bedrijfsnaam

Voor de KvK-inschrijving heb je een bedrijfsnaam nodig. Een goede bedrijfsnaam is herkenbaar, blijft hangen én maakt duidelijk wat je te bieden hebt. Kijk wel eerst of je bedrijfsnaam niet al bestaat.



Acties

- Brainstorm met vrienden en kennissen.
- Check of de naam beschikbaar is en bekijk tips voor een goede naam op www.ondernemersplein.nl/bedrijfsnaam.
- Check de domeinnaam voor de website op www.sidn.nl.
- Uw bedrijfsnaam als merknaam? Check www.boip.int.

STAP 5 Kies een rechtsvorm

Je bedrijf heeft een juridisch jasje nodig: een rechtsvorm. De rechtsvorm bepaalt onder andere je aansprakelijkheid, maar ook welke belastingen je moet betalen en of je fiscale voordelen krijgt. Dus welke rechtsvorm past het beste bij jouw bedrijf?



Acties

- Op www.ondernemersplein.nl/rechtsvorm checken welke rechtsvormen er zijn en welke het best bij jou past.

STAP 6 Zorg dat jouw administratie voldoet aan de eisen

Een administratie opzetten en bijhouden. Er zijn vast leukere dingen te bedenken. Maar helaas, als ondernemer moet je wel, je bent het wettelijk verplicht. Zorg dus dat je administratie voldoet aan de eisen. Je moet bijvoorbeeld duidelijk laten zien hoeveel btw je moet betalen of hoeveel btw je terugkrijgt.



Acties

- Besluit of je de administratie zelf doet of uitbesteedt. Eisen aan de administratie vind je op www.ondernemersplein.nl/administratie.
- Bewaar alle bonnen van gekochte spullen.
- Check www.belastingdienst.nl/starters.
- Eventueel: een VAR-verklaring aanvragen bij de Belastingdienst www.belastingdienst.nl/zzp.

STAP 7 Stel algemene voorwaarden op en bepaal of je bedrijfsverzekeringen nodig hebt

Breng de bedrijfsrisico's in kaart, beperk ze waar mogelijk en dek onbeheersbare risico's zo goed mogelijk af. Bijvoorbeeld met bedrijfsverzekeringen of een arbeidsongeschiktheidsverzekering. Denk ook aan algemene voorwaarden. Daarmee maak je direct duidelijk welke rechten en plichten jij en je klanten over en weer hebben.



Acties

- Stel leverings- en betalingsvoorwaarden op. Meer informatie via www.ondernemersplein.nl/algemenevoorwaarden.
- Check of jouw brancheorganisatie algemene voorwaarden heeft die je mag gebruiken.
- Laat een advocaat of juridisch adviseur je algemene voorwaarden controleren.
- Zoek via www.ondernemersplein.nl/verzekeren en www.verzekerenvoorzelfstandigen.nl uit welke verzekeringen je nodig hebt.

STAP 8 Controleer of je bedrijf aan alle eisen voldoet

Er bestaan geen speciale diploma's voor ondernemers. Maar soms moet je als ondernemer wel aan bepaalde beroepseisen voldoen. Je kunt ook te maken krijgen met eisen aan je bedrijfsruimte. Bijvoorbeeld als je een bedrijf aan huis hebt. Mag dat wel volgens het bestemmingsplan? Heb je een bedrijfspand, is dat dan brandveilig? En voldoe je aan de milieu-eisen? Jouw gemeente kan je hierbij helpen.



Acties

- Starten met een bedrijf aan huis www.ondernemersplein.nl/bedrijfaan huis.
- Informeer bij www.ondernemersplein.nl/wetten-en-regels/branche welke vergunningen je nodig hebt.
- Check de beroepseisen en de benodigde diploma's via www.ondernemersplein.nl/beroepseisen.
- Informeer bij de gemeente aan welke eisen je moet voldoen www.ondernemersplein.nl/vergunningen.

STAP 9 Schrijf je bedrijf in bij de KvK en regel de aanmelding bij de Belastingdienst

Klaar voor de officiële start van je bedrijf? Dan schrijf je jouw bedrijf in bij de Kamer van Koophandel. Hiermee regel je ook meteen je aanmelding bij de Belastingdienst en ontvang je een btw-nummer.



Acties

- Schrijf je in bij de Kamer van Koophandel. Meer informatie via www.ondernemersplein.nl/inschrijvenkvk.
- Activeer je beveiligde omgeving zodra je een gebruikersnaam en wachtwoord ontvangt van de Belastingdienst. Je kunt nu digitaal je belastingaangiften doen.

STAP 10 Ga op zoek naar klanten en maak plannen voor de toekomst

Je ondernemingsplan is rond, de financiering is geregeld, je bedrijf is ingeschreven bij de KvK. Kortom, je bedrijf is van start! Nu nog klanten vinden. Bijvoorbeeld via een regionaal of online netwerk.



Acties

- Klanten vinden www.ondernemersplein.nl/klantenvinden.
- Uitzoeken welke netwerken in jouw regio actief zijn.
- Een bedrijfspresentatie (pitch) van één minuut voorbereiden.
- Naar een netwerkbijeenkomst gaan.
- Aanmelden bij online netwerken, zoals Hallo! van de KvK www.kvk.nl/hallo.



Fabienne Chapot: "Ik was in loondienst bij een reclamebureau en had genoeg van de vier muren om mij heen."

Fabienne Chapot: van avonturier naar succesvol mode-imperium

“ONDERNEMEN IS ALS VERLIEFD WORDEN”

De zucht naar avontuur dreef Fabienne Chapot ooit naar Bali. Ze kwam terug met haar eerste collectie tassen. Acht jaar later groeit haar bedrijf Fab. als kool. Vele wijzen lessen later, blikt ze terug op haar startperiode: “Op een gegeven moment weet je: dit is op mijn lijf geschreven.” Tekst Mirjam van Immerzeel; Fotografie Corné van der Stelt

Wie het niet weet, gaat zo voorbij aan de onopvallende gevel in een smal straatje in het centrum van Amsterdam. Er staat niet groot Fab. boven de glazen pui. Er staan ook geen imposante bolides voor de deur. Maar binnen werkt Fabienne Chapot (33) met een team van achttien medewerkers gestaag aan een internationaal modebedrijf. Fab. – zowel een afkorting van haar naam als van het Engelse woord *fabulous* – ontwerpt en levert tassen, schoenen, riemen, portemonnees en andere accessoires aan zo'n tweehonderd winkels in Nederland. Sinds 2012 is er een eigen Fab. Store in de hippe Hartenstraat in Amsterdam en is het merk inmiddels verkrijgbaar in twaalf landen. Maar dat moeten er snel meer worden, vertelt de ondernemer in haar glazen kantoor. "Ik wil elk seizoen twee landen erbij. En ik wil onze productlijn uitbreiden met kleding. Daar heb ik heel veel zin in. Ik ben begonnen met tassen, toen kwamen er schoenen bij. Als ik zie hoe goed dat gaat, denk ik dat daar wel leren jaszjes bij kunnen. We beginnen met leer, maar ik zie in de toekomst ook wel shirts en broeken. Daar hebben we als accessoiresbedrijf natuurlijk ideeën over."

Waarom schoenen, tassen en jassen, en geen wieldoppen?

"Ik wil dingen doen die ik leuk vind. En dat is mode maken waar mensen blij van worden. Dat wil mijn team ook. We zijn allemaal Fab.-meisjes. Iedereen begint te gillen als een nieuwe collectie binnenkomt. Toen ik laatst een Citroen DS3 Fab. door de straat hier zag rijden, rende ik ook naar het raam. We hebben in beperkte oplage driehonderd auto's ontworpen. Dat vind ik geweldig. Ik ben met Fab. begonnen omdat ik wilde reizen en een vol leven wilde hebben. Ik zat in loondienst bij een reclamebureau en had genoeg van de vier muren om mij heen. Ik wilde op avontuur. Twee weken nadat ik ontslag had genomen, zat ik met mijn moeder in het vliegtuig naar Bali om mijn eerste collectie tassen te laten maken."

Wat vond je moeder van je plannen?

"Geweldig, ze heeft me veertigduizend euro geleend zodat ik niet naar de bank hoefde. Ik kom uit een ondernemersgezin. Mijn vader had twaalf winkels in woninginrichting en later één grote winkel. We hadden afgesproken dat ik het geld binnen tien jaar zou terugbetalen."



CV VAN FABIENNE CHAPOT

Bedrijf Fab.
Vestigingsplaats Amsterdam
Opgericht 2006
Aantal medewerkers 120
Website fab.nl



Zodra je groeit moet je volgens Fabienne dingen loslaten.

“SAMEN MET EEN VRIENDIN BEN IK LANGS WINKELS GAAN LEUREN OM SPULLETJES TE VERKOPEN”

Het lukte me al binnen vier jaar. Het bedrijf is nu volledig mijn eigendom.”

Je kwam dus met een berg tassen terug uit Bali. Hoe heb je het vervolgens aangepakt?

“Ik ben gaan verkopen. Langs de winkels, met mensen praten, mijn tassen laten zien. Gelukkig kreeg ik hulp van vriendinnen. Gingen we naar onze stamkroeg en liet ik ze allemaal printjes met logo's zien. In een middag besloten we dan welk logo het moest worden. Een vriendin is ook eens mee gaan leuren langs winkels om spulletjes te verkopen. Daar hebben we het nog steeds over. Toen was het nog een goeie grap allemaal.”

Hoe heb je de volgende stap gemaakt, naar een serieuze aanpak?

“Ik had niet echt een plan in het begin. Ik heb

gewoon van alles geprobeerd. Ik had een kantoorje en maakte tassen die ik doorverkocht aan winkels. Toen bedacht ik: wat zonde als niet zo nu en dan iemand binnenloopt die iets voor de volle marge koopt. Na een tijdje heb ik de deuren weer dichtgedaan. Ik vond het heftig om altijd van negen tot zes daar te zijn, ook in het weekend. Als ik afspraken had, moest ik weer mensen regelen en betalen. Het is ook een keuze: óf je bent een winkel óf je bent een groothandel”

Je bent groothandelaar geworden. Waarom geen winkelbedrijf, zoals je ouders?

“Het zet niet genoeg zoden aan de dijk. Als groothandel kun je veel meer winkels bedienen. Dat heeft groeipotentie. Ik zou ook niet genoeg hebben aan een winkel. Die vier muren benaauwen we me.”

Vandaar ook dat je kantoor van glas is?

“Zeker. Daarom zitten we in een open ruimte. Ik wil samen met mensen iets tot stand brengen en op pad gaan naar afspraken. Ik zou het moeilijk vinden om steeds op dezelfde plek te zijn. Ik hoef geen multinational te worden, maar wil wel avontuur.”

Wat was het moeilijkste bij de start?

“Ik heb eigenlijk niet zoveel als moeilijk ervaren. Veel dingen in het begin zijn een kwestie van doen. Zodra je groter wordt, wordt het moeilijker.”

In welk opzicht?

“Er worden andere capaciteiten van mij verlangd. Alles interesseert me. Ik vind ontwerpen leuk, ik vind de handel echt leuk, klanten binnen trekken. Maar zodra je groeit, moet je dingen loslaten. Anders blijft het niet te behappen. Je

moet aan de slag met je structuur en financiële planning. Ik zit nu midden in dat proces.”

Hoe ga je daarmee om?

“Het is allereerst belangrijk om duidelijkheid te scheppen, voor jezelf en voor je medewerkers. Je moet nadenken over je rol in het bedrijf. Dit zoek ik nu uit met hulp van een bedrijfscoach. In plaats van me met alles te bemoeien, moet ik de spin in het web worden.”

Is dat iets wat bij je past? Ben je opbouwer, groeier of iemand die consolideert?

“Ik ben echt een opbouwer. Ik kan heel goed op korte termijn veel teweegbrengen. Maar ik wil ook nieuwe dingen blijven leren. Tegelijk vraag ik me af of dat handig is als daardoor minder tijd overblijft voor zaken die mij nu al goed liggen. Je kunt bijvoorbeeld ook iemand inhuren die gespecialiseerd is in organisatie-opbouw. Ik ben daar nog niet helemaal uit. Ik weet wel dat je alleen maar echt goed kunt zijn in dingen die je leuk vindt. Dan geef je je hele hart en ziel.”

Wat voor een werkgever ben je?

“Ze noemen me hier wel miss efficiency. Niet op het gekke af, want we gaan wel gezellig met z'n allen borrelen op zijn tijd. Maar ik houd me graag bezig met de taakindeling op kantoor. Neem het boek *The Four Hour Workweek* van Timothy Ferriss, daar smul ik van. Hoe kun je met zo min mogelijk werk zo veel mogelijk voor elkaar krijgen. Ik denk dat best veel bedrijven stuklopen op inefficiëntie: te veel personeel, te veel schakels ertussen, te veel meetings. Met minder zou je meer kunnen doen tegen de helft van de kosten.”

Wat heeft een starter zonder personeel aan die les?

“Als je veel zelf doet, vraag je dan eens af wat efficiënt is. Ik stond vroeger weleens dozen in te pakken en weg te brengen. Ik had ook die tijd kunnen gebruiken om drie klanten te bezoeken. Dan had ik er vast één binnen gehaald en had ik een order van tweeduizend euro. Ik kan iemand inhuren om die dozen in te pakken of iemand inhuren om die orders binnen te halen. Wat kost dat? Dat soort vragen zijn de basis van het ondernemen.”

Hoe houd je focus?

“Daar heb je een plan voor nodig. Waar wil je naartoe, binnen hoeveel jaar? Dat wordt nu

Vijf starterstips van Fabienne Chapot

1 GEEF GELD UIT AAN DINGEN DIE GELD OPLEVEREN.

“Laat dus geen dure website bouwen terwijl er nog niets is verkocht. Als ik een duur kantoor of dure auto zie, denk ik: daar gaat mijn geld dus heen. Wij rijden in een Mini omdat het past bij een merk als Fab. Het hoeft niet duur te zijn, maar wel cool.”

2 NEEM NIET METEEN MENSEN AAN.

“Mijn eerste medewerker kwam eerst een jaar via een payrollbedrijf werken. Dat leverde mij flexibiliteit op en ik kon wennen aan de extra kosten. Ik vind het nog altijd spannend om iemand aan te nemen qua kosten en opbrengst.”

3 NEEM NIET TE VEEL VOORRAAD.

“Een cash-flowprobleem in het begin kan je gewoon nekken. Als je in het eerste jaar te veel geld uitgeeft en te weinig verdient, waar ga je dan een tweede lening vandaan halen?”

4 WERK AAN JE NETWERK.

“Zo komen veel goede mensen en ideeën op je pad. Mensen helpen graag, mits je ze vraagt. Durf te vragen. Ik heb soms goed advies nodig, want ik weet ook niet altijd alles. Wees naderhand attent. Ik zorg altijd wel voor een bosje bloemen of een flesje wijn.”

5 DOE IETS WAT JE LEUK VINDT.

“Ga niet ondernemen om het ondernemen. Je moet tegen stress kunnen, nooit afwachten, hard werken, zorgen opzij kunnen zetten. Ondernemen is een beetje als verliefd worden. Op een gegeven moment weet je: dit is op mijn lijf geschreven.”



“IK WIL GEEN MULTINATIONAL WORDEN, MAAR WIL WEL AVONTUUR”

belangrijker voor mij dan ooit. In het begin was het vooral ‘gaan’, ik ben zelfs gestart zonder businessplan. Ik vond het niet heel ingewikkeld. Ik heb een product, ik heb kosten, dus dit moet ik zien te verdienen. Het zat toen in mijn hoofd. Dat kan nu niet meer.”

Ondertussen hebben internet en snellere productie de modebranche op zijn kop gezet. De markt wil steeds meer just-in-time en on-demand. Hoe zie je die ontwikkeling?

“De grote warenhuizen werken nog allemaal met plannings. Maar de kleine retailers willen liever flashcollecties. Dat ik midden in het seizoen kan zeggen: kijk, dit hebben we ook. Als je nu bestelt, heb je het over zes weken in huis. Voor retailers is dat fijn. Ze weten wat ze tot dan toe hebben verkocht, en of er nog geld over is. Ze hoeven niet meer een halfjaar van tevoren alle budgetten uit te geven, niet wetende hoe het zal gaan.”

De valkuil: bescherm je product

Hoe bescherm je je ontwerpen als je in het buitenland laat produceren? “Niet echt”, zegt Fabienne Chapot. “Je bent natuurlijk wel beschermd door de wet. In Nederland is het al een paar keer gebeurd dat er advocaten aan te pas moesten komen. Maar in verre landen wordt het moeilijk. Een keer tipten stewardessen van KLM dat in New Delhi

nep Fab. te koop is. Een portemonnee van vijftien euro met een Fab.-logo erin. Ik heb dat laten gaan. Maar het is wel heel erg vervelend. Daarom heb ik in Bali geen winkel geopend. Mijn producten komen daar vandaan en dan zou ik er ook verkopen. Nee, niet handig. Geen idee wie er dan onderhands voor de helft van de prijs onze producten gaat verkopen.”

Hoe speel je daar op in?

“Ik heb in Bali een fabriek die heel snel dingen kan maken, elke zes weken. Maar ik kan er niet ontzettend groot mee groeien. Daarom ben ik nu ook in India aan het inkopen. Ik wil Bali er wel bij houden vanwege hun flexibiliteit zonder een enorme minimale afname.”

Hoe vind je een goede producent aan de andere kant van de wereld?

“Zoeken, met veel mensen praten. In Bali heb ik de productie samen met een Indonesische opgezet. Dat klikte meteen. Ik had voor haar zoveel mensen gesproken en zulke verschillen gezien. De meesten zeiden: ‘yes, yes’ maar ondertussen had ik niet het gevoel dat ze wisten wat ik wilde. Bij haar had ik meteen vertrouwen door de manier waarop ze me aankeek, de vragen die ze stelde, de antwoorden op de mails die ik direct kreeg, de Excel-sheets.”

Toch heb je nog iets opgezet in een heel ander land.

“We konden de groei niet aan.”

Wat is een belangrijke les voor je geweest bij de uitbreiding?

“Dat je voorzichtig moet zijn met verplaatsen van productie. Daar heb ik te gemakkelijk over gedacht. Ik vertrouwde dat het allemaal meteen goed zou gaan met die nieuwe partners. In de startfase van een onderneming is een goed stel hersenen en een houding van ‘dat regelen we wel’ nog genoeg. Als je groter groeit, moet je professionaliseren. Je hebt grotere klanten met grotere belangen. Ik had het in fasen moeten doen. Dat is een valkuil bij groeien. Je hebt het heel druk, bent niet met volledige focus bezig. Toen stokten de leveringen.”

Hoe heb je het opgelost?

“Dan ga je ernaartoe. Een collega is zeven weken lang iedere dag in de fabriek geweest en ik heb de vrouw die in India de productie leidt naar Nederland gehaald. Met productie is altijd wel wat, dat hoort erbij. Dus is het belangrijk om van elkaar te weten wat er speelt en wat de moeilijkheden en belangen zijn. Zodra dat helder was, is het helemaal goed gekomen.” ■

MOLDINI
belimport
sinds 2003

Import en export van en groothandel in designmeubelen

15%

75%

Bezoek Appeldreef 87

Zeker weten met wie je zakendoet.

Met de KvK App Handelsregister check je 't snel, direct en simpel.
Download de KvK App via de app store.

kamer van koophandel
bron voor ondernemen

Naam: Cecill van Manen
Functie: Bestuurde
Functietitel: Directe
Volmacht: Zelfstandig

5 vragen over belastingen

LEUKER KUNNEN ZE HET NIET MAKEN...

Het is het hoofdpijndossier van bijna elke ondernemer: fiscale zaken. Toch is het belangrijk en vaak kost het niet eens heel veel tijd. Een paar minuten aandacht nu, scheelt je duizenden euro's in de toekomst. Tekst Wilma van Hoeflaken; Beeld Getty Images

VRAAG I

Ik heb een werkruimte aan huis. Kan ik de kosten van mijn werkruimte aftrekken?

Meestal niet. Kosten van een werkruimte thuis zijn alleen aftrekbaar als die werkruimte zelfstandig is. Is er een apart toilet? Een eigen opgang? Kortom, zou je de werkruimte ook kunnen verhuren aan anderen? Als het antwoord op die vraag nee is, zijn de kosten niet aftrekbaar. Dan kun je alleen de kosten van een computer of andere noodzakelijke apparatuur aftrekken, plus de energiekosten van deze apparatuur. Mits de apparatuur op de balans van je onderneming staat. Op de website van de Belastingdienst vind je een hulpmiddel waarmee je snel zelf kunt nagaan hoe het zit met de aftrekbaarheid: belastingdienst.nl/rekenhulpen/werkruimte. Bekijk ook de video 'Fiscaal voordeel bij bedrijfsruimte' op youtube.com/belastingdienst.

VRAAG II

Kan ik mijn auto beter in privé houden of op de zaak zetten?

Dat hangt af van je persoonlijke situatie. Als je de auto op de zaak zet, zijn alle kosten automatisch zakelijke kosten. Dus brandstof, onderhoud, aanschaf

(afschrijving) en verzekering. Als je deze auto ook privé gebruikt, moet je hiervoor een bedrag verrekenen met de autokosten van je onderneming. Alleen als je per jaar minder dan 500 kilometer privé rijdt, hoeft dit niet. Je moet dat wel zelf aantonen, bijvoorbeeld met een rittenregistratie. Wanneer je ervoor kiest de auto in privé te houden, kun je de zakelijke kilometers opvoeren als kosten in je onderneming. De btw op onderhoud, reparatie en gebruikskosten mag je aftrekken voor zover je de auto voor je onderneming gebruikt. Dus als je jaarlijks 20.000 kilometer rijdt, waarvan 10.000 kilometer zakelijk, kun je vijftig procent van de btw op de gemaakte kosten aftrekken. Let op, deze btw-regel geldt niet voor bv's. Wat je ook kiest, deze keuze heeft gevolgen voor de manier waarop je de kosten van de auto moet verwerken in je winstberekening. Zowel voor de inkomstenbelasting als voor de btw moet je een keuze maken tussen zakelijk en privé. Maar als je niet meer dan 500 km per jaar privé rijdt, beschouwt de Belastingdienst je auto hoe dan ook als auto van de zaak. In dat geval kun je dus niet zelf kiezen. Op de website van de Kamer van Koophandel vind je een hulpmiddel waarmee je zelf kunt berekenen wat in jouw geval het voordeligst is:

www.ondernemersplein.nl/regel/auto-van-de-zaak.

Bekijk ook de video 'Auto privé of zakelijk' op youtube.com/belastingdienst.

VRAAG III

Hoeveel uur moet ik werken als ondernemer?

Dat bepaal je zelf, je bent tenslotte eigen baas. Maar het is wel zo dat je in aanmerking komt voor speciale aftrekposten voor ondernemers als je veel uren maakt in je eigen bedrijf. De Belastingdienst gaat uit van een ureneis van 1.225 uur per jaar. Onderbrak je je werk als ondernemer vanwege een zwangerschap? Dan tellen de niet-gewerkte uren over in totaal 16 weken toch mee als gewerkte uren. Als je voldoet aan de ureneis heb je om te beginnen recht op 7.280 euro zelfstandigenaftrek. Daarnaast krijg je in de eerste drie jaar dat je ondernemer bent 2.123 euro startersaftrek. Als je deze bedragen hebt afgetrokken van je winst, mag je bovendien nog eens 14 procent van je winst aftrekken. Overigens geldt deze mkb-winstvrijstelling ook voor ondernemers die de ureneis van 1.225 uur niet halen. Nu is 1.225 uur wel erg veel. Maar je hoeft niet alleen te kijken naar de uren waarin je productie maakt. De tijd die je besteedt aan je administratie, het volgen van een cursus of het werven van nieuwe klanten telt ook mee. Leg daarom alles wat je doet vast in je agenda en bewaar deze.

VRAAG IV

Mag ik de btw zelf houden?

Soms mag dat. Als je een factuur maakt, breng je btw in rekening. Die btw moet je afdragen aan de fiscus. Zelf betaal je ook



btw, bijvoorbeeld als je spullen koopt voor je bedrijf. Die btw krijg je terug van de belasting. Dat bedrag trek je af van de btw die je moet betalen. Als het verschil tussen de btw die je betaald hebt en die je ontvangen hebt kleiner is dan 1.345 euro, mag je de btw zelf houden. Als het verschil groter is, maar wel minder dan 1.883 euro, mag je een deel van de btw houden. Het btw-bedrag dat je mag houden moet je optellen bij de inkomsten, zodat je er wel inkomstenbelasting over betaalt.

VRAAG V

Wat is een VAR?

Zakelijke opdrachtgevers die jou inhuren – dus bedrijven, geen particulieren – willen zeker weten dat je zelfstandig ondernemer

bent. Daarmee voorkomen ze dat ze achteraf nog loonheffingen moeten betalen. Daarom willen ze een Verklaring arbeidsrelatie (VAR). Het aanvragen van zo'n VAR kan nu nog via 'VAR aanvragen' op belastingdienst.nl/starters. Na het invullen van een aantal vragen kun je de VAR aanvragen die past bij jouw situatie. Let op: er zijn meerdere soorten VAR. Alleen de VAR-wuo of VAR-dga bieden je opdrachtgever 100% zekerheid. De Belastingdienst beoordeelt vervolgens of je die VAR inderdaad krijgt. Bij een positieve beoordeling krijg je hem meestal binnen vijf werkdagen. Het kabinet wil dat zakelijke opdrachtgevers medeverantwoordelijk worden voor de VAR-aanvraag. Dan moet je de aanvraag invullen in overleg met de opdrachtgever(s). Het is de bedoeling dat dit in 2015 ingevoerd wordt. Daarom geeft de Belastingdienst

voor het kalenderjaar 2015 geen 'ouderwetse' VAR af, maar blijven de VAR's van 2014 ook in 2015 geldig, totdat de nieuwe VAR-procedure is ingevoerd. ■

LAATSTE STAND VAN ZAKEN

Gedurende de looptijd van dit magazine (per 1 januari 2015 en per 1 juli 2015) kan de Belastingdienst bedragen en voorwaarden veranderen. Kijk voor de meest actuele informatie op www.belastingdienst.nl en www.ondernemersplein.nl.

De Belastingdienst organiseert voorlichtingsbijeenkomsten voor pas gestarte ondernemers. Ga naar www.belastingdienst.nl/starters.



Rijksdienst voor Ondernemend
Nederland

AMBITIEUZE ONDERNEMERS doen zaken met de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland

De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland helpt ondernemers verder. Met financiering, het vinden van zakenpartners, kennis en het voldoen aan wet- en regelgeving. Dit doen we namens meerdere ministeries, andere overheidsorganisaties en de Europese Unie. Jaarlijks gebruiken 150.000 bedrijven onze diensten. Ontdekken wat wij voor u kunnen betekenen? Kom dan kennismaken.

www.rvo.nl/kennismaken

>> Duurzaam, Agrarisch, Innovatief en Internationaal Ondernemen

Als starter wil je goed uitpakken!

Geef uw bedrijf een professionele uitstraling met de starterspakketten van FMR.



Pakket 1:

Ontwerp bedrijfslogo.
Ontwerp correspondentiepakket
(briefpapier, envelop, visitekaartje).
Een website* van 1 pagina.
Tien e-mailaccounts.



= Pakket 1 uitgebreid met:

Website van 5 pagina's (eenvoudig zelf te beheren) met koppeling Social Media.
Website geoptimaliseerd voor smartphones, tablets en desktops! Goed vindbaar op Google.
Ontwerp omslagfoto voor Facebook/Twitter.



= Pakket 1 + 2 uitgebreid met:
Bedrijfspresentatie/promotiefilm van 2 à 3 minuten.

* Domeinnaamregistratie (.nl) + 1.000 MB webhosting + licentie: € 125,00 per jaar

Het is mogelijk om bovenstaande pakketten naar eigen wens aan te passen en uit te breiden.
Informeer naar de mogelijkheden: FMR Producties, 0223 661425, info@fmrproducties.nl

FMR
PRODUCTIES

OP DE BONNEFOOI

Doe je de bedrijfsadministratie zelf of besteed je het liever uit? Er zijn tal van goede online boekhoudpakketten op de markt. Wij vroegen trainer en bedrijfsadviseur Eric Leenderts waar je bij de aanschaf als startende ondernemer op moet letten.

Tekst Cathelijne Jansen

Administratie zelf doen of uitbesteden?

“Dat verschilt natuurlijk per ondernemer. Al kunnen mensen vaak meer dan ze denken. Je kunt alle bonnetjes en facturen natuurlijk in een doos gooien en één keer per maand in een envelop aan de boekhouder overhandigen, maar je kunt het ook zo efficiënt mogelijk aanleveren bij de accountant, zodat deze er zo min mogelijk werk – en jij zo min mogelijk kosten – aan heeft. Hiervoor heb ik het Ordnersysteem ontwikkeld. Ik hanteer daarbij het schonebureau-principe, alles wat er binnenkomt gaat gelijk in een ordner. Zo kun je zelfs bij een computercrash overal bij. Als je alles netjes verzamelt en opbergt, komt de volgende fase. Ga je het zelf verwerken of laat je het iemand doen? Die afweging moet ieder voor zich maken. Je kunt natuurlijk een cursus volgen. Alleen als je vijf avonden per maand bezig bent met de administratie, terwijl je in die tijd zelf geld had kunnen verdienen, is het misschien goedkoper om het uit te besteden. Bij veel creatieve beroepen houdt het op bij de bonnetjes, maar als je bijvoorbeeld een winkel hebt, zijn er altijd rustige momenten. Die uurtjes kun je mooi besteden aan de (kas)administratie. Zo bespaar je kosten en houd je beter inzicht in het reilen en zeilen van jouw bedrijf.”

Waar moet je op letten bij de aanschaf van een online boekhoudpakket?

“Dat ligt eraan hoeveel je eraan wilt uitgeven. De goedkoopste pakketten zijn vaak niet uit te breiden. Het is wel zo prettig dat het boekhoudpakket met het bedrijf ‘mee kan groeien’. Zodat je, wanneer de zaken goed gaan en je snel meer klanten en personeel krijgt, er bijvoorbeeld elektronisch mee kunt factureren, de voorraad erin kunt bijhouden en je een goede koppeling kunt maken met een internetwinkel. Zelf werk ik graag met King online, maar Accountview en Exact online zijn vergelijkbare pakketten. Wat nog belangrijker is: waar werkt jouw accountant mee? Voor de samenwerking is het belangrijk dat je met hetzelfde online systeem werkt en misschien kun je zelfs wel ‘meeliften’ en een licentie afnemen.” ■

Wie is Eric Leenderts?



Eric Leenderts heeft meer dan 25 jaar als accountant gewerkt en is nu werkzaam als trainer, bedrijfsadviseur en (zakelijk) conflictbemiddelaar. Hij ontwikkelde het Ordnersysteem. Een praktische methode voor startende ondernemers om de papierstroom (de bonnetjes) te verwerken en zicht te houden op de eigen financiële situatie. Het Ordnersysteem is gratis te downloaden via www.ericleenderts.nl.

Tips:

→ Deze eisen stelt de Belastingdienst aan je administratie:
www.ondernemersplein.nl/administratie.

→ Je btw-aangifte voortaan altijd keurig op tijd dankzij de sms-alert van de Belastingdienst:
www.belastingdienst.nl.

**HET IS WEL ZO PRETTIG
ALS HET BOEKHOUDPAKKET
MET JOUW BEDRIJF MEE
KAN GROEIEN**



DE KLEINE LETTERTJES

Het marktonderzoek is afgerond. De bedrijfsnaam is bedacht en de rechtsvorm gekozen. Aan alles is gedacht. Of... oeps, de algemene voorwaarden, die moeten óók nog! Ze kunnen je veel tijd en ellende besparen, dus stel ze wel op.

Tekst Jan van Deursen; Beeld Getty Images

Kristina Adam is advocaat bij KienhuisHoving Advocaten en Notarissen in Enschede. Ze is gespecialiseerd in het internationale contracten-, proces- & aansprakelijkheidsrecht, en adviseert veel ondernemers over algemene voorwaarden (AV). “De belangrijkste functie van de AV is dat ondernemers er hun aansprakelijkheid mee kunnen beperken. Over zaken als schadevergoeding, betalingen of de eigendomsoverdracht regelt de wet al heel veel. Maar over aansprakelijkheidsbeperkingen vreemd genoeg weer niet. Daarvoor kun je je AV gebruiken. Wie er goed over nadenkt en de AV volgens de regels toepast, bouwt 90% zekerheid in dat je er bij een geschil goed uitspringt.”

Zekerheid

Zo iemand is Anna van de Weygaert (34). Met haar bedrijf Oogomoog in Nijmegen produceerde ze sinds 2011 zo'n tachtig videoproducties voor klanten als de Radboud Universiteit, Universiteit Utrecht en de gemeente Nijmegen. Van voorlichtings- en promotiefilms tot documericals en animaties. “Toen ik drie jaar geleden overstapte van tekstschrijven en copywriting naar audiovisueel realiseerde ik me ineens dat ik het nodige te regelen had. We maken vaak opnamen in collegezalen. Wat als een student achteraf toch niet in beeld wil? Of als iemand na de opnamen overlijdt? Wat gebeurt er als je per ongeluk een afbeelding in beeld brengt waar copyright op blijkt te berusten? Daarnaast verandert een opdracht soms tijdens de uitvoering. Bijvoorbeeld als blijkt dat je ergens niet mag draaien. Dan moet je misschien gaan ensceneren met figuranten en dat kan aanzien-

lijke kosten met zich meebrengen. Het geeft me rust dat dergelijke zaken zijn afgedekt door mijn AV.”

Geen knip- en plakwerk

“Voor het opstellen van AV kun je modellen gebruiken van branche- en beroepsverenigingen”, vertelt Kristina Adam. “Maar neem ze niet een op een over. Er staan altijd dingen in die voor jou niet gelden. Of er zijn zaken die jij wel moet regelen maar waar niets over gezegd wordt. Sommigen knippen en plakken van alles bij elkaar. Een cliënt van me wilde verkoopbepalingen opnemen maar had juist inkoopvoorwaarden overgenomen uit de AV van een ander. Toen er een conflict ontstond, verklaarde de rechter zijn AV daarom niet van toepassing.”

Informatieplicht

Dat gevaar loop je ook als je de AV niet meestuurt met de offerte, als pdf bij een e-mail of op de website. “Die informatieplicht is een van de twee basiseisen bij het gebruik van AV. Ten eerste moet je de AV altijd van toepassing verklaren. Daarnaast moet je de ander over de inhoud van je AV informeren. Wie dat laatste nalaat, is kansloos bij een zakelijk conflict: de AV zijn dan simpelweg niet van toepassing. Dat is ook het geval als je AV zijn verouderd. Veel ondernemers hebben ze ooit opgesteld, maar kijken er vervolgens niet meer naar. Als ze niet meer up-to-date zijn, verliezen ze hun bestaansrecht.”

Grijze gebieden

Een andere eis die gesteld wordt aan AV is dat ze redelijk moeten zijn. “Dit speelt vooral in de relatie



“KNIP EN PLAK DE ALGEMENE VOORWAARDEN NIET BIJ ELKAAR”

tussen ondernemer en consument. De rechter ziet die laatste altijd als de zwakkere partij, daarom krijgt hij bijna altijd het voordeel van de eventuele twijfel”, aldus Kristina Adam. Maar wat is redelijk? En wie bepaalt dat? Heeft iemand die het ontbijt in een hotel vindt tegenvallen bijvoorbeeld een poot om op te staan bij de reisorganisatie? “Grijze gebieden hou je altijd. In zijn algemeenheid geldt dat zaken objectief vast te stellen moeten zijn. Als de beloofde wifi er niet is – zoals mij ooit overkwam, waardoor ik er niet kon werken zoals ik gepland had – dan is het duidelijk. Maar of het bed nu wel of niet lekker ligt, tja...”

Maatwerk

Het bedrijf van Anna van de Weygaert loopt inmiddels heel goed. “Ik heb al iemand in dienst en vier freelancers zijn volop aan het werk. Daardoor heb ik nu ook wat meer tijd om te innoveren. Het geeft rust dat mijn AV goed in elkaar zitten en echt maatwerk zijn, met dank aan de KvK die me daarbij heel goed heeft geïnformeerd. En laten we eerlijk zijn: het staat gewoon heel goed richting opdrachtgevers als je degelijke AV kunt overleggen.” ■

Deponeren van algemene voorwaarden

Het is niet verplicht maar je kunt AV deponeren bij de Kamer van Koophandel. Dat kan handig zijn, bijvoorbeeld als er discussie ontstaat over welke AV van toepassing waren bij het sluiten van een overeenkomst. Deponeren bij de KvK kost momenteel 18 euro per kalenderjaar, met de mogelijkheid voor tussentijdse wijzigingen. Je kunt ook deponeren bij de Centrale Balie van de Rechtbank: daar kost het eenmalig 120 euro. Bij elke wijziging moet je de AV echter opnieuw indienen en moet je dat bedrag dus ook weer betalen. Let op: deponeren betekent niet dat de AV worden getoetst op juistheid of volledigheid. Meer informatie: www.kvk.nl/algemenevoorwaarden.

VERSTANDIG VERZEKEREN

Als ondernemer heb je te maken met onzekerheden. Is je opdrachtenportefeuille groot genoeg? Is je inkomen voldoende? Maar niet alles is onzeker. Zes tips voor meer zekerheid in zaken.

Tekst Wilma van Hoeflaken; Beeld Getty Images

1 Arbeidsongeschiktheidsverzekering

Met een griepje in bed en een week niets verdienen? Dat overleef je als zzp'er nog wel. Maar als de ziekte drie maanden duurt? Of nog langer? Dan verdien je niets. Er bestaat geen uitkering voor zieke ondernemers. Behalve bijstand, maar dat is heel weinig. Bovendien komen mensen met een werkende partner of met eigen vermogen hiervoor niet in aanmerking. **Zekerheid:** een arbeidsongeschiktheidsverzekering biedt een inkomen bij ziekte of invaliditeit.

Kosten: in 2014 heeft een schoonheidspecialiste van 34 jaar, die een uitkering van 30.000 euro wil met een wachttijd van drie maanden, een verzekering vanaf zo'n 300 euro per maand. Deze premie kun je aftrekken van de belasting. Jongeren betalen minder, ouderen meer. Ook de risicoklasse waarin de verzekeraar jouw beroepsgroep indeelt, is sterk van invloed. Hetzelfde geldt voor de wachttijd en het verzekerde bedrag. Houd ook rekening met de uitkeringsduur: is de verzekering tijdelijk, of totdat je AOW krijgt? Behalve bij verzekeringsmaatschappijen kunnen starters voor een arbeidsongeschiktheidsverzekering vaak ook terecht bij UWV. Voorwaarde is wel dat je voordat je ging ondernemen ook al verzekerd was bij UWV, bijvoorbeeld omdat je in loondienst was of een werkloosheidsuitkering had. Zeker als je wat ouder bent of medische klachten hebt, is dit een aanrader. Dan word je namelijk niet altijd geaccepteerd door een verzekeringsmaatschappij. Meer

informatie vind je op www.uwv.nl/vrijwilligverzekeren en op www.verzekeren-voorzelfstandigen.nl.

2 Rechtsbijstandsverzekering

Je hebt als traiteur uitstekende hapjes geleverd. Of je bent schilder en je hebt een pand strak in de lak gezet. Helaas, de opdrachtgever denkt er anders over en weigert te betalen. Hij eist zelfs dat je het werk opnieuw doet. Wat nu? Een advocaat inschakelen kost geld. **Zekerheid:** een rechtsbijstandsverzekering. Hiermee verzekert je jezelf van bijstand bij juridische conflicten.

Kosten: tussen de 15 en 50 euro per maand, afhankelijk van de uitgebreidheid van de dekking en bijvoorbeeld de bedrijfsgrootte. Soms zit bij de verzekering ook een incassoservice en de mogelijkheid om contracten voor te leggen aan een jurist.

3 Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering

Per ongeluk een dure vaas omgegooid bij een opdrachtgever? Aansprakelijk gesteld door een klant, nadat hij is uitgegleden over je net gedweilde vloer en daardoor een tijdje niet kan werken? De gewone wettelijke aansprakelijkheidsverzekering voor particulieren, die vrijwel iedereen heeft, keert bij schade in werksituaties niet uit. **Zekerheid:** een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering. Noodzakelijk voor iedere ondernemer.

Kosten: zo'n 7,50 tot 12 euro per maand.



4 Beroepsaansprakelijkheidsverzekering

Stel dat je als architect een constructiefout maakt, waardoor een balkonnetje naar beneden komt. Of dat je als financieel adviseur een vergissing begaat, waardoor een klant miljoenen misloopt. Sommige fouten leiden tot forse financiële claims. **Zekerheid:** een beroepsaansprakelijkheidsverzekering. Je bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering hangt samen met je bedrijf, je beroepsaansprakelijkheidsverzekering met je vak. Lang niet iedere ondernemer heeft hem dus nodig.

Kosten: ongeveer 25 tot 300 euro per maand, afhankelijk van je beroepsrisico. Informeer eens bij de branche- of beroepsorganisatie naar collectieve mogelijkheden.

5 Inventaris- en goederenverzekering

Thuis heb je een inboedelverzekering. Maar hoe zit het met je bedrijf? Je hebt een bureau, stoelen, verlichting, een laptop, een koffieautomaat, archiefkasten en wellicht ook machines of goederen op voorraad. Je inventaris is vaak veel meer waard dan je je realiseert, die moet je dus goed verzekeren.

Zekerheid: een inventaris- en goederenverzekering. Deze verzekering keert uit bij diefstal en schade aan je inventaris door bijvoorbeeld brand.

Kosten: in een magazijn met modieuze sportkleding is de kans op inbraak veel groter dan in het pakhuis van een graanhandelaar. Dat is van invloed op

de verzekeringspremie. Ook maakt het veel uit of je bedrijf in het centrum van een grote stad zit of op een beveiligd bedrijventerrein. Overigens stelt de verzekeraar zelf vaak ook eisen aan de beveiliging in je bedrijf. Al deze factoren leiden ertoe dat de premies variëren van 2,50 euro tot 9,50 euro voor elke duizend euro die de inventaris waard is. Informeer eens bij je branche- of beroepsorganisatie naar collectieve mogelijkheden.

6 Pensioenopbouw

De meeste werknemers bouwen via hun werkgever een oudedagspensioen op. Zelfstandigen niet. Het gevolg is dat zij later moeten rondkomen van de AOW, wat bepaald geen vetpot is.

Broodfondsen

Sommige zelfstandigen zetten zelf een arbeidsongeschiktheidsverzekering op, een broodfonds. Aan een broodfonds kunnen twintig tot vijftig ondernemers meedoen. Zij zetten elke maand geld opzij. Als een van de deelnemers ziek wordt, krijgt hij maximaal twee jaar geld van de anderen. De eerste ziektemaand is voor eigen risico. Broodfondsen zijn lokaal of regionaal opgezet, zodat de deelnemers elkaar kennen. Er zijn er al meer dan honderd. Meer informatie vind je op www.broodfonds.nl.

VOORDELEN:

- Het geld dat je inlegt blijft van jou
- Je kunt er elk moment mee stoppen
- Geen extra kosten bij zware beroepen of een slechte gezondheid

NADELEN:

- Het gaat om lage bedragen
- De 'uitkering' duurt maximaal twee jaar
- Zeker de eerste jaren heeft het broodfonds een zwakke financiële positie

Zekerheid: zelf iets regelen voor je pensioen.

Kosten: je bepaalt zelf hoeveel je opzij zet voor later, maar binnen bepaalde grenzen wil de fiscus meebetalen. Als ondernemer mag je jaarlijks 10,9 procent van de winst (tot maximaal 9.542 euro in 2014) belastingvrij opzij zetten voor je oudedagsvoorziening. Na je pensionering betaal je hier belasting over. Je kunt ook een koop-sompolis afsluiten of geld apart zetten op een geblokkeerde bankrekening (banksparen). Dit bedrag mag je aftrekken van de belasting. Op www.belastingdienst.nl kun je berekenen hoeveel je maximaal mag aftrekken. Over de lijfrente-uitkeringen die je later ontvangt, betaal je wel belasting. ■

EEN LANGE ADEM

Wetten, regels, vergunningen. Wie start krijgt er onherroepelijk mee te maken. Iedereen snapt dat ze nodig zijn, maar die papierwinkel... Twee ondernemers over hun haat-liefdeverhouding met overheidsinstanties en vergunningen. Tekst Jan van Deursen; Fotografie Ton Zonneveld

JULIEN VAN STOKKEM VAN RESTAURANT BALIJEPAK

“GEMEENTE EN BRANDWEER SPREKEN ELKAAR SOMS TEGEN”

Julien van Stokkem begon in maart 2012 met restaurant Balijepark in De Meern. Hij werkte hier al als kok en kreeg de mogelijkheid het restaurant over te nemen.

Julien van Stokkem: “Balijepark is gevestigd in het oude zomerhuis van een

monumentale boerderij die eigendom is van de Stichting Stadsherstel Utrecht. Die heeft het pand opgeknapt en alles rond die Omgevingsvergunning geregeld.” In de horeca draait het vooral om twee belangrijke vergunningen. “Ten eerste heb je een Drank- en Horecavergunning nodig van de gemeente als je alcohol schenkt”,

vertelt Julien. “Je pand moet voldoen aan bepaalde inrichtingseisen. Wat mij daarbij opviel is dat instanties als de gemeente en brandweer elkaar soms tegenspreken: van de ene moest ik nooduitgangbordjes in elke ruimte plaatsen, van de ander moest er een verwijzing naar de nooduitgang op elke deur. Verder moest ik een Verklaring Sociale Hygiëne kunnen laten zien. Maar goed, dat viel gelukkig allemaal wel mee.”

1100 euro afrekenen

De Exploatievergunning Horecabedrijf is volgens Van Stokkem een ander verhaal. “Hier gaat het om de toetsing van jouw persoon. Je moet allerlei stukken overleggen, maar het was niet altijd helder welke. Drie keer ging ik naar het gemeentehuis en steeds ontbrak er weer wat. Een beetje frustrerend was het wel. Toen alles compleet was, moest ik direct afrekenen – bijna 1100 euro – en acht weken wachten op de vergunning.” Die Exploatievergunning zegt trouwens niets over geluidsoverlast. Maar dat is volgens Van Stokkem geen probleem. “Een heel enkele keer hebben we feesten en partijen, en dan letten we goed op eventuele geluids- en parkeeroverlast. Ik wil een goede verstandhouding met de omwonenden, het zijn onze ambassadeurs.”

Julien van Stokkem: “In de horeca draait het vooral om twee vergunningen.”



Of ik als starter een vliegende start wil...

U heeft uw eerste stappen als startende ondernemer reeds gezet. Maar voor een vliegende start is het natuurlijk nooit te laat. Univé helpt u daar graag bij. Als starter loopt u namelijk meer dan gemiddelde risico's, aangezien u nog geen eigen buffer heeft op kunnen bouwen.

Wij verzekeren daarom de meeste risico's die u loopt. Zodat u zorgeloos kunt ondernemen. Kom daarom eens langs bij één van onze 150 kantoren of maak een afspraak via www.unive.nl/starters

Hoe ondernemend wilt u verzekerd zijn?



Daar plukt u de vruchten van!

VEREENVOUDIGD VERGUNNINGENSTELSEL

Veel vergunningen die je vroeger allemaal apart moest aanvragen (bijvoorbeeld op het gebied van milieu, bouw, sloop, monumenten, huisvesting, gebruik en afval) zijn opgenomen in één Omgevingsvergunning. Deze kun je gemakkelijk digitaal aanvragen via het Omgevingsloket Online, www.omgevingsloket.nl. Je kunt daar ook een vergunningencheck doen.



CHRISTEL THIJSSSEN VAN KINDEROPVANG KIDSOKAY

“DE NADRIJK LIGT WEL IETS TE VEEL OP RANDZAKEN”

Christel Thijssen runt samen met Petra Wijtten KidsOkay in het Brabantse dorp Beugen. Op 25 augustus 2014 was ze officieel gestart, met 15 kinderen tussen 0 en 13 jaar als ‘klant’.

“In de kinderopvang is de regelgeving nadrukkelijk aanwezig. Gelukkig was de Omgevingsvergunning al geregeld, omdat ik in basisschool Onze Bouwsteen gevestigd ben.” Dat betekent overigens niet dat Thijssen verder niets hoefde te regelen, integendeel. “Kinderopvang begint bij de gemeente met een aanvraag voor registra-

tie in het Landelijk Register Kinderopvang en Peuterspeelzalen (LRKP). Je moet een pedagogisch beleidsplan en een risico-inventarisatie (RI&E) overleggen. Al snel komt er een inspecteur van de GGD op bezoek die de ruimtes controleert op veiligheid en hygiëne. Kranen, radiatoren... alles wordt bekeken. Hij was stomverbaasd dat het allemaal al in orde was.”

Het vierogenprincipe

Sinds de zedenzaak kent de kinderopvang ook het vierogenprincipe. Dat betekent dat de kinderen altijd door minimaal twee vol-

Vijf wettelijke spelregels

Er is een flink aantal wetten waar je als ondernemer rekening mee moet houden. Denk bij de start in ieder geval aan deze vijf punten.

- 1** Bedrijfspand en het bestemmingsplan (bouw, brandveiligheid, milieu).
- 2** Voertuigen (tenaamstelling, inrichtingseisen).
- 3** Wettelijke producteisen en vrijwillige keurmerken.
- 4** Bescherming van het intellectuele eigendom (auteursrecht, merkenrecht, octrooien).
- 5** Verdieping in het consumentenrecht en – bij een webshop – de Wet koop op afstand.

Meer informatie:
www.ondernemersplein.nl/beroeps-eisen en www.ondernemersplein.nl/wetten-en-regels/branche.

wassenen gezien moeten worden. Verder moet iedereen in de kinderopvang een Verklaring omtrent het Gedrag hebben en de juiste opleiding hebben gedaan. “En dan hebben we het nog niet eens gehad over de juiste beroepskracht-kindratio, een logboek speeltoestellen, de voedselveiligheid volgens de HACCP-regels, een ouder- en klachtencommissie, enzovoorts”, somt Thijssen op. “Het is allemaal nodig, natuurlijk. Maar de nadruk ligt wel iets te veel op randzaken en te weinig op waar het écht om draait: de kwaliteit in de omgang tussen kind en begeleider, de pedagogische visie. Belangrijk daarbij is de meldcode voor kindermishandeling en huiselijk geweld. We hebben een cursus gevolgd om die code goed toe te kunnen passen. Want we zijn heel alert op eventuele signalen van kinderen. Gelukkig hebben we ons nog geen zorgen hoeven maken.” ■

WAT ALS UW BEDRIJFSWAGEN UW KANTOOR IS? SMARTPHONE, TABLET EN LAPTOP AANSLUITINGEN



VANAF € 16.990,-
 ALL-IN-ONE VANAF € 72,- PER WEEK
 INCL. 5 JAAR ONDERHOUD EN GARANTIE

DE NIEUWE RENAULT TRAFIC UW SUCCESBOOSTER

DRIVE THE CHANGE



Vanaf prijzen zijn exclusief BTW, BPM en kosten rijklaar maken. De vanafprijs is gebaseerd op de uitvoering Renault Trafic Générique dCi 90. Vanafprijs geldig vanaf 1 juni 2014. Op elke nieuwe Renault Trafic geldt een fabrieksgarantie van 2 jr. zonder kilometerbeperking en 12 jr. plaatwerkgarantie. Getoonde modellen kunnen afwijken van standaarduitvoering. Drukfouten, prijs- en specificatiewijzigingen voorbehouden. Voor meer informatie en/of de voorwaarden bel gratis 0800- 0303 of kijk op renault.nl. Min./max. verbruik: 5,9 - 6,5 l/100 km. Resp. 16,9 - 15,4 km/l. CO₂ 155 - 170 g/km.

Renault adviseert elfo

Alles over het Handelsregister

INSCHRIJVEN DOE JE ZO!

Wanneer je voor jezelf begint, schrijf je je – in vrijwel alle gevallen – eerst in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel in. Deze registratie bevordert de rechtszekerheid bij het zakendoen.

Waarom moet ik mijn bedrijf inschrijven?

Vrijwel elke onderneming in Nederland is wettelijk verplicht om zich in te schrijven in het Handelsregister. De notaris die de akte opstelt, zorgt gewoonlijk ook voor de inschrijving van een besloten vennootschap, stichting, coöperatie, onderlinge waarborgmaatschappij of nv. Of je een eenmanszaak moet inschrijven, hangt af van de criteria voor een onderneming. Vennootschappen onder firma, maatschappen en commanditaire vennootschappen worden hoe dan ook in het Handelsregister opgenomen. Zie ook: www.kvk.nl/inschrijven.

Wat wordt in het Handelsregister geregistreerd?

- Minimaal één handelsnaam (zie stap 4).
- Een fysiek adres van de onderneming en overige contactgegevens.
- Een bedrijfsomschrijving die kort, concreet en zakelijk aangeeft wat de bedrijfsactiviteiten van de onderneming zijn.
- De eigenaar, bestuurder(s) (en eventueel gevolmachtigden) van de onderneming.
- Afhankelijk van de rechtsvorm kunnen ook andere gegevens zoals enig aandeelhouderschap, onderling overeengekomen bevoegdheden of het karakter van een maatschap worden opgenomen.

Hoe schrijf ik mijn bedrijf in?

Hoe je je inschrijft bij de Kamer van Koophandel, hangt af van je rechtsvorm. Zo richt je bijvoorbeeld een rechtspersoon zoals een bv of stichting op via de notaris, die de inschrijving voor jou doet. Dat is handig, want dan hoef je voor de inschrijving niet meer naar de KvK. Voor andere rechtsvormen geldt een andere procedure:

- Als je een eenmanszaak, vof, cv of maatschap wilt inschrijven, dan vul je jouw gegevens zo uitgebreid mogelijk in op een digitaal formulier op www.kvk.nl/inschrijven.
- Je maakt een afspraak voor de inschrijving op een kantoor van de Kamer van Koophandel: www.kvk.nl/afspraak.
- Neem de bevestiging van je afspraak, eventueel aanvullende documenten en een geldig legitimatiebewijs zoals een geldig paspoort, een identiteitsbewijs of een rijbewijs mee.
- De vennoten van een vof, maatschap of cv moeten persoonlijk aanwezig zijn bij de inschrijving én een geldig legitimatiebewijs tonen.
- De inschrijvergoeding van de nieuwe onderneming en de kosten van een uittreksel betaal je per pin.

Wanneer moet ik me inschrijven?

Uiterlijk een week nadat je daadwerkelijk start, schrijf je de onderneming in bij de Kamer van Koophandel.



Onderneming ingeschreven: en dan?

Houd je bedrijfsgegevens up to date. Wie zaken met je doet, mag afgaan op de juistheid van de gegevens zoals die in het Handelsregister staan. Ter bevordering van de rechtszekerheid zijn de gegevens in het Handelsregister openbaar en voor iedereen te raadplegen. Het is één van de zogenaamde 'basisregisters'. Jouw bedrijfsgegevens worden veelal automatisch verwerkt in de andere basisregisters van de overheid (zoals de RDW en het Kadaster). Wijzigingen kun je eenvoudig doorgeven met behulp van de formulierenwijzer op www.kvk.nl/formulieren. Twijfel je hoe je de gegevens moet aanleveren of invullen? Maak dan een afspraak bij één van onze kantoren (www.kvk.nl/afspraak). Jouw wijziging is dan correct en direct verwerkt. Desgewenst ontvang je aansluitend een nieuw uittreksel met de aangepaste gegevens. Weet met wie je zaken doet! Als je een toegangscode voor het Handelsregister

aanvraagt op www.kvk.nl/toegangscode, heb je permanent toegang tot de juridische en financiële gegevens van jouw klanten en leveranciers. Het Handelsregister is onontbeerlijk bij het sluiten van overeenkomsten, het opstellen van contracten en het debiteurenbeheer. Download de KvK App Handelsregister in de App Store. De meeste rechtspersonen zijn wettelijk verplicht om hun jaarstukken te deponeren bij de Kamer van Koophandel, zie ook: www.kvk.nl/deponeren.

What's in it for me?

De Kamer van Koophandel ondersteunt ondernemers met haar data en kennis. Niet alleen tijdens de start van een onderneming, maar ook bij vragen op het gebied van internationaal zakendoen, innovatie (verbeteren en vernieuwen) en financiering. Je kunt gebruikmaken van geavanceerde digitale informatiebronnen, webinars en tools op www.kvk.nl, hallo.kvk.nl en www.ondernemersplein.nl. Vanzelfsprekend kun je jouw persoonlijke vragen via telefoon, chat en sociale media voorleggen

aan adviseurs van de Kamer van Koophandel. Tot slot ontmoet je deskundigen en inspirerende ondernemers tijdens themabijeenkomsten, workshops, events en projecten. Zie ook: www.kvk.nl/bijeenkomsten.

Moet ik me na inschrijving ook nog aanmelden bij de Belastingdienst?

Als je je inschrijft bij de Kamer van Koophandel worden deze gegevens automatisch doorgegeven aan de Belastingdienst. Je hoeft je niet apart aan te melden. Ondernemers die een nieuwe eenmanszaak, vof, maatschap of cv bij de KvK inschrijven, krijgen direct een btw-nummer. Andere ondernemers ontvangen hun btw-nummer van de Belastingdienst.

De Belastingdienst stuurt je vervolgens een inlognaam en een wachtwoord voor jouw persoonlijke omgeving waar je al je aangiften voor de btw en andere belastingen moet doen. Het is verstandig om deze beveiligde omgeving zo spoedig mogelijk te activeren zodat de Belastingdienst jou over voor jou relevante belastingzaken kan informeren. ■

TIP

De Belastingdienst organiseert regelmatig voorlichtingsbijeenkomsten voor pas gestarte ondernemers die met de btw en de inkomstenbelastingen te maken krijgen. Zie ook: www.belastingdienst.nl/starters.

**VOOR ANTWOORDEN OP ALLE
ANDERE VRAGEN OVER DE INSCHRIJVING:
WWW.KVK.NL/INSCHRIJVEN**



Edwin de Jong: "Ik kan nog geen band plakken maar doe het beter dan een fysieke fietswinkel."

KLANTEN VINDEN? DE AANHOUDER WINT!

Klanten vormen de basis van iedere onderneming. Groot of klein. Zakelijk of particulier. Het vinden van opdrachtgevers is dan ook van levensbelang. "Denk altijd in het belang van de klant, help hem verder." Tekst Wim Glas; Fotografie Ton Zonneveld

Sociale media, netwerken, koude acquisitie, mond-tot-mondreclame, abri's, advertenties in huis-aan-huis-krantjes, een briefje door de brievenbus, e-mailcampagnes... De lijst met manieren om klanten te werven is eindeloos en bijna onuitputtelijk. De verleiding is dus groot om al deze middelen in te zetten en op zo veel mogelijk paarden te wedden. "Niet verstandig", zegt Eline Walda, zelfstandig marketingadviseur voor het mkb en auteur van Marketing voor Ondernemers. Focus aanbrengen en goed nadenken over de behoefte van de klant is volgens haar de

sleutel naar succes. "Veel starters denken al snel: ik moet iets met sociale media. Ze beginnen er dus meteen lustig op los te Twitteren. Maar ze vergeten in het belang van de klant te denken. Ben je bakker? Stuur een tweet waarin je vertelt hoe je een kaiserbroodje extra lekker bereidt. Creëer een collage van een gezellige ontbijttafel, maak er een foto van en plaats die op je Facebookpagina. Heb je een schoonmaakbedrijf? Verspreid handige schoonmaaktips. Help je doelgroep, denk na over de dingen die hen bezighouden, communiceer. Ben je notaris en gaat het erfrecht op de schop? Informeer jouw doelgroep in een nieuwsbrief. Maak die potentiële klant blij. Dat werkt veel beter dan: nú met twintig procent korting!"

"TWITTER ER NIET GELIJK LUSTIG OP LOS, MAAR DENK IN HET BELANG VAN DE KLANT"

Google: sleutel tot succes
De strategie om klanten te vinden, is voor iedereen dus anders en in belangrijke mate afhankelijk van je product of dienst. Voor Edwin de Jong, die op internet fietsen aanbiedt via websites als fietsunie.nl



Gemeente Amsterdam

Microkrediet Amsterdam
brengt je verder

Bedrijfsfinanciering nodig? Dan is Microkrediet Amsterdam iets voor u!

Microkrediet Amsterdam:

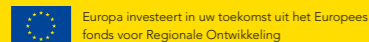
- kunt u aanvragen als u niet in aanmerking komt voor een financieringsoplossing bij de bank;
- is er voor startende en gevestigde ondernemers;
- verstrekt microkrediet van minimaal € 5.000 tot maximaal € 35.000;
- heeft een concurrerend rentepercentage;
- is een initiatief van de Gemeente Amsterdam.



De Gemeente Amsterdam biedt grote en kleine ondernemers in de stad de mogelijkheid om een krediet aan te vragen dat wordt verstrekt door de Gemeentelijke Kredietbank Amsterdam (GKA).

Vragen en meer informatie?

Meer informatie over de voorwaarden en de procedure kunt u vinden op: www.amsterdam.nl/microkrediet.
Of bel met Gemeente Amsterdam op **020 346 3667** (maandag t/m donderdag van 9.30 tot 11.00 uur).



www.amsterdam.nl/microkrediet

Als starter wilt u natuurlijk ook boekhouden in de cloud!

- ✓ Real-time overzicht van uw bedrijfsresultaat
- ✓ 24/7 de Zaak op Zak met de MUIS LIVE App
- ✓ Veilig, snel en eenvoudig

Start vanaf slechts 17,50 euro per maand.
Ga direct naar www.muis.nl/starter

MUIS
SOFTWARE
Top-of-the-Line Administratieve Software



en omafiets.nl, staat of valt het slagen van zijn onderneming met vindbaarheid in Google. “Goede posities in Google vormen de basis van het succes. Ik kan nog geen band plakken, maar doe het beter dan een fysieke fietswinkel. Dat is een bizarre werkelijkheid.” Vier jaar geleden verkocht De Jong zijn eerste fiets via Marktplaats, dit jaar verwacht hij tussen de 15.000 en 20.000 fietsen online te verkopen. Het succes verbaast hem nog elke dag. “Ik klap m’n laptop open en zie de orders binnenstromen”, vertelt hij. De Jong verwacht dat internet als afzetkanaal alleen nog maar verder gaat groeien de komende jaren. “Als ik een auto wil kopen, begint mijn zoektocht op internet. Wat ik daar tegenkom, bepaalt waar ik naartoe ga. Google bepaalt mijn keuzes. Het succes van je onderneming staat of valt dus in belangrijke mate met je online zichtbaarheid.” Om dat optimaal in te richten, investeert De Jong in overzichtelijke en goed functionerende websites met een uitgebalanceerd assortiment en productomschrijvingen die aansluiten bij het zoekgedrag van consumenten. “Als je op internet gevonden wilt worden, is het belangrijk dat je de taal spreekt van je potentiële klant. Welke zoekwoorden gebruikt iemand die op

zoek gaat naar een product? Als je daar nauwkeurig op afstemt, word je beter vindbaar in Google.”

Wees professioneel

De Jong adviseert ondernemers die online succesvol willen zijn om zich goed te verdiepen in de kansen die een markt biedt. “Hoe groot is het zoekverkeer naar je product of dienst en welk marktaandeel denk je te kunnen bemachtigen? Het vinden van klanten is vervolgens een zoekmachineverhaal in combinatie met het voeren van een sterk assortiment en goede reviews van klanten. Zo zorg je naast vindbaarheid ook voor de opbouw van je merk. Presenteer je als een professioneel bedrijf. Zorg voor een vast telefoonnummer, wees goed bereikbaar, beantwoord mails, haal het maximale uit je klantenservice. Het vormt de basis van je online succes.”

Kruiwagens en ambassadeurs

Ook Sjoerd Trompetter en Jochem Hes zijn heel gericht met hun marketing aan de slag gegaan. Het duo introduceerde in 2013 NAF, babyverzorgingsproducten van hoge kwaliteit. Trompetter: “De verkoop van onze producten vindt hoofdzakelijk plaats via internet, apotheken, kinder-

“MAAK DIE POTENTIËLE KLANT BLIJ. DAT WERKT VEEL BETER DAN: NÚ MET TWINTIG PROCENT KORTING!”

winkels en cosmeticspecialzaken. Om binnen te komen bij winkeliers en apothekers maakte het duo vooral gebruik van hun netwerk. Trompetter: “Je maakt in eerste instantie gebruik van je netwerk, gaat kijken wie je al kent. Een van onze investeerders komt uit de cosmetica-industrie. Hij had de contacten om ons in die wereld te introduceren. En een vrouw die al jarenlang kinderproducten verkoopt, was bereid ons op diverse plaatsen onder de aandacht te brengen. Je probeert via kruiwagens ingangen te vinden.” Na een jaar intensief bezig te zijn geweest met concept- en productontwikkeling zetten Trompetter en Hes nu vol in op de verkoop. “We zijn 180 graden geswitcht naar pure sales”, vertelt Trompetter. “Dat betekende ook heel veel koude acquisitie

Zes tips voor koude acquisitie

Potentiële klanten zomaar opbellen om je product of dienst aan te bieden – het is best eng en een vak apart. Maar ook hier geldt: al doende leert men. Met deze 6 tips wordt koude acquisitie een stuk makkelijker.

1 BEREID JE GOED VOOR OP EEN GESPREK Bedenk vooraf waarom je product of dienst interessant is voor het bedrijf dat je belt. Zorg dat je je enigszins hebt verdiept in het bedrijf; dat maakt een telefoongesprek persoonlijker.

2 ZORG DAT JE DE JUISTE PERSOON AAN DE LIJN HEBT Vraag meteen aan het begin van het gesprek of je de juiste persoon aan de lijn hebt of informeer of je met diegene kunt worden doorverbonden. Degene die bevoegd is om beslissingen te nemen. Is de juiste persoon niet bereikbaar? Probeer het op een ander moment.

3 BEL GELEGEN Vraag voorafgaand aan het gesprek of het schikt dat je belt. Is dat niet het geval, vraag dan wanneer het wel uitkomt en plan een afspraak. Laat je niet te snel afpoeien, maar voorkom ook dat je gaat drammen.

4 ZORG VOOR EEN INTERESSANT EN GOED VERHAAL Maak een belscript, maar voorkom dat je een voorgekauwd verhaal gaat opdreunen. Stel jezelf en je product of dienst beknopt voor en leg uit welke toegevoegde waarde die voor de klant kan hebben. Vertel niet alles – het telefoongesprek moet nieuwsgierig maken. Sluit een gesprek ook altijd netjes af.

5 VERWACHT NIET TE VEEL VAN EEN EERSTE GESPREK Zie het als een mogelijkheid om de deur op een kier te zetten. Merk je dat de prospect nu geen interesse heeft, vraag dan of je over een halfjaar nog eens mag terugbellen. Krijg je een ‘nee’ – laat het daar dan bij.

6 KWEK EEN DIKKE HUID Koude acquisitie is heel vaak de deksel op je neus krijgen en botte reacties verstouwen die je de moed in de schoenen doen zakken. Laat je niet uit het veld slaan. Blijf optimistisch. Acquisitie is statistiek. Eens in de zoveel keer is het raak. De aanhouder wint.

GEZONDER, FITTER & SLANKER

met een vitaliserende gezondheidsvakantie

lifestyle & gezondheidspreventie:

conditie verbeteren

ontstressen & relaxen

detoxen

afslanken

In een modern, schitterend gelegen Sloveens kuuroord met thermale baden, sauna's, fitness- en relax ruimtes.

Prijs v.a. € 1291,- p.p.
incl. vliegreis, verblijf en kuur.

STAP 10

KLANTEN VINDEN

“BIJ ACQUISITIE WORD JE HEEL VAAK TELEURGESTELD”

Klanten binden via sociale media

Het gebruik van sociale media kan een belangrijke manier zijn om prospects voor je te winnen en nieuwe klanten te vinden. Drie tips om je bedrijf via sociale media in de schijnwerpers te zetten.

1 GA BLOGGEN

Plaats regelmatig blogs over je diensten en producten op je website. Dit is een geweldige manier om je bedrijf onder de aandacht te brengen, in gesprek te raken met potentiële klanten en *top of mind* te raken bij de doelgroep. Waak wel voor schaamteloze zelfpromotie, maar voorzie je publiek van waardevolle en nuttige informatie. Bovendien lenen blogs zich prima voor verspreiding via sociale media als Facebook, LinkedIn en Twitter. Bijkomend voordeel: het schrijven van blogs zorgt voor verse webcontent waardoor je beter vindbaar wordt in Google.

2 VERZAMEL CONTACTGEGEVENS

Nodig bezoekers van je website uit om zich te abonneren op je blog of nieuwsbrief. Op die manier houd je gemakkelijk en eenvoudig contact met je potentiële klanten.

3 NEEM DEEL AAN RELEVANTE DISCUSSIES

Houd relevante onderwerpen op sociale media in de gaten en neem – als je een zinvolle bijdrage kunt leveren – actief deel aan discussies. Het is een mooie kans om je expertise te laten zien en jezelf onder de aandacht te brengen. Promoot jezelf hier ook niet te veel, maar laat alleen zien dat je deskundig bent. Dan komen de klanten vanzelf.

plegen. De telefoon pakken en allebei dertig potentiële klanten bellen. Je product introduceren en proberen een afspraak te maken om een keer langs te komen. In het begin is dat best moeilijk, want je hebt nog geen geloofwaardigheid. Niemand kent je. En dus word je vaak teleurgesteld. Maar je moet door en als je volhoudt, komen de afspraken en volgen ook de klanten.” Eenmaal binnen bij een klant maakten Sjoerd en Jochem handig gebruik van het netwerk van hun nieuwe afnemer. “Als we een kindwinkel in Amsterdam hadden overtuigd, vroegen we: ‘Ken je winkels waarbij ons product óók goed zou

passen? Wie moeten we nog meer hebben?’ Uit zo'n gesprek rolde vaak wel een lijstje van vier of vijf namen van andere winkels. De klant zei dan bijvoorbeeld: ‘Bij die winkel moet je mijn naam noemen.’ Of: ‘Die eigenaar zal ik wel even voor je bellen.’ Zo hopten we redelijk makkelijk van de ene naar de andere klant. We creëerden onze eigen ambassadeurs.”

Pr en sociale media

Om naamsbekendheid te creëren bij de eindgebruiker zet NAÏF nadrukkelijk in op PR en de aanwezigheid op sociale media. Sjoerd: “We richten ons op jonge



Sjoerd Trompetter (l) en Jochem Hes van NAÏF creëren zelf ambassadeurs voor hun babyverzorgingsproducten.



Gorian Jansen komt via mond-tot-mondreclame aan nieuwe klanten.

moeders. Dat is een zeer gefocuste doelgroep. Ze bezoeken een beperkt aantal websites, een beperkt aantal blogs en lezen een specifiek aantal bladen. Wij zorgen ervoor dat we bij al die kanalen onder de aandacht komen. Dat doen we door persberichten te versturen, pakketjes met onze producten aan te bieden. Het werkt. Magazines en bloggers pikken het op en schrijven over ons. Zodoende ontstaat er rumoer rondom je merk. Op die manier willen we ervoor zorgen dat die zwangere vrouw of jonge moeder

“EEN TEVREDEN KLANT IS JE BESTE AMBASSADEUR”

ons product op zo veel mogelijk plaatsen tegenkomt en in de winkel denkt: dit ga ik ook eens proberen. Het zijn al die kleine dingen die je moet doen om jezelf onder de aandacht te brengen. Zo stimu-

Werk aan je online reputatie

Wie op internet zoekt naar een product of dienst, wordt beïnvloed door de beoordelingen die anderen je onderneming geven. Houd reviews op internet over je bedrijf dus scherp in de gaten. Natuurlijk doe je er alles aan om je klanten tevreden te stellen, maar het gaat weleens mis. Reageer op negatieve beoordelingen van boze of teleurgestelde klanten en probeer ongemak of ergernissen zo goed mogelijk op te lossen. Klanten waarderen het als je serieus omgaat met klachten. Met een beetje geluk maak je zo van een ontevreden klant een tevreden ambassadeur van je onderneming.

leren we *word of mouth*. Jonge moeders praten nergens anders over dan over hun kinderen. Het is mooi als je hen als ambassadeur voor je product weet te winnen. Hun aantal groeit langzaam, maar gestaag. Onze strategie is niet om zo veel mogelijk mensen in één keer te bereiken. We vinden het belangrijker dat tienduizend mensen ons heel goed kennen en zij weer aan tienduizend anderen over ons vertellen.”

Mond-tot-mondreclame

Maar dat je soms ook zonder maar iets aan acquisitie of reclame te doen succesvol kunt zijn, bewijst Gorian Jansen uit Etten-Leur. Hij startte in 2006 een klusbedrijf en heeft sindsdien geen dag zonder werk gezeten. “Ik heb geen website, nog nooit een advertentie geplaatst en gebruik geen sociale media. De naam van mijn bedrijf staat zelfs niet op mijn bus”, bekent hij. “Ik ben begonnen bij kennissen en ben zo van de ene klus in de andere gerold. Mond-tot-mondreclame is in mijn branche het belangrijkste. Een tevreden klant is je beste ambassadeur. Nieuwe klanten gaan blind op de aanbeveling van een vriend of kennis voor wie ik een klus heb gedaan. Zorg dus dat je goed werk en goede service levert tegen een eerlijke prijs. Dat is de beste reclame die je voor jezelf kunt maken.” ■

KvK STARTERS VOORDEEL

Bestel en ontvang uw unieke welkomstgeschenk twv. € 100,- Deze ligt voor u klaar op onze website



pakket 1

250 visitekaartjes
1000 vel briefpapier
1000 flyers A4

€ 89,-

pakket 2

500
visitekaartjes
1000
briefpapier
500
venster envelop

€ 129,-

pakket 3

250
prijs kaartjes
2500 folders A4
of
5000 folders A5
dubbelzijdig bedrukt

€ 89,-

- * gratis opmaak
- * alles full color
- * gratis drukproef

www.hldrukwerk.nl

T: 085-3000400

E: info@hldrukwerk.nl

HL Drukwerk maakt deel uit van HTR vof. Bekend bij de Kamer van Koophandel als betrouwbare partner. HL Drukwerk werkt altijd aan verbetering waar ook het milieu en andere hoogwaardige technologie samen worden gebracht in de HL Drukwerk klantenformule. De moderne harde, economische ontwikkeling werd voor HL Drukwerk een extra uitdaging om het bedrijf nog sterker in de markt te kunnen positioneren. De klant wordt écht als klant behandeld en deze staat bij ons centraal. Meedenken in de branche van de klant, ideeën uitwerken en analyseren; dat maakt HL Drukwerk anders dan andere internet drukkerijen. De non-nonsense denk en werkwijze is in het hele bedrijf terug te vinden. Mede door de goede adviezen en informatie van de Kamer van Koophandel maakt HL Drukwerk tot een bedrijf met een eigen identiteit.

STEL EEN OFFERTE OP

Een offerte is niets meer dan een 'aanbod' aan een potentiële klant. Maak de offerte persoonlijk en overzichtelijk. Maar laat vooral zien dat je de wensen van de potentiële klant snapt.

Tekst Rutger Vahl

De offerte is het document waarin je beschrijft wat jij en je mogelijke klant met elkaar afspreken over werkzaamheden, planning en kosten. Met een goede offerte voorkom je dat later onduidelijkheid ontstaat over wat je van elkaar mag verwachten. Zowel de klant als jijzelf zet er een handtekening onder. Maar de offerte is meer dan een zakelijk stuk papier. De offerte laat ook zien wie je bent, is persoonlijk en mag nooit 'knip-en-plakwerk' zijn.

Dit staat er in de offerte

Anders dan bij een factuur (zie pagina 70) zijn er weinig wettelijke voorschriften waaraan een offerte moet voldoen. Uiteraard bestaat een offerte wel uit vaste onderdelen. De potentiële opdrachtgever verwacht die ook. Je logo, adres, datum, een kostenberekening, een verwijzing naar algemene voorwaarden en ruimte voor ondertekening voor akkoord. Bovenal geldt: een offerte moet duidelijk maken dat je de vraag van de klant begrijpt. En dat je dienst of product het juiste antwoord op die vraag is. Een goede offerte is niet te kort, want dan lijkt het alsof je dienstverlening weinig om het lijf heeft, maar ook niet te lang. Niemand zit te wachten op vijftien pagina's tekst. Maak je offerte persoonlijk. Schrijf toe naar de situatie van de klant en refereer aan het gesprek dat jullie eerder hadden. Laat zien wie je bent. Heb je een creatief product of een creatieve dienst? Zorg dan ook voor een creatieve offerte. Wie je ook bent of wat je ook doet: een offerte moet uitstralen dat er tijd en aandacht aan is besteed.

Nog even contact

Als je tijdens het maken van een offerte niet zeker weet wat de afspraken ook alweer waren, bel dan gerust even voor extra informatie. Een mooie gelegenheid om opnieuw een goede indruk te maken! ■

Vermeld duidelijk het adres van de opdrachtgever en de naam van de contactpersoon.

Maak duidelijk dat het om een offerte gaat en voor welke dienst/product het is.

Laat zien dat je de vraag van de klant hebt begrepen. Toon begrip en refereer opnieuw aan eerder contact. Dit maakt de offerte persoonlijker.

Geef aan waarom jouw bedrijf dé oplossing in huis heeft. Zeg iets over je ervaring, je kennis van de doelgroep en bijzonderheden van je bedrijf. En waarom dit helemaal aansluit op de wensen van de opdrachtgever. Schrijf vanuit het perspectief van de klant. Niet: 'wij bezorgen gratis' maar 'je krijgt (...) kosteloos thuisbezorgd'.

Vermeld welke afspraken en voorwaarden overeengekomen zijn. Dit voorkomt onduidelijkheid achteraf.

Maak een begroting zo inzichtelijk mogelijk. Als de klant de prijs te hoog vindt, vraag dan waarmee hij je tarief vergelijkt. Misschien is een ander goedkoper. Maar levert die ook dezelfde diensten en kwaliteit? Verlaag nooit je uurtarief, maar geef eenmalige korting.

KONINKLIJKE TRAPPENFABRIEK 'DE TREDE'
T.A.V. DIRECTEUR G. JANSSEN
POSTBUS 1234 DOETINCHEM

TEKSTBUREAU
Henk Hermans

Harlingen, 31 oktober 2014

Betref: offerte voor een jubileumboek

Geachte heer Janssen,

Op 30 oktober jl. hadden wij een prettig gesprek, waarin u aangaf dat u ter gelegenheid van het 100-jarig bestaan van Koninklijke Trappenfabriek De Trede een prachtig jubileumboek wilt kunnen uitdelen aan uw personeel, gepensioneerd medewerkers en relaties. In onderstaande offerte laat ik u graag zien wat Tekstbureau Henk Hermans daarin voor u kan betekenen.

UW VERZOEK
In ons gesprek vertelde u over de rijke historie van het familiebedrijf waarvan u directeur bent. Nu de onderneming volgend jaar een eeuw bestaat, wilt u deze geschiedenis laten vastleggen in een mooi herdenkingsboek, dat het verhaal vertelt maar ook een visitekaartje is van het huidige bedrijf.

ONS AANBOD
Tekstbureau Henk Hermans heeft veel ervaring met het produceren van jubileum- en herdenkingsboeken. Zo schreven wij recent boeken voor het 50-jarig bestaan van een deurenfabriek, een accountantskantoor en een middelbare school. Onze ruime ervaring en ons uitgebreide netwerk van partners maakt dat wij uw jubileumboek in kort tijdsbestek en met grote zorg kunnen produceren.

HET BOEK
Gezien de rijke historie van De Trede lijkt ons een omvang van 70 pagina's reëel. De inhoud zal de geschiedenis beschrijven, maar ook portretten van oud-bestuurders bevatten. Onze vormgevers maken een exclusief ontwerp. U kunt ook voor een standaard ontwerp kiezen. De opgevoerde ontwerpkosten in deze offerte komen dan te vervallen.

Fotografie
Wij schatten in dat er circa 10 foto's moeten worden gemaakt door een professionele fotograaf en dat wij voor de rest gebruik kunnen maken van bestaand beeldmateriaal.

Druk en oplage
Er is veel verschil in kwaliteit van papier mogelijk. We hebben afgesproken hierover nader met u van gedachte te wisselen, maar geven u in deze offerte drie prijsindicaties. De oplage wordt 1000 exemplaren.

Website
Een optie is ook een website te lanceren waarmee het verleden interactief tot leven kan komen. Ook dit kunnen wij en onze partners voor u verzorgen.

Alle teksten zullen door u persoonlijk gefiatteerd worden.

BEGROTING		
• Tekstproductie (80 uur à € 70)		€ 5.600
• Uniek ontwerp (vaste prijs)		€ 1.250
• 10 foto's (à € 150)		€ 1.500
• Vormgeving (30 uur à € 60)		€ 1.800
• Drukkosten bij oplage 1000		
- papierkwaliteit 'normaal'	€ 2.500	
- papierkwaliteit 'extra'	€ 3.000	
- papierkwaliteit 'superb'	€ 3.500	
• Website	€ 5.500	
(conceptontwikkeling, bouw, onderhoud)		

Alle prijzen zijn exclusief 21% btw en reiskosten (€ 18 cent/km). Indien u binnen 5 werkdagen akkoord geeft op deze offerte ontvangt u een eenmalige korting op de uurprijs van 2%. De betalingstermijn is 14 dagen na factuurdatum. Deze offerte is geldig tot 4 weken na dagtekening van deze offerte.

Ik hoop dat deze offerte u aanspreekt en dat we met elkaar een prachtig boek gaan maken! Bij dezen nodig ik u graag uit deze offerte te ondertekenen en te retourneren naar bovenstaand adres.

Ondertekenden verklaren hiermee akkoord te gaan met de in deze offerte genoemde afspraken.

De heer Janssen:
Datum _____

Tekstbureau Henk Hermans:
Datum _____

Bijlage: algemene voorwaarden

Tekstbureau Henk Hermans - Vestdijk 101a - 8861 BM Harlingen - 0517 37 27 38 - info@henkhermans.nl - www.henkhermans.nl
IBAN: NL95 RABO 0381 9136 31 - BIC: RABONL2U - Btw-nummer: 0123456789NL

Verstuur een offerte op eigen briefpapier met je herkenbare logo en adresgegevens.

Zorg voor een dagtekening met plaats.

Refereer aan een eerder contact en maak duidelijk dat je op verzoek van de opdrachtgever de offerte indient.

Doe een zo concreet mogelijk voorstel. Door de offerte uit te splitsen in diverse onderdelen, geef je de klant de mogelijkheid te kiezen, bijvoorbeeld als de hele offerte hem te prijzig is.

Het best is een offerte op te sturen die direct ondertekend kan worden. Dan heb je meteen een klus binnen. Bij grote en ingewikkelde maatwerkopdrachten kun je een offerte op hoofdlijnen maken en daarna onderhandelen over een gedetailleerd contract.

Maak duidelijk wat de betalingsvoorwaarden zijn. Een offerte is geldig zodra beide partijen hier een akkoord op geven. Dat zou dus mondeling in een telefoongesprek kunnen gebeuren, maar dan is het altijd lastig om dit achteraf te bewijzen.

Voeg algemene voorwaarden toe waarin je informatie opneemt die niet in de offerte past.

Sluit af met een persoonlijke boodschap, die de klant tot actie prikkelt.

STUUR EEN FACTUUR

De opdracht is binnen en (gedeeltelijk) voltooid. Tijd om de factuur te sturen. Anders dan voor een offerte gelden er voor een factuur harde eisen. Als je factuur niet aan de voorschriften voldoet, is deze niet rechtsgeldig. Tekst Rutger Vahl

Vermeld duidelijk het adres van de opdrachtgever en de naam van je contactpersoon.

Maak duidelijk dat het om een factuur gaat en voor welke dienst/product het is.

Vermeld een factuurnummer en zorg ervoor dat elke factuur netjes opeend genummerd is.

Zet de posten onder elkaar en specificeer hoe een bedrag tot stand is gekomen. Kilometervergoeding komt altijd vóór de btw-berekening. Tel op tot sub totaal en trek daar eventuele kortingen vanaf. Vergeet niet over het sub totaal de wettelijke btw te rekenen.

Vermeld duidelijk de betalings termijn en dat het factuurnummer en klantnummer vermeld dienen te worden. Dit maakt de verwerking voor jezelf eenvoudiger.

Indien de opdrachtgever het niet eens is met de factuur dient hij dit binnen 8 dagen schriftelijk kenbaar te maken.

Vermeld je btw-nummer.

Verstuur een factuur op eigen briefpapier met logo en adresgegevens.

Zorg voor een dagtekening met plaats.

Vermeld de periode waarin het werk plaatsvond.

Geef elke klant een uniek nummer. Ook dit vergemakkelijkt de verwerking in je eigen administratie.

Vermeld op de factuur duidelijk je IBAN en BIC.

Vermeld de periode waarin het werk plaatsvond.

Geef elke klant een uniek nummer. Ook dit vergemakkelijkt de verwerking in je eigen administratie.

Vermeld op de factuur duidelijk je IBAN en BIC.

Vermeld je btw-nummer.

TEKSTBUREAU HENK HERMANS

KONINKLIJKE TRAPPENFABRIEK 'DE TREDE'
T.A.V. DIRECTEUR G. JANSSEN
POSTBUS 1234 DOETINCHEM

Harlingen, 31 december 2013

Betreft: factuur voor jubileumboek

Periode: november-december 2013

Factuurnummer: 34-TREDE-20131231

Klantnummer: 20130054

• Tekstproductie (80 uur à € 70)	€ 5.600
• Ontwerp (vaste prijs)	€ 1.250
• 10 foto's (à € 150)	€ 1.500
• Vormgeving (30 uur à € 60)	€ 1.800
• Drukkosten bij oplage 1000: - papierkwaliteit 'extra'	€ 3.000
• Kilometervergoeding 3x Harlingen-Doetichem (600 km, à € 0,18)	€ 108
Subtotaal	€ 13.258
Korting 2% uurprijs	€ 148
Subtotaal	€ 13.110
Btw 21%	€ 2.753,10
Totaal	€ 15.863,10

Gelieve bovenstaande bedrag binnen 14 dagen te voldoen op onze rekening. Vermeld bij betaling het factuurnummer en klantnummer.

Reclameren schriftelijk binnen 8 dagen.

Tekstbureau Henk Hermans - Vestdijk 101a - 8861-BM Harlingen - 0517 37 27 38 - info@henkhermans.nl - www.henkhermans.nl
IBAN: NL95 0450 3811 9136 31 - BIC: RABONL2U - Btw-nummer: 0123456789NL

Dekatel helpt slimme ondernemers beter ondernemen



Dekatel Telecom

totaalleverancier in telecom

Al meer dan 25 jaar, met 50 collega's, verzorgen wij voor 5.000 klanten de telefonie. Als starter kunt u bij ons terecht voor persoonlijk advies en krijgt u een vast contactpersoon.

- mobiele telefonie en internet
- vaste telefonie
- VoIP
- vast internet

www.dekatel.nl



“HET IS EIGENLIJK NET SPEEDDATING”

Netwerken werkt. Daar is iedereen het wel over eens. Maar hoe bouw je een netwerk op dat ook nog wat oplevert? Gericht met pijlen schieten, dat is de basis. “Ondernemen doe je niet op de bonnefooi, dus netwerken ook niet.”

Tekst Charlotte de Heij; Fotografie NFP

Golfen met belangrijke personen en netwerkborrels aflopen om opdrachten binnen te slepen. Dat is het clichébeeld van netwerken. Geen wonder dat veel mensen denken dat netwerken niets voor hen is. Terwijl een goed netwerk ontzettend veel deuren kan openen. “Netwerken als vaardigheid is de laatste jaren steeds belangrijker geworden”, stelt Duco Scholtanus, bedrijfsadviseur en netwerker pur sang. En niet alleen voor sales en accountmanagers. Want, netwerken is voor iedere ondernemer belangrijk. Scholtanus krijgt vanuit zijn omgeving steeds meer vragen over effectief netwerken. “Eindelijk wordt de noodzaak ervan ingezien. In plaats van 1500 mailings de deur uit te doen, ontdekken ondernemers dat doorverwezen worden meer effect heeft. Zeker eenpitters moeten het hebben van goede recensies en mond-tot-mondreclame.”

Zorg voor ambassadeurs

Een breed netwerk van ambassadeurs die jouw bedrijf aanbevelen. Dat is voor een zzp'er bijna onmisbaar. Om dat te organiseren is het volgens Scholtanus belangrijk hier in je ondernemingsplan aandacht aan te schenken. “Neem in je plan een commercieel stuk op, waarin je beschrijft wie je doelgroepen zijn, wie jou kunnen doorverwijzen, met wie je kennis kunt delen en welke leveranciers voor jou belangrijk kunnen zijn. Als je hierover nagedacht hebt,

“NETWERKEN ALS VAARDIGHEID IS DE LAATSTE JAREN BELANGRIJKER GEWORDEN”

dan kun je namelijk gericht met pijlen schieten. Word niet zomaar lid van een Open Coffee-club om er na heel wat kopjes koffie en borrels achter te komen dat je publiek daar niet zit. Ga gepland naar bijeenkomsten toe in plaats van overal en nergens op te duiken.” Spontane ontmoetingen moet je volgens de 51-jarige bedrijfsadviseur overigens niet uit de weg gaan. Maar: “Ondernemen doe je niet op de bonnefooi, dus netwerken ook niet.”

Geef en je krijgt terug

Netwerken is absoluut geen tijdrovende bezigheid. Dat ontdekte ook Kay Eeftink, eigenaar van 360 ICT en deelnemer aan het IkStartSmart-project bij de Kamer van Koophandel. “Op uitnodiging van een sponsorrelatie mocht ik jaren geleden een Davis Cupwedstrijd bijwonen. Ik kreeg een T-shirt met alle handtekeningen van de Nederlandse tennissers. Jarenlang hing dat shirt in mijn kast. Op een netwerk-bijeenkomst raakte ik onlangs met iemand in gesprek en dat bleek een groot tennisfan te zijn. Ik heb het shirt ingepakt en naar hem opgestuurd. Op het kaartje schreef ik dat ik dit shirt tegenkwam en aan hem moest denken. Meer niet. Hij is advocaat. Wie weet heb ik ooit nog eens juridisch advies nodig. Als ik hem dan bel en om hulp vraag, weet ik zeker dat hij zich dat shirt herinnert. Ik heb het niet gedaan met die reden. Tot op de dag van vandaag heb ik zijn advies niet nodig gehad. Maar ik geloof er wel in dat als je iets geeft, je vanzelf iets terugkrijgt.”

Speeddating

Eeftink heeft zelf goede ervaringen met ondernemersverenigingen. Daar ontmoette hij vorig jaar de eigenaar van een bedrijf in led-verlichting. Eeftink verkoopt een ICT-dienst, deze man een product.



Volgens Duco Scholtanus moet iedere ondernemer een halve dag per week investeren in netwerken.

Toch hadden ze genoeg raakvlakken. Hij verkocht veel spullen via Google Adwords. 's Avonds zijn ze samen een hapje gaan eten en is de basis gelegd voor een samenwerking: Adwords-adviezen verkopen. Eeftink: “Dit bewijst het maar weer: je weet nooit waar een ontmoeting eindigt. Mijn mening is wel dat de contacten bij borrels kort en oppervlakkig zijn. Het is eigenlijk net speeddating. Als je iemand

tien minuten spreekt, dan lijkt het klaar. Dus zorg ervoor dat je die rust wel pakt en regelmatig een vervolgspraak maakt. Aan vluchtige contacten heb je niets.”

Pak je moment

Op bijeenkomsten voelt lang niet iedereen zich als een vis in het water. Als iemand niet zo spontaan is, heeft Eeftink een goede tip. “Ga bij een groepje staan. Eerst

vertellen de extraverte mensen wat ze doen. Probeer daar af en toe op te reageren. Gaandeweg ben jij aan de beurt. Je krijgt altijd je moment. Zorg ervoor dat je het benut. Ga niet meteen wapperen met je visitekaartje en vertellen wat jij verkoopt of doet, maar begin een verhaal dat je net je eigen timmermansbedrijf bent gestart en een nieuwe loods hebt gekocht. Dat is interessant. Ik heb dan gelijk veel vragen.

Populaire offline netwerken

Om te netwerken zijn er ontelbaar veel clubs en mogelijkheden. Offline netwerken beperkt zich natuurlijk niet alleen tot netwerkclubs, maar kan bijvoorbeeld ook gebeuren bij de sportclub, op verjaardagsfeesten of tijdens toevallige ontmoetingen. Een paar suggesties voor netwerkclubs:

- **NETWERKBORRELS BIJ JE IN DE BUURT** Elke dag vindt er wel ergens een netwerkborrel plaats. Bezoek ze niet allemaal, maar bekijk welke voor je interessant zijn. Vaak hebben de borrels een thema.
- **OPEN COFFEE-BIJEENKOMSTEN** Een Open Coffee is wat laagdrempeliger dan een netwerkborrel. De bijeenkomst wordt vaak gehouden in een restaurant of café en is vaak ongedwongen.
- **DE ONDERNEMERSVERENIGING IN JE GEMEENTE** Elke gemeente heeft wel een ondernemersvereniging. Wanneer je hier lid van wordt, ontmoet je veel interessante ondernemers en krijg je inzicht in het lokale ondernemersklimaat.
- **DE BRANCHEVERENIGING** Bij je branchevereniging ontmoet je gelijkgestemden en vaak ook concurrenten. Maar ook dat kan verhelderend zijn en soms zelfs een mooie samenwerking opleveren.

Bijvoorbeeld over jouw ambacht, expertise, machines en krediet. Het enige dat je nu nog hoeft te doen is open en oprecht antwoord geven. Ik wil vertrouwen krijgen in iemand. Ik ontmoette pas iemand die vertelde dat hij gescheiden is en op maandag voor zijn twee dochters zorgt. Toen begreep ik meteen waarom hij op maandag niet werkt. Zoiets geeft mij een goed gevoel.”



Kay Eeftink ontmoette bij een ondernemingsvereniging een nieuwe zakenpartner.

Dozen vol met visitekaartjes

Een stapel visitekaartjes, een volle contactpersonenlijst op Facebook en een groot netwerk op LinkedIn. En dan? Scholtanus is van mening dat iedere ondernemer een halve dag per week moet investeren in netwerken. "In plaats van radio luisteren in de auto kun je zo acht zakenrelaties bellen voor een kort gesprekje. Je moet in beeld raken. Het is niet moeilijk om in korte tijd bananendozen vol met visitekaartjes te verzamelen. Je kunt beter honderd mensen écht kennen die weten wat jij doet dan duizenden oppervlakkige contacten hebben. Alleen online lukt dat niet." Sociale media zijn ontzettend handig om contact te leggen, maar daarna moet het wel persoonlijk worden, benadrukt Scholtanus. Berichten op Twitter, Facebook en LinkedIn noemt hij vluchtig. "Persoon-

"BESTEED EEN HALVE DAG PER WEEK AAN NETWERKEN"

lijk wordt het pas als je iemand belt of ziet." En daarin zit driekwart van het succes. Scholtanus: "In een offline gesprek kan je veel meer voor elkaar krijgen. Gezichten en handdrukken onthoud ik, een statusupdate ben ik zo weer vergeten."

Top of mind

Een groot netwerk onderhouden hoeft niet lastig te zijn. Volgens Eeftink werkt het net zo als bij vrienden. "Als je een vriend drie jaar niet spreekt, dan verwatert de vriendschap. Een mail of telefoontje kost je weinig tijd, maar zorgt er wel voor dat iemand weer aan je denkt." Scholtanus deelt die mening. Hij noemt dat het 'zorgen voor nieuwe contactmomenten'. "Als je iemand mailt, zorg dan dat je altijd een volgend contactmoment afspreekt. Als je zegt dat je iemand na de vakantie belt, zet dit dan in je agenda en doe het vervolgens ook. Verjaardagen van kenniszakenrelaties zet ik in Outlook. Een dag van tevoren krijg ik een automatische herinnering en kan ik kiezen of ik diegene een bloemetje of een kaartje stuur, hem bel of mail. Je zit dan weer top of mind bij iemand." ■

Geliefde online netwerken

Online netwerken is een prachtige aanvulling op het offline netwerken. Belangrijkste spelregel: wees actief en doe mee in discussies. Ook als je er niet direct belang bij hebt. Kijk uit voor schaamteloze zelfpromotie.

- **HALLO!** is het online netwerkplatform van de KvK. Stel je vraag en je krijgt antwoord van ervaringsdeskundigen. www.kvk.nl/hallo
- **HIGHER LEVEL** Op het platform Higherlevel kun je discussiëren met andere ondernemers om zo elkaar naar een hoger niveau te brengen. www.higherlevel.nl
- **LINKEDIN** Via LinkedIn onderhoud je al je zakelijke contacten. Stuur aanbevelingen en vertel je contacten wat je aan het doen bent. Kortom zet jezelf in de etalage. www.linkedin.com



M-Commerce



Betaalautomaat



Transactie verwerking



Contactloos betalen



E-Commerce

Hoe betalen uw klanten?

U heeft de stap genomen om een eigen onderneming te starten. Wij denken graag met u mee over een betaaloplossing passend bij uw situatie.

Of u nu behoefte heeft aan een betaalautomaat, het verwerken van uw transacties of een webshop met een online betaalmogelijkheid, wij helpen u graag verder.

Continuïteit is belangrijk voor u en uw onderneming. Daarom hebben wij een support afdeling die 24/7 voor u klaar staat. Elektronisch betalen wordt overzichtelijk bij CCV.

Meer informatie: www.ccv.nl/starter

Elektronisch betalen start bij CCV
088 228 9870



Maak een goede start: doe uw btw-aangifte op tijd.

U bent net begonnen met uw eigen zaak. En hebt het al druk genoeg. Maak een goede start door meteen uw administratie bij te houden. En uw btw-aangifte op tijd te doen. Daar helpen we u graag bij. Bijvoorbeeld met onze handige herinnerings-services voor ondernemers. Via mail, sms of tweet helpen we u er dan aan herinneren aangifte te doen. Ga naar belastingdienst.nl/starters om een herinneringsmail of sms-alert in te stellen. Hier vindt u ook andere zakelijke tips om uw administratie en aangiften goed te kunnen regelen. **Belastingdienst Zakelijk. Werkt voor ondernemers.**

 Twitter met [@BDzakelijk](https://twitter.com/BDzakelijk)

Belastingdienst

Leuker kunnen we 't niet maken. Wel makkelijker.