



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Hoofdstuk 3.

Van dromen naar ideeën tot Onderneming

Verander dromen in ideeën en ideeën in dromen

“Op een dag zal officieel moeten worden toegegeven dat wat we tot werkelijkheid hebben gedoopt een nog grotere illusie is dan de wereld van onze dromen,” zei Dali ooit..

“Dromen zijn een krachtige vorm van bewustzijn”, schreef Edgar Allan Poe in zijn artikel ‘An Opinion About Dreams’

Het is ‘Ik heb een droom, niet ik heb een plan!’ Simon Sinek



Paul McCartney (Yesterday), John Lennon (# 9 Dream), Salvador Dali (Persistence of Memory), Christopher Nolan (Inception), en Stephen King (Dreamcatcher): Slechts een paar beroemde mensen die allemaal ideeën uitwerkten die in hun dromen begonnen...

Maar het gaat niet alleen om je droom. Het gaat erom dat jij je droom vertaalt in ideeën en deze omzet in je droombedrijf! Je moet ervoor te zorgen dat wanneer jouw bedrijf van start gaat, het op de korte termijn kan overleven, en ook in staat is om de lange termijn de droomonderneming te realiseren die je in jouw gedachten hebt ontworpen!

3.1. Het belang van een idee

Zonder ideeën wordt er geen vooruitgang geboekt, zal er niets veranderen, de menselijke ontwikkeling staat stil. Maar ideeën kunnen nergens heen tenzij ze worden gerealiseerd en uitgevoerd. En je kunt niets doen zonder het oorspronkelijke idee:

"Ideeën maken de wereld, want ze zijn de gids voor toekomstige beoefening. Zelfs de zwakste ideeën die zijn geworteld in vooroordelen en onwetendheid, schrijven geschiedenis en vormen een openbare cultuur ... Ideeën worden, wanneer ze worden gemobiliseerd, de sjablonen van denken en oefenen. " [Ash Amin & Michael O'Neill in Thinking About Almost Everything]

De mogelijkheden om waarde te creëren en deze aan mensen te leveren zijn eindeloos - zolang je de problemen waarmee de gewone man wordt geconfronteerd kunt identificeren en unieke ideeën hebt over hoe je ze kunt aanpakken. Ondernemerschapskansen zijn overal aanwezig waar je tegenwoordig kijkt, hoewel soms weliswaar aan het zicht onttrokken.

3.2. Het begint allemaal met het 'Merk Ik' (Brand 'I')

Het uitgangspunt moet altijd zijn: 'Wie ben ik?'

Je eerste taak is om jezelf te kennen. Als je jezelf kent, zul je begrijpen waar je van houdt en dan kun je beginnen met doen waar je van houdt: dus het begint allemaal met het Merk 'Ik' ('Brand 'I')

Het is jouw taak om jezelf te ontdekken en je eigen merk en je eigen ideeën als ondernemer vorm te geven. Maar het 'Merk Ik' (Brand 'I') staat natuurlijk onder invloed van ouders, leeftijdsgenoten, leraren, trainers, vrienden, familie, enz..

Er is een probleem met het 'Merk Ik' en het hebben van te veel ideeën ... Mensen raken in de war. Je moet je dus aan een bepaald raamwerk / format houden, zodat ze herkennen dat jij het bent, het jouw bedrijf is ...

3.3. Zelfevaluatie

Laten we beginnen met de meest fundamentele vraag: waarom wil je een bedrijf starten? Gebruik deze vraag om te bepalen wat voor soort bedrijf je wilt starten. Als je wat extra geld wilt, moet je misschien een bijbaan nemen. Als je meer vrijheid wilt, is het misschien tijd om je 9-tot-5-baan te verlaten en iets nieuws te beginnen. Als je de reden weet, het waarom. Begin jezelf dan nog meer vragen te stellen om erachter te komen welk type bedrijf je moet starten en of je reeds hebt wat nodig is:

- * Welke vaardigheden heb je?
- * Waar ligt je passie?
- * Wat is je expertisegebied?
- * Hoeveel kun je jezelf veroorloven te besteden, wetende dat de meeste bedrijven falen?
- * Hoeveel kapitaal heb je nodig?
- * Wat voor soort levensstijl wil je?
- * Ben je klaar om ondernemer te worden? ([Ga naar hoofdstuk 1](#))

3.4. Hoe ontstaan de beste ideeën?

(Gebrek aan) Kennis

Wat je leest en bewaart, heeft mogelijk invloed op wat je daarna leest en bewaart. Het voortdurende, holistische proces geeft ieder van ons een uniek uitzichtpunt. Geen wonder dat we zulke uiteenlopende meningen hebben. Met een algemene verkiezingscampagne in volle gang, kun je meningen niet vermijden. Persoonlijke opvattingen, officiële lijnen, analyse van het grote geheel, evaluatie van kleine punten...

Meningen zijn belangrijk omdat ze helpen onze ideeën vorm te geven. Lezen is ook belangrijk omdat we tijdens het proces andere meningen en ideeën leren kennen. We kunnen onze eigen conclusies niet trekken als we niet lezen over andere ideeën die er zijn.

De beste ideeën komen voort uit het analyseren van de eigen behoeften waaraan nog niet (geheel of gedeeltelijk) is voldaan. In het geval van jonge ondernemers met een migratie achtergrond kunnen ideeën voortkomen uit het onderzoeken van culturele en andere verschillen tussen het land van herkomst en het gastland. En klassieke ideeënbronnen voor ondernemers zijn veranderingen in demografische structuur; de nieuwe technologieën; wetswijzigingen; en veranderingen in levensstijl.

Structureer het idee rekening houdend met tijd en geld. Denk na over verkoopstrategieën - digitale ontwikkeling - logistiek - cashflow - communicatie - cultuur en juridisch - personeel en de hulp die je nodig hebt. Moet je geld investeren? Hoe lang duurt het voordat er geld binnenkomt? Je hebt cashflow nodig! Je moet immers de rekeningen betalen en eten.

3.5. Ideeën en uw doelgroep

Jouw ideeën moeten bij je doelgroepen worden gepitcht. Een marktdeel verwijst naar een groep potentiële klanten aan wie een bedrijf zijn producten en diensten wil verkopen. Deze groep omvat ook specifieke klanten op wie een bedrijf zijn marketinginspanningen richt. Een marktaandeel is een onderdeel van de totale markt voor een product of dienst.

** Bedenk een bedrijfsidee.*

Heb je al een geweldig bedrijfsidee? Zo ja, gefeliciteerd! Dan kun je het onderstaande overslaan en doorgaan naar het volgende hoofdstuk: [Hoofdstuk 4...](#)

Zo niet, dan zijn er tal van manieren om te beginnen met 'brainstormen' voor een goed idee. Het artikel over ondernemerschap, "[8 manieren om met een zakelijk idee te komen](#)", helpt mensen potentiële zakelijke ideeën op te splitsen. Aan wie wil je verkopen? Dit is je doel als bedrijf.

Hier zijn een paar aanwijzingen uit het artikel:

** Vraag jezelf af wat de toekomst biedt?*

Welke technologie of vooruitgang komt er binnenkort, en hoe zal dat op het zakelijke gebied zoals we dat kennen veranderen? Kun je voorop lopen, voor de troepen uit?

** Los dingen op die je irriteren.*

Mensen hebben liever minder van het slechte dan meer van het goede. Als je bedrijf een probleem voor jouw klanten kan oplossen, zullen ze je daar dankbaar voor zijn.

** Pas je vaardigheden toe op een geheel nieuw vakgebied.*

Veel bedrijven en bedrijfstakken doen de dingen op één manier, want dat is de manier waarop ze altijd zijn gedaan. In die gevallen kan een frisse blik vanuit een nieuw perspectief het verschil maken.

** Gebruik de betere, goedkopere en snellere aanpak.*

Heb je een zakelijk idee dat niet helemaal nieuw is? Denk dan eens na over het huidige aanbod en concentreer je op hoe je iets beters, goedkoper of sneller kunt maken.

** Ga op pad om mensen te ontmoeten en hen vragen te stellen, advies in te winnen bij andere ondernemers, online ideeën te onderzoeken of de methode te gebruiken die voor jou het meest logisch is.*

Als het bedrijfsidee eenmaal is geïdentificeerd, betekent dit niet dat het een deugdelijk idee is. Het idee moet worden geverifieerd: of er een markt(aandeel) is die groot genoeg is om investeringen en periodieke uitgaven te dekken; of het voldoet aan de geldende wetten; of financiering kan worden verkregen enz.

3.6. Marktonderzoek

Begin met het onderzoeken van je potentiële rivalen of partners op de markt met behulp van deze gids. Het geeft een overzicht van de doelstellingen die je nodig hebt om je onderzoek te completeren en de methoden die je daarvoor kunt gebruiken. Je kunt bijvoorbeeld telefonisch of persoonlijk interviews afnemen. Je kunt ook enquêtes of vragenlijsten aanbieden die vragen stellen zoals:

* "Met welke factoren hou je rekening bij het kopen van dit product of deze service?" en

* "Welke gebieden zou je ter verbetering voorstellen?"

Even belangrijk zijn de drie meest voorkomende fouten die mensen maken bij het starten van hun marktonderzoek, namelijk:

Alleen secundair onderzoek doen.

Alleen online bronnen gebruiken.

Alleen de mensen die je kent enquêteren.

3.7. Willen de klanten het?

Dit kan een relevante vraag zijn, al zullen Ford (Ford-T) en Steve Jobs (Apple) je iets anders vertellen...: 'In het begin wisten de klanten niet wat ze wilden. Uiteindelijk wilden ze het.'

Je idee kan geweldig zijn, maar timing is ook relevant:

Het miljardenbedrijf Free Record Shop in Nederland ging failliet en hield vast aan het oude concept van de verkoop van cd's en video's. Ze hadden echt wel een goede visie, en hadden het verkopen op het internetnet (zoals Amazon) reeds vroeg als business model ontwikkelt. Dit mislukte echter totaal in de jaren 90 en ze lieten het idee varen als een mislukking. Eigenlijk was het nog niet het moment... En later vergaten ze het weer op te pakken en miste het moment.

Gerelateerd aan: [How to Start a Business Online](#)

3.8. Meer suggesties

Voordat de ondernemer zijn / haar bedrijf start, dient hij / zij het idee te toetsen bij experts op het gebied, maar ook op het gebied van recht en fiscaliteit. De ondernemer moet bijvoorbeeld het type bedrijf kiezen (naamloze vennootschap, stichting, vereniging, enz.)

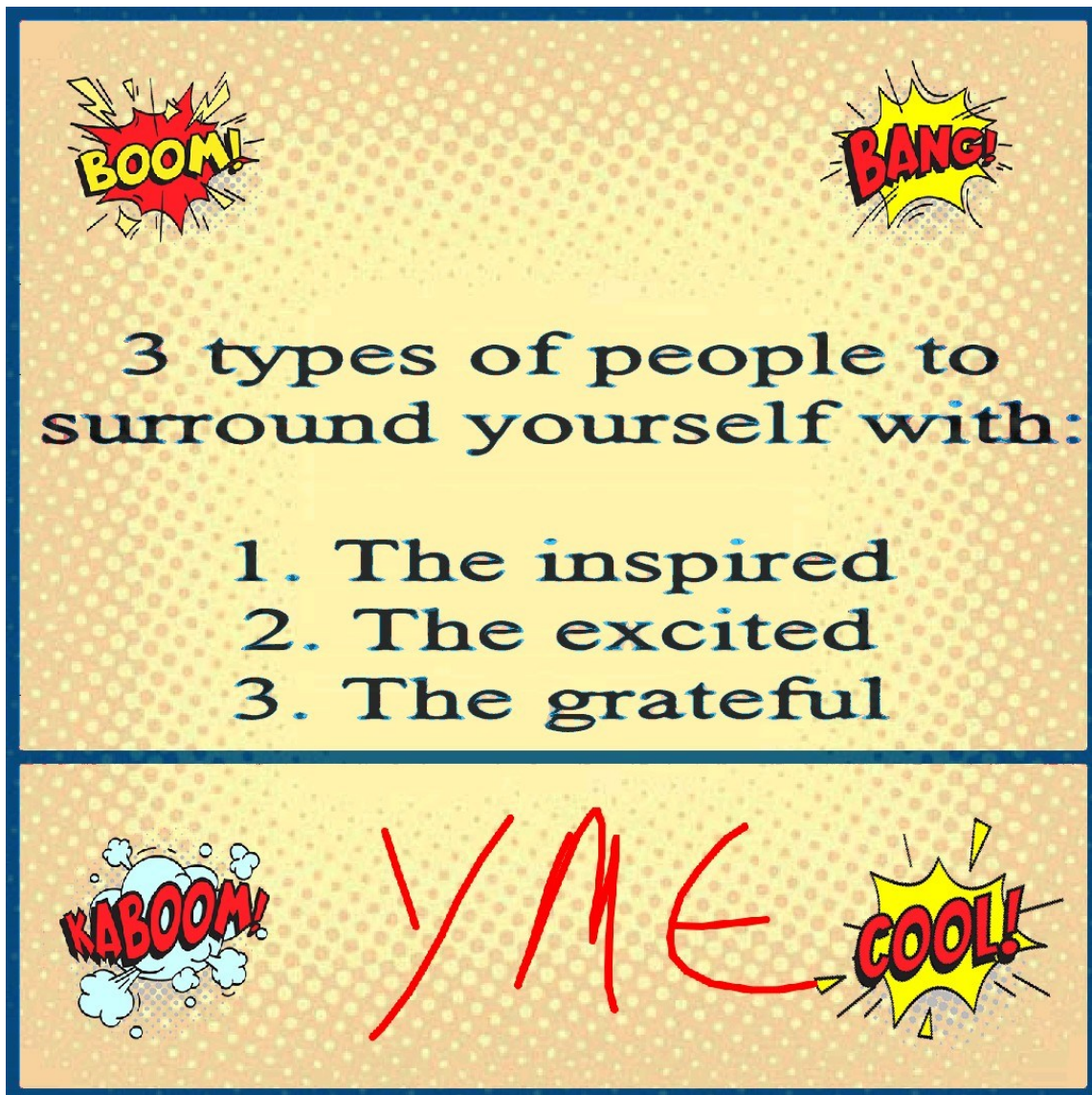
Feedback krijgen.

Laat mensen interactie hebben met uw product of dienst en kijk wat zij ervan vinden. Een frisse blik kan helpen om een probleem aan te wijzen dat u misschien hebt gemist. Bovendien worden deze mensen uw eerste 'Merk Ik' advocaten, vooral als u naar hun input luistert.

Zorg ervoor dat je jezelf niet omringt met negatieve mensen. Dat is geen goede omgeving om je ideeën te ontwikkelen. Kies dus de juiste mensen voor feedback!

3 soorten mensen om je mee te omringen en om feedback van te krijgen zijn:

1. De geïnspireerde
2. De enthousiasteling
3. De dankbare



3.9. Maak het officieel

Verwijder alle juridische obstakels zo vroeg mogelijk. Een korte checklist met dingen die je kunnen ondersteunen, kan zijn ([zie ook hoofdstuk 5](#)):

- Bedrijfsstructuur (BV of eenmanszaak om er maar een paar te noemen.)
- Bedrijfsnaam
- Registreer je bedrijf
- BTW-nummer
- Vergunningen
- Licentie
- Noodzakelijke bankrekening
- Handelsmerken, auteursrechten of patenten

3.10. Schrijf je bedrijfsplan

Een bedrijfsplan is een schriftelijke beschrijving van hoe jouw bedrijf zal evolueren vanaf het begin tot het eindproduct. Een Bedrijfsplan omvat ([zie ook hoofdstuk 4](#)):

- * **Samenvatting:** Dit is een samenvatting, met iets meer details van wat het plan omvat, waarbij vaak wordt verwezen naar de bedrijfsbeschrijving, het probleem dat het bedrijf oplost, de oplossing en waarom nu?
- * **Bedrijfsbeschrijving:** Wat voor soort bedrijf wilt u starten?
- * **Hoe ziet uw branche eruit?**
- * **Hoe zal het er in de toekomst uitzien?**
- * **Marktstrategieën:** Wat is je doel en marktaandeel en hoe kun je het beste op die markt verkopen?
- * **Competitieve analyse:** Wat zijn de sterke en zwakke punten van jouw concurrenten? Hoe ga je ze verslaan??
- * **Ontwerp- en ontwikkelingsplan:** Wat is uw product of dienst en hoe zal het zich ontwikkelen? Maak vervolgens een budget voor dat product of die service
- * **Bedrijfs- en managementplan:** hoe functioneert het bedrijf dagelijks?