



Schoonheids- en massagesalon Mooi Door Ontspanning

**Voorbeeld ondernemingsplan
met tips en uitleg**

*Tip: zet een foto van uzelf
(of van het product) op de cover.*

Leuke plek om uw slogan te vermelden.

Plaats hier uw eigen logo.

Een aandeel in elkaar



Rabobank



Tip

Plaats een mooie foto van uzelf of het product op de cover. Dat is een goede binnenkomer en zo maakt u de lezer nieuwsgierig naar de rest van het plan.



Meer informatie vindt u in de whitepaper 'Ondernemingsplan in 10 stappen'.

[Download hier het PDF-bestand](#)



Tip

Leg het plan af en toe even weg, zodat u er later weer met een frisse blik naar kunt kijken.

Hoe gebruik ik dit plan?

1. Een succesvolle start van uw onderneming begint met het schrijven van een goed ondernemingsplan. Met dit document helpen wij u graag op weg. Onthoud dat ieder bedrijf uniek is en dat dit ook geldt voor het bedrijfsplan. Gebruik dit voorbeeldplan dus als leidraad en neem de informatie niet een op een over. Alle cijfers en persoonlijke informatie in dit plan zijn fictief.
2. Bedenk goed waarom u dit plan gaat maken. En voor wie u het schrijft. Alleen voor uzelf of is het document ook bedoeld om potentiële investeerders te overtuigen? Dan moet een financier naar aanleiding van de informatie in het bedrijfsplan de financierbaarheid van uw startup kunnen beoordelen. Pas uw schrijfstijl hierop aan door jargon zoveel mogelijk te vermijden.
3. Het schrijven van een ondernemingsplan kost tijd en energie. Neem die tijd dan ook en voorzie alle hoofdstukken van voldoende (achtergrond)informatie. Het is belangrijk dat u het plan met zorg samenstelt. Zo komt u minder snel voor verrassingen te staan in de startfase van uw bedrijf.
4. Zorg ervoor dat de informatie in uw ondernemingsplan volledig is en maak het verhaal zo concreet mogelijk door afbeeldingen of grafieken toe te voegen. Zo zorgt u ervoor dat het idee nog meer gaat leven: niet alleen bij uzelf, maar ook bij de lezer(s) van het plan.
5. In dit voorbeeldplan verwijzen wij regelmatig naar aanvullende informatie op IkGaStarten en overheidswebsites. Naast deze informatiebronnen zijn er nog meer instanties die u kunnen voorzien van relevante kennis en feiten. Denk aan brancheorganisaties, het Centraal Bureau voor de Statistiek, etc. Maak daar gebruik van.
6. Wilt u op basis van dit plan startkapitaal vergaren? Laat uw plan dan ook controleren door een deskundige, zoals een boekhouder of expert op het gebied van bedrijfsfinanciering.
7. Klaar? Laat altijd uw familie en vrienden naar het plan kijken. Zo kunnen ontbrekende gegevens, taalfouten en andere slordigheidjes tijdig worden gecorrigeerd.
8. Veel succes (en plezier!) met het schrijven van uw ondernemingsplan. De startfase van uw bedrijf is een intensieve periode waarin u veel dingen leert en zult meemaken. Laat die bevoegdheid en uw enthousiasme ook terugkomen in uw plan.

Inhoudsopgave

1. Samenvatting	4
2. De ondernemer	5
2.1 <i>Persoonlijke gegevens</i>	5
2.2 <i>Persoonlijke motieven</i>	6
2.3 <i>Persoonlijke kwaliteiten</i>	6
2.4 <i>Persoonlijke ambities</i>	7
3. De onderneming	8
3.1 <i>Bedrijfsgegevens</i>	8
3.2 <i>Het idee</i>	8
3.3 <i>Stand van zaken</i>	10
4. De markt	11
4.1 <i>De markt in beeld</i>	11
4.2 <i>De doelgroep</i>	13
4.3 <i>Concurrentie</i>	14
4.4 <i>Bedrijf en product in de markt (SWOT-analyse)</i>	15
5. Marketingplan	17
5.1 <i>Product/Dienst</i>	17
5.2 <i>Prijs</i>	18
5.3 <i>Plaats</i>	19
5.4 <i>Promotie</i>	19
5.5 <i>Personeel en samenwerken</i>	21
6. Financieel plan	22
6.1 <i>Verdienmodel</i>	22
6.2 <i>Investeringsbegroting (hoeveel geld heeft u nodig om een bedrijf te starten?)</i>	24
6.3 <i>Financieringsbegroting (hoe wordt uw bedrijf gefinancierd?)</i>	25
6.4 <i>Exploitatiebegroting (de financiële onderbouwing van uw plannen)</i>	26
6.5 <i>Liquiditeitsbegroting (uw zakelijke uitgaven en inkomsten per maand)</i>	27
6.6 <i>Begroting privé-uitgaven (hoeveel geld heeft u nodig om van te kunnen leven?)</i>	28
7. Algemene/juridische zaken	29

1. Samenvatting

Vat hier uw plannen samen in 1 à 2 A4'tjes. Een goede samenvatting toont aan dat u uw doelstellingen helder voor ogen heeft en dat u hoofdzaken van bijzaken kunt scheiden.



Tip

Heeft u startkapitaal nodig? Vermeld in de samenvatting wat u van een investeerder verlangt.



Kiezen voor een **gestapelde financiering** vergroot de kans op de perfecte oplossing die aansluit bij uw plannen.

Mijn naam is Claudia de Vries. Sinds 2010 werk ik parttime in mijn schoonheids- en massagesalon Mooi Door Ontspanning. Ik ben mijn praktijk begonnen, omdat ik zie dat mensen baat hebben bij ontspannende therapieën. Dat geldt niet alleen voor hun gezichts- en hoofdhuid; massages komen zowel lichaam als geest ten goede. Omdat ik altijd met kinderen heb gewerkt, heb ik het afgelopen jaar mijn bezigheden uitgebreid met baby- en kindermassages. Hier is veel vraag naar. Vooral kinderen met leer- en concentratieproblemen hebben baat bij massages.

Vanaf volgend jaar wil ik fulltime in mijn eigen salon werken. Ik heb mijn baan als medewerkster bij schoonheidssalon Annette in Leidschendam inmiddels opgezegd. Behalve schoonheidsbehandelingen ga ik ook massagecursussen aanbieden.

Dit ondernemingsplan dient voor mij als een toetsmoment: heb ik overal aan gedacht? Voor de massages en cursussen is het belangrijk dat de praktijkruimte wordt uitgebreid en wordt voorzien van vloerverwarming. Beautyapparatuur en materialen, zoals een behandelstoel, massagetafel en handdoeken heb ik in mijn bezit. Voor de verbouwing heb ik ongeveer 17.000 euro aan externe financiering nodig.

2. De ondernemer

Wie is de man of vrouw áchter dit bedrijf? Beantwoord deze vraag met belangrijke informatie over uzelf. Zo zijn contactgegevens, opleiding en werkervaring relevant. Daarnaast geven uw persoonlijke motieven, kwaliteiten en ambities goed weer wat voor ondernemer u bent. Ken uw sterke en minder sterke kanten en laat zien hoe u daarmee omgaat.



Tip

Laat zien wie u bent en welke ervaring u heeft. Laat details weg die niet relevant zijn voor dit plan.

2.1 Persoonlijke gegevens

Naam	Claudia de Vries
Geslacht	Vrouw
Adres	Hoofdstraat 1
Postcode	1234 XY
Woonplaats	Zoetermeer
Telefoon	099 – 12 34 567
Mobiel	06 – 12 34 56 78
E-mailadres	info@mooidoorontspanning.nl
Geboortedatum	23-01-1974
Nationaliteit	Nederlandse
Burgerlijke staat	Gehuwd
Kinderen	Ja, 2 dochters (13 en 11)

Opleiding(en)

- Mavo Scholengemeenschap Zeezicht Den Haag
- MBO Pedagogisch medewerker 3 – Kinderopvang, ROC Den Haag
- Deeltijdopleiding Massage en Schoonheidsspecialist, Instituut Coco in Rijswijk
- Opleiding voetzoolreflextherapie, Instituut Coco in Rijswijk
- Deeltijdopleiding Kinder- en Babymassage, opleidingsinstituut Babymo in Rotterdam
- Cursussen Chinese en Thaise kindermassage, instituut Haizi in Maastricht.

Werkervaring

1995 – 2005	pedagogisch medewerker kinderdagverblijf
2005 – 2010	invalkracht kinderdagverblijf
2005 – heden	medewerker schoonheidssalon
2010 – heden	Schoonheids- en massagesalon Mooi Door Ontspanning

Bijzonderheden

Sinds 2010 heb ik een praktijkruimte aan huis en werk ik parttime als masseur. Ik ben zeer geïnteresseerd in oosterse massagetechnieken. Daarnaast ben ik lid van Anbos: de brancheorganisatie voor schoonheidsverzorgers en masseurs. Ik volg daar regelmatig cursussen om mijn kennis up-to-date te houden.



Tip

Heeft u financiering nodig? Benadruk dan dat deze stap vanuit persoonlijk opzicht een weloverwogen besluit is geweest.



Er bestaan talloze persoonlijkheidstests en competentietoetsen. De Myers-Briggs test is hiervan een goed voorbeeld. **Google er maar eens op.** De uitslag kunt u verwerken in uw plan. Sta ook stil bij uw kwaliteiten die belangrijk zijn bij het ondernemen. Denk aan marketing, verkoop en administratie.

2.2 Persoonlijke motieven

Hier beschrijft u waarom u juist nú voor uzelf begint. Benoem daarbij niet alleen de kracht van het product of de dienst, maar geef een persoonlijke motivatie. Waarom gelooft u hierin? Wellicht ten overvloede, maar wees altijd open en eerlijk over uw beweegredenen.

Nu mijn kinderen naar de middelbare school gaan, heb ik tijd om mijn hart te volgen. Een paar jaar geleden heb ik in de garage bij mijn huis een praktijkruimte gemaakt en daar ben ik parttime voor mezelf begonnen als schoonheidsspecialiste en later ook als masseur. Er blijkt veel belangstelling te zijn voor de massages en daarom wil ik de activiteiten in de massagesalon verder uitbreiden.

Daarnaast zie ik kansen om mijn verschillende expertises te bundelen door speciale massages voor kinderen aan te bieden. Doordat ik zowel in de wijkvereniging als op school actief ben als ouder, beschik ik over een groot netwerk. Ook komen er veel cliënten bij via bestaande klanten en door mond-tot-mondreclame.

2.3 Persoonlijke kwaliteiten

Bij dit onderdeel zet u uw voornaamste sterke en zwakte punten uiteen. Wees ook eerlijk over uw mindere kanten: een ondernemer die zichzelf goed kent, kan zijn zwakte punten verbeteren of deze eigenschappen leren compenseren. Denk aan iemand die geen held is met cijfertjes en zijn administratie bewust uitbesteedt.

Voor een betrouwbaar inzicht in mijn kwaliteiten als ondernemer heb ik diverse persoonlijkheidstesten gedaan. Uit deze testen kwam het volgende naar voren:

Sterke punten	Zwakke punten
Sociale oriëntatie	Dominantie
Creativiteit	Administratie
Zelfstandigheid	Risicobereidheid
Flexibiliteit	

Hoe benut ik mijn sterke kanten?

Ik werk graag met mensen en kan goed met kinderen omgaan. Deze eigenschappen zullen goed van pas komen bij het opzetten en uitbreiden van mijn massage-activiteiten voor baby's en kinderen. Mijn sociale vaardigheden kan ik gebruiken om deze doelgroep op zijn gemak te stellen. Daarnaast komen die van pas om mijn activiteiten hier in de buurt een grotere naamsbekendheid te geven.



Maak van uw persoonlijkheid een succes. [Bekijk de karaktertypes op IkGaStarten.](#)

Hoe ga ik om met mijn zwakke kanten?

Ik neem niet graag risico's. Voor ik iets nieuws onderneem, denk ik daar eerst lang over na en weeg de voor- en nadelen grondig tegen elkaar af. Ik beseft dat ik wat vaker de leiding moet nemen. Daarom heb ik onlangs een cursus 'workshops geven' gevolgd.

Ik kies er bewust voor om de groepen klein te houden, zodat ik minder leidend hoef op te treden en meer individuele aandacht kan geven.

Wat de administratie betreft: mijn man is hier erg goed in en hij verzorgt de laatste jaren al mijn administratie en belastingaangiften. Hij zal dat blijven doen.

2.4 Persoonlijke ambities

Hier vertelt u wat u met uw onderneming wilt bereiken. Wat zijn precies uw ambities op zakelijk of privégebied?

Ik werk graag met mensen en ben dol op kinderen. Ik vind het fijn als ik mensen onder mijn handen zie ontspannen en ze daarna 'mooi door ontspanning' de deur uitlopen. Tijdens behandelingen en cursussen krijgen deelnemers veel aandacht en daar word ik zelf ook vrolijk van.

De afgelopen jaren kwam er echter iets op mijn pad waardoor ik beseftte dat ik graag iets wil betekenen voor kinderen met leer- en concentratieproblemen. Een van mijn dochters is dyslectisch en ik heb gemerkt hoeveel baat zij heeft bij massages. Het zorgt voor ontspanning en verbetert haar coördinatie, waardoor zij ook op school beter presteert. Hoe mooi zou het zijn als ik ook andere ouders en kinderen op deze manier kan helpen? Deze persoonlijke ervaring plus het grote effect dat deze behandelingen op kinderen kan hebben, zijn voor mij belangrijke redenen om mijn aanbod met baby- en kindermassages uit te breiden.



Op zoek naar specifieke informatie?

Laat u goed informeren over:

- [Inschrijving KvK](#)
- [Rechtsvormen](#)
- [BTW-tarieven](#)
- [Leveringsvoorwaarden](#)
- [Vergunningen](#)
- [Subsidies en startersregelingen](#)



Lees bij [IkGaStarten](#) wat u moet weten over het starten van een eenmanszaak.



Ga goed verzekerd van start. [Check hier](#) welke verzekeringen in uw branche het meest worden afgesloten.



Tip

Beschrijf het probleem, uw oplossing en de urgentie. Waarom gaat u juist nu starten?

3. De onderneming

Dit hoofdstuk gaat dieper in op uw bedrijfsplannen én maakt melding van relevante ontwikkelingen in uw branche. Als starter moet u ook veel regelen. Denk aan de KvK-inschrijving, het opzetten van een administratie, het afsluiten van verzekeringen en het aanvragen van vergunningen.

3.1 Bedrijfsgegevens

Handelsnaam	Mooi Door Ontspanning
KvK-nummer	98765432
Rechtsvorm	Eenmanszaak
Administratie	Doet mijn man. De jaarrekening laat ik opmaken door Administratiekantoor 'Goed Jaar BV'
Tarief omzetbelasting	21%
Frequentie omzetbelasting	Per kwartaal
BTW-nummer	NL 123456789B01
Leveringsvoorwaarden	Ja (gedeponeerd bij de KvK)
Vergunningen	(Nog) geen vergunningen vereist
Subsidies	Geen
Verzekeringen	Arbeidsongeschiktheid, rechtsbijstand, beroeps- en bedrijfsaansprakelijkheid, inboedel

3.2 Het idee

Beschrijf tot in de kern het idee en geef aan met welke middelen u uw doelen wilt bereiken. Zie dit gedeelte van het plan als een soort 'elevator pitch', waarin u uw passie, inspiratie en ambitie benadrukt. Omschrijf uw plannen als zodanig dat anderen zin krijgen om mee te doen.

Het probleem

Mensen hebben het steeds drukker. Ze werken, hebben kinderen, willen een sociaal leven en daarnaast ook nog wat tijd voor zichzelf vrijmaken. Vooral dat laatste schiet er vaak bij in: 58 procent van de vrouwen zou graag naar een schoonheidssalon willen gaan, maar slechts 11 procent doet dat daadwerkelijk, zo blijkt uit een onderzoek van de Hogeschool voor Toerisme in Breda.

Ook aan kinderen worden steeds hogere eisen gesteld. Het aantal basisschoolleerlingen dat gediagnosticeerd wordt met ADHD, PDD-NOS of andere concentratiestoornissen is nog nooit zo hoog geweest. Juist deze kinderen blijken veel baat te hebben bij ontspannende massages.



Werken in een praktijkruimte aan huis?

Daar komt wel wat bij kijken. [Bekijk](#)

[hier de checklist.](#)

De oplossing

De laatste jaren zien we een trend opkomen, die ook wel the Economics of Happiness wordt genoemd. Daarin is veel aandacht voor de balans tussen werk en privé en ligt de nadruk meer op welzijn dan op materiële bezittingen. De snelgroeiende populariteit van bijvoorbeeld yoga en mindfulness en de toenemende vraag naar massages en massagecursussen laten dat zien. Met de volgende diensten speel ik hierop in.

Beautysalon

Mijn schoonheids- en massagesalon bestaat sinds 2010. Toen ik begon, werkte ik driekwart van mijn tijd als schoonheidsspecialiste. In de loop van de jaren veranderde dit en inmiddels is de verhouding schoonheidsspecialiste – masseuse 50/50.

Behalve traditionele schoonheidsbehandelingen geef ik ook gezichtsontspanningsmassages en voetzoolreflextherapie. Dit is een antwoord op de groeiende vraag naar ontspannende therapieën. Ik merk dat hier met name onder vrouwen tussen de 35 en 45 jaar met drukke levens veel vraag naar is.

Beauty- en ontspanningsproducten

Bij mijn klanten merk ik dat ze steeds vaker de voorkeur geven aan 'natuurzuivere' beauty- en huidverzorgingsproducten. Daarom bied ik alleen make-up aan van het biologische merk Lala Cousteau. Voor de massageoliën wil ik met een leverancier samenwerken die een natuurzuiver assortiment heeft. Ik onderhandel op dit moment over de exclusieve verkooprechten voor Zoetermeer en omgeving.

Massage

Sinds 2011 ben ik gediplomeerd baby- en kindermasseuse. Daar heb ik onder andere via de consultatiebureaus en op de school van mijn kinderen bekendheid aan gegeven. Sindsdien groeit de vraag naar deze massages gestaag. Tot nu toe ben ik er vooral de woensdag- en vrijdagmiddagen mee bezig geweest, maar er is nu zoveel vraag naar, dat ik deze werkzaamheden wil uitbreiden.

Cursussen

Er is niet alleen vraag naar massages. Klanten vragen mij ook regelmatig of ik hen kan leren zelf te masseren. Daarom wil ik komend jaar ook cursussen gaan geven: baby-, kinder- en klassieke ontspanningsmassage. Die zullen voor het grootste deel in een cursusruimte aan huis plaats gaan vinden. Daarnaast zal ik een aantal cursussen verzorgen in het buurthuis.

Waarom nu?

Dit is het goede moment om mijn werkzaamheden uit te breiden met massages en massagecursussen. Om te beginnen heb ik zelf meer tijd. Nu mijn kinderen groter zijn, kan ik veel meer uren in mijn bedrijf steken. Ook is dit een goed moment om in te spelen op bovengenoemde trends. De vraag in de markt groeit en het aanbod in Zoetermeer is (nog) niet erg groot. Daarom is dit in alle opzichten een goed moment om met dit concept van start te gaan.



Algemene voorwaarden, leveringsvoorwaarden, kent u het verschil? Toch is het belangrijk dat ze op orde zijn voor u gaat starten. [Lees er meer over op IkGaStarten.](#)

3.3 Stand van zaken

Veel starters hebben voorafgaand aan het schrijven van hun plan al veel voorwerk gedaan, zoals het onderzoeken van bedrijfslocaties, de fiscale mogelijkheden of het claimen van een domeinnaam. In deze paragraaf vermeldt u de actuele stand van zaken en geeft u aan welke stappen u nog moet zetten.

Omdat mijn salon al in 2010 bij de KvK geregistreerd is, is een aantal zaken al geregeld zoals:

- Administratie (*zakelijke bankrekening, KvK en BTW-nummer, boekhouding*)
- Verzekeringen (*bedrijfsaansprakelijkheid, beroepsaansprakelijkheid, rechtsbijstand, arbeidsongeschiktheid*)
- Website: www.mooidoorontspanning.nl
- Leveringsvoorwaarden

Nieuwe activiteiten

Omdat ik ook cursussen ga geven, is het belangrijk om een aantal zaken opnieuw te bekijken:

- Huidige klanten pinnen of betalen contant, maar hoe ga ik om met bijvoorbeeld de cursusadministratie en -boekhouding?
- Voor de cursussen moet ik de leveringsvoorwaarden laten aanpassen
- Ik zal meer marketingactiviteiten moeten ondernemen om voldoende aanmeldingen voor mijn cursussen te krijgen

Met de bank heb ik een afspraak gemaakt om te bezien of mijn huidige verzekeringen de risico's voldoende afdekken.

4. De markt

Dit hoofdstuk staat in het teken van marktontwikkelingen. Hier beschrijft u de afzetmarkt, doelgroep en het concurrentieveld. Daarnaast maakt u een inschatting of uw product/dienst voldoende potentie heeft om de (lokale) markt te veroveren.



Een **DESTEP-analyse** kan van pas komen bij het in beeld brengen van de omgeving buiten uw bedrijf.



Tip

Soms vindt u relevante trends op onverwachte plaatsen. Zorg voor een brede blik, denk creatief en zoek overal naar kansen.

4.1 De markt in beeld

Deze paragraaf gaat over relevante ontwikkelingen in uw branche. Vertel iets over de marktomvang (lokaal, landelijk en/of internationaal), gesignaleerde trends en vermeld eventuele plannen van de overheid. Breng deze informatie zo concreet mogelijk in kaart. Staaf het met cijfers en noem betrouwbare bronnen.

De Nederlandse economie trekt weer aan. Het Centraal Bureau voor de Statistiek voorspelt de komende jaren een groei van rond de 2 procent en dat merk ik in mijn praktijk. Mensen hebben geld over voor persoonlijke verzorging en nemen daar de tijd voor. Er is met name veel vraag naar ontspannende therapieën. Bovendien is er een groeiende belangstelling voor niet-materiële zaken, zoals yoga (ruim een half miljoen Nederlanders beoefent actief een of andere vorm van yoga), mindfulness en het vinden van evenwicht tussen lichaam en geest.

Trends en ontwikkelingen

Specifieke trendcijfers voor mijn branche (en de combinatie van schoonheidssalon en massagepraktijk die ik voor ogen heb) zijn niet makkelijk te vinden. Op de [site van Rabobank](#) vond ik wel cijfers over de dienstverlening en kappers. Daaruit blijkt dat steeds meer mensen naar thuisappers en kleinere dienstverleners gaan. Daarnaast heeft de NHTV (de Hogeschool voor Toerisme en Leisure in Breda) onderzoek gedaan, waaruit blijkt dat wellness een vitale branche is:

- 58 procent van de vrouwen wil graag een schoonheids- of beautybehandeling
- Slechts 11 procent bezoekt ook daadwerkelijk een schoonheidssalon
- Voor 60 procent van die bezoeken is een reistijd van maximaal dertig minuten nodig

Op lokaal niveau bestaat dus veel groeipotentieel.

De wellnessmarkt is aan een opmerkelijke opmars bezig en de verwachting is dat die de komende jaren nog verder aantrekt, mede door het snel populair wordende 'Economics of Happiness'.



Op zoek naar actuele cijfers van betrouwbare bronnen? Deze websites vormen een goed uitgangspunt:

- www.rabobank.nl/cijfersentrends
- www.cbs.nl
- www.anbos.nl



Tip

Schets in dit hoofdstuk alleen op hoofdlijnen de ontwikkelingen in uw markt. Een uitgebreide analyse kunt u als bijlage toevoegen.

Dat wil zeggen dat:

- Het streven naar materieel geluk plaatsmaakt voor immateriële waarden (gezondheid, schoonheid, zingeving e.d.)
- De lokale markt belangrijker wordt dan de globale markt
- Authentieke ervaringen belangrijk worden
- Bewuster leven belangrijk is (mindfulness)
- De focus verschuift van beleving naar verrijking
- Werken om te leven en niet andersom
- Eerlijk leven en duurzaam consumeren steeds belangrijker wordt
- Fotosharing (via Facebook, Instagram, Snapchat, etc.) steeds belangrijker wordt. Door de 'selfietrend' wordt van mensen steeds vaker verwacht dat ze er 24/7 goed uitzien

Kinderen

Een op de vijf leerlingen in Nederland heeft bijzondere begeleiding nodig. Vaak hebben zij last van leer- en concentratieproblemen. Kinderen die onrustig zijn, zowel baby's als kinderen in de basisschoolleeftijd, hebben veel baat bij ontspannende massages. De laatste jaren is hier veel onderzoek naar gedaan.

- De universiteit van Maastricht onderzocht bijvoorbeeld het bewuster erkennen van leerstoornissen als dyslexie, ADHD, PDD-NOS, NLD, dyscalculie, dyspraxie, MCDD etc.
- Kidsbalanz, een centrum waar kennis over en ervaring met kinderen met leer- en/of gedragsstoornissen wordt gebundeld en verspreid, heeft dit regelmatig aangetoond
- Daarnaast zijn er artikelen verschenen op: www.nieuwetijdskinderen.nl. Specifiek over het belang van massages voor het welzijn van kinderen met leerproblemen schreef het tijdschrift Opvoedcare een artikel. Daarnaast zijn er diverse boeken over dit onderwerp gepubliceerd, waaronder boeken als: 'Aanraken, een levensbehoefte' en 'Strelen, masseren en aanraken', van Lans Pierien.

Conclusie

De groeiende economie, de beautytrends, mindfulness, fotosharing en het belang van massages bij kinderen scheppen een gunstig klimaat voor het aanbod van schoonheidsbehandelingen en massages.



Breng uw doelgroep in kaart door middel van een **klantenanalyse**.



Tip

Demografische gegevens over een specifieke buurt kunt u vinden op www.huizen.kadasterdata.nl. Algemene cijfers zijn beschikbaar op sites van gemeentes en cbs.nl.



Meer weten over hoe u de juiste doelgroep bepaalt? U leest het op [IkGaStarten](#).

4.2 De doelgroep

'Wie zijn mijn potentiële klanten en hoe ga ik deze groep aan mijn bedrijf binden?' is een vraag die iedere ondernemer voor zichzelf moet kunnen beantwoorden. Het is dan ook de bedoeling dat u in deze paragraaf de beoogde doelgroep van uw bedrijf zo helder mogelijk definieert.

Drie bevolkingsgroepen zijn voor mij het belangrijkste: volwassen vrouwen met schoolgaande kinderen in Zoetermeer en directe omgeving. Daarnaast kinderen met concentratieproblemen en tot slot de baby's. Mijn doelgroep wil maximaal een half uur reizen om naar de praktijk te komen.

Volwassen vrouwen in Zoetermeer

Ik richt mij met name op vrouwen (in gezinnen met tweeverdieners) in Zoetermeer met kinderen in schoolgaande leeftijd. De leeftijd van deze vrouwen ligt tussen de dertig en vijfenvijftig jaar. In de wijk waar ik woon, behoort zestig à zeventig procent van de vrouwen tot mijn doelgroep; 22,3 procent van de gezinnen bestaat uit tweeverdieners.

De bevolking in Zoetermeer is de afgelopen twee decennia met 25 procent gegroeid. Op de site van de gemeente Zoetermeer staat dat zij de komende jaren verdere toename van de bevolking verwacht. Er komen inbreidingswijken, onder andere naast de buurt waar ik woon, zodat nog meer jonge mensen en jonge gezinnen zich in Zoetermeer zullen vestigen.

- 12.000 volwassen vrouwen (reisafstand van maximaal dertig minuten)

Baby's en kinderen

Voor de baby- en kindermassages richt ik mij op kinderen van kinderen van nul tot vijftien jaar. Uit cijfers van het CBS blijkt dat in Zoetermeer 24,5 procent van de bevolking in de leeftijdscategorie nul tot negentien jaar valt. Interessant voor mijn praktijk zijn de bevindingen van Instituut Meervaart. Dit gerenommeerde instituut onderzocht hoeveel kinderen met leerproblemen er zijn.

Geschat wordt dat ongeveer tien procent van de leerlingen ADHD heeft of stress ervaart. In de communicatie richt ik mij op de ouders/verzorgers van deze kinderen. Zij zijn de beslissers en bepalen of een massage of cursus van belang is voor hun kind. De belangrijkste beïnvloeders zijn scholen, kinderdagverblijven en consultatiebureaus.

- 30.000 kinderen in de gemeente Zoetermeer, waarvan:
 - 1.500 baby's
 - 2.000 schoolgaande kinderen die leerproblemen ervaren
- veertig basisscholen + zeven middelbare scholen in Zoetermeer
- vijftig kinderdagverblijven
- vijf consultatiebureaus



Met het **vijfkrachtenmodel van Porter** analyseert u de concurrentiekrachten ten opzichte van uw onderneming. Handig bij het in kaart brengen van uw concurrenten!



Tip

In een stad kunnen meerdere concurrenten zijn. Geef aan hoe u zich daarvan onderscheidt.

4.3 Concurrentie

Echt unieke producten en diensten zijn zeldzaam, dus aan concurrerende partijen ontkomt u meestal niet. Een goed plan bevat daarom altijd een concurrentieanalyse. Het complete overzicht kunt u (eventueel als bijlage) aan het plan toevoegen. In dat geval vermeldt u in deze paragraaf alleen een samenvatting van het onderzoek.

Mijn directe concurrenten bevinden zich met name in Zoetermeer, om precies te zijn in een cirkel van dertig minuten reistijd. Ik focus me dus op de stad en de regio.

Schoonheidssalons

Volgens de Kamer van Koophandel zijn er in Zoetermeer momenteel circa veertig schoonheidssalons gevestigd. De meesten zijn aan huis gevestigd en bieden traditionele beautybehandelingen aan. Gezichts- en hoofdmassage en voetzoolreflextherapie zoals ik aanbied, komen minder voor. Ik heb de websites van de concurrentie bekeken en kwam deze therapie slechts op zes sites van directe concurrenten tegen. De grootste schoonheidssalon in Zoetermeer is 'Beautiful you'. Dit bedrijf is gevestigd in het centrum, verkoopt mooie Franse merken en heeft een goede naam. Deze salon richt zich op een exclusief publiek, waardoor ik deze aanbieder niet echt als concurrentie zie.

Massagetherapieën

Er worden regelmatig cursussen babymassage aangeboden in wijkcentra, maar niet in Zoetermeer. Hier is slechts één massagepraktijk die cursussen babymassage aanbiedt. Ik onderscheid me doordat ik ook zelf baby's masseer, bijvoorbeeld als ze onrustig zijn. Daarnaast geef ik cursussen babymassage die gericht zijn op het contact tussen ouder en kind en op algemene ontspanning.

In Zoetermeer en omliggende gemeenten wordt babymassage aangeboden door een antroposofische masseuse. Dit is een oudere dame, die ik weleens spreek. Zij stopt over een paar jaar met haar praktijk. Ik zie haar niet als een serieuze concurrent, omdat niet iedereen zich thuis voelt bij de antroposofische benadering.

Voor cursussen kindermassage moeten mensen uit Zoetermeer naar Rotterdam komen. Instituut 'Massage is Healthy' is de enige in de omgeving die kindermassages aanbiedt. De vraag naar vakmensen met kennis en expertise op dit gebied groeit echter snel. Er zijn veel kinderen met leer- en concentratieproblemen en het inzicht dat die baat hebben bij massages wordt steeds breder bekend. Dat inzicht wil ik onder een groot publiek verspreiden. Daarnaast merk ik ook dat deze massages de band tussen ouder en kind versterken. Aan dat inzicht wil ik grotere bekendheid geven.



Benieuwd hoe u een concurrentieanalyse opstelt?

[Lees verder op IkGaStarten.](#)



Meer weten over het opstellen van een SWOT-analyse?

[Lees het op IkGaStarten.](#)

Overzicht van de voornaamste concurrenten in de directe omgeving:

<i>Bedrijf</i>	<i>Diensten</i>	<i>Doelgroep</i>
Beautiful you (www.b-y.nl)	Schoonheidssalon	Exclusieve merken, bovenste marktsegment
Mevrouw de Zoet (geen website)	Babymassages	Mensen met affiniteit met antroposofie
Massage is Healthy (www.healthymassages.nl)	Babymassages	Breed publiek uit Rotterdam e.o.

De concurrentie voorblijven

In mijn vakgebied zijn altijd concurrenten in de directe omgeving actief. Het houden van klanten is daarom misschien nog wel belangrijker dan het vinden ervan. Veel van mijn klanten komen nu terug, omdat ze tevreden zijn met mijn diensten. Ik bied een luisterend oor en geef hen een prettig gevoel, omdat ik echt met ze begaan ben. Onder deze groep bevinden zich veel ouders van kinderen. Omdat mond-tot-mondreclame in deze branche erg belangrijk is, zal ik hen als ambassadeurs gaan inzetten en een gratis kennismakingsmassage aanbieden.

4.4 Bedrijf en product in de markt (SWOT-analyse)

Met een SWOT-analyse maakt u kansen en risico's inzichtelijk door de S (strengths), W (weaknesses), O (opportunities) en T (Threats) te analyseren. Zo kunt u een goede inschatting maken of een product (of dienst) de potentie heeft om de (lokale) markt te veroveren. Daarnaast attendeert een volwaardige SWOT-analyse u op zaken die u anders wellicht over het hoofd had gezien.

Sterktes (intern)

- Breed assortiment
- Vakkennis (diploma's)
- Biologische producten
- Sociale binding met de buurt
- Goed met kinderen

Zwaktes (intern)

- Praktijkruimte niet op zichtlocatie
- Cursusaanbod nog niet breed bekend
- Praktijkruimte moet worden uitgebreid
- Weinig ervaring met geven van cursussen

Kansen (extern)

- Groeiende belangstelling voor mindfulness
- Fotosharing is populair
- Positieve effect van kindermassages wordt bekender
- Weinig concurrentie in de directe omgeving

Bedreigingen (extern)

- Groeiend aanbod kindermassages in het algemeen
- Massage voor (kinderen met) concentratieproblemen nog niet erg bekend
- De eventuele komst van een schoonheidssalon in winkelcentrum



Tip

Met een risicoanalyse en uitleg over hoe u met bedreigingen omspringt, laat u zien dat u over deze zaken heeft nagedacht.

Conclusies

De vraag naar (kinder)massages groeit, terwijl het aanbod in Zoetermeer en directe omgeving nog vrijwel nihil is. Tegelijkertijd wordt het positieve effect van massages op het welzijn van zowel kinderen als volwassenen in steeds bredere kring bekend. De vraag zal hierdoor alleen maar stijgen.

Om mijn diensten bij een brede Zoetermeerse doelgroep onder de aandacht te brengen, zal ik sociale en lokale media inschakelen en hen via de juiste netwerken kennis laten nemen van mijn aanbod. Door mijn kennis steeds up-to-date te houden, kan ik mij blijvend onderscheiden.

5. Marketingplan

Een marketingplan: u ontkomt er vaak niet aan bij het in de markt zetten van een product (of dienst). Een belangrijk onderdeel van een marketingplan is de marketingmix. Hiermee vertaalt u uw plannen naar een praktische aanpak. Want al heeft u nog zo'n duidelijke visie: u wilt uiteindelijk bereiken dat de klant bij u komt en niet naar de concurrent gaat.



Tip

Beschrijf in de marketingmix:

- Het Product
- De Prijs
- De Plaats
- De Promotie
- Het Personeel

Het beschrijven van deze P's is een klassieke en betrouwbare methode. Tegenwoordig zijn er diverse andere methoden. Kies een manier die bij u en uw bedrijf past. Lees bijvoorbeeld ook over de [C's van de marketingmix 2.0 op IkGaStarten](#).



Wilt u weten hoe u van uw onderneming een echt commercieel succes kunt maken?

[Lees het op IkGaStarten](#).

5.1 Product/Dienst

Nadat u eerder al de markt grondig in kaart heeft gebracht, gaat u in dit deel dieper in op het product (of de dienst) dat u wilt verkopen. Beschrijf hier zo concreet mogelijk waarom (en hoe) u de markt gaat veroveren.

Ik blijf doorgaan met de werkzaamheden in mijn schoonheidssalon, aangevuld met de verkoop van een uitgekiende selectie beautyproducten. Dat vormt een stevige basis in de periode dat ik mijn kinder- en baby massages ga opzetten en uitbreiden.

Schoonheidssalon

- Huidanalyse
- Gezichtsreiniging
- Peeling
- Verwijderen van huidoneffenheden (reinigen en stomen)
- Epileren
- Wimpers of wenkbrauwen verven
- Bovenlip of kin harsen
- Beautybehandelingen en maskers

De behandelingen duren 45 tot 120 minuten. Ze zijn te boeken op maandag, dinsdag en donderdag overdag.

Massages

- Gezichtsontspanningsmassages
- Voetzoolreflextherapie
- Klassieke ontspanningsmassages
- Baby- en kindermassages

De massages duren dertig minuten (voor kinderen) tot 120 minuten. Deze zijn te boeken overdag op maandag, dinsdag en donderdag. Kindermassages zijn te reserveren op de woensdag- en vrijdagmiddag.



Tip

- Weet wat uw kostprijs en gewenste winstmarges zijn
- Achterhaal wat gangbare verkoopprijzen in de markt zijn
- Vraag (potentiële) klanten wat zij voor uw product/dienst willen betalen



Wat is voor u een goed uurtarief?

[Lees de tips op IkGaStarten.](#)

Cursussen

- Klassieke ontspanningsmassage (drie lessen van 2,5 uur). Minimaal twee en maximaal zes personen
- Kindermassage (vijf lessen van 1 uur). Minimaal twee en maximaal vier personen
- Babymassage (vijf lessen van 1,5 uur). Minimaal vier en maximaal zes personen

Deze vinden op onregelmatige basis plaats op woensdagen, vrijdagmiddag en op woensdag of donderdag in de avonduren. Op de website zijn de cursussen tot zes maanden vooruit te boeken.

Beauty- en ontspanningsproducten

In de salon voer ik al jaren het merk Lala Cousteau. Dit merk biedt verzorgingsproducten die gebaseerd zijn op biologische ingrediënten en is gecertificeerd in natuurcosmetica. Mijn huidige cliënten zijn zeer tevreden over deze producten en kopen regelmatig een extra voorraad om thuis te gebruiken. Voor de massageoliën ben ik nog op zoek naar een goede leverancier die uitsluitend natuurlijke ingrediënten gebruikt.

5.2 Prijs

Hier gaat u in op de verkoopprijs van uw product of dienst. Een gangbare methode om dit te bepalen, is door in te schatten wat klanten hiervoor zouden willen betalen, maar u kunt ook een concurrentievergelijking maken. Zorg in ieder geval voor een goede fundering van uw prijsbepaling.

Alle recente prijzen zijn te vinden op de website: www.mooidoorontspanning.nl. Ik bied diverse mogelijkheden aan. De behandelingen op de menukaart hebben een vaste prijs. Daarvoor heb ik gekozen, omdat dit overzichtelijk is. Zo staat er bijvoorbeeld op dat verven van wenkbrauwen vijftien euro kost. De behandeling zelf duurt een kwartier, maar daarnaast heb ik ook productkosten opgenomen in de prijs. De gekozen prijzen zijn marktconform. Zo trek ik een breed publiek en prijs ik mezelf niet uit de markt.

Mijn gemiddelde uurtarief is vijftig euro. De marge op schoonheidsproducten en massageoliën is vijftien procent.

De prijs voor cursussen bedragen:

Cursussen	Prijs
Babymassage	100 euro voor vijf lessen van 1,5 uur
Kindermassage	100 euro voor vijf lessen van een uur
Klassieke ontspanningsmassage	150 euro per voor drie lessen van 2,5 uur

De schoonheidsproducten variëren in prijs. Het goedkoopste product kost tien euro en het duurste product 129 euro. Gemiddeld kopen klanten per keer voor 45 euro aan producten, zo blijkt uit onderzoek van diverse brancheorganisaties.



Tip

Websites van gemeentes geven vaak een goed beeld van bijvoorbeeld nieuwbouwplannen.



Tip

Als u lokaal opereert, is het belangrijk dat uw omgeving op de hoogte is van uw activiteiten. Zorg dat u in uw buurt zichtbaar wordt.

5.3 Plaats

U zou denken dat 'plaats' redelijk voor zich spreekt, maar in de marketingmix wordt met 'plaats' eigenlijk vooral bedoeld op de distributiekkanalen. Feitelijk draait het hierbij om alle factoren die van invloed zijn op de weg die het product aflegt van aanbieder naar afnemer. In deze paragraaf geeft u dan ook antwoord op de vraag: hoe komt mijn product (of dienst) bij de klant?

Ik heb een praktijkruimte aan huis en die vormt de basis van mijn activiteiten. Ik woon tussen de doelgroep. Deze wijk is de afgelopen tien jaar gebouwd en is zeer kinderrijk. De meeste huishoudens bestaan uit tweeverdieners. Daarnaast heeft de gemeente vorig jaar ingestemd met een nieuw woningbouwplan: aan de overkant van de ringweg (waar een industrieterrein was) worden de komende tijd drieduizend nieuwe woningen neergezet.

Sinds januari geef ik regelmatig op woensdagochtend cursussen babymassage in buurthuis 'De Paradijsvogel'. Die cursussen zijn goed voor de naamsbekendheid. Dat betekent echter wel dat ik meer geld kwijt ben aan huur. Op de gunstigste uren voor deze cursussen ('s avonds en in het weekend) zijn de meeste buurthuizen echter niet beschikbaar. Dat is de reden dat ik thuis extra ruimte voor cursussen wil bouwen.

Mijn woning/praktijkruimte ligt niet aan een doorgaande weg, waardoor die niet direct zichtbaar is. Ik heb echter een deal gesloten met de eigenaar van enkele panden in het winkelcentrum. Voor 50 euro per maand mag ik een van de etalages inrichten om reclame te maken voor mijn salon/praktijk. Er staan meerdere winkelruimtes leeg en ik heb ervoor gekozen om de etalage tussen de supermarkt en de speelgoedwinkel te gebruiken.

5.4 Promotie

Op welke manier benadert u potentiële klanten? En hoe brengt u uzelf en het product onder de aandacht? Het succes van uw onderneming hangt uiteindelijk vooral samen met uw zichtbaarheid in de markt. Niet alleen de Prijs en het Product, maar ook de Promotie en Plaats spelen daarbij een rol. De afwegingen die u maakt, kunnen per beroepsgroep verschillen.

Promotie is voor mijn praktijk erg belangrijk. Om voldoende deelnemers te krijgen voor de cursussen moet mijn naamsbekendheid in de regio groter worden. Ik doe dat door:

Website

- De website is goed vindbaar met Google. Zowel bij het intypen van de zoekwoorden 'schoonheidssalon Zoetermeer' als 'massagepraktijk Zoetermeer' verschijn ik bovenaan in de resultaten. Dit wil ik ook voor mijn cursussen gaan bereiken.
- Mensen kunnen zich online aanmelden voor een cursus naar keuze. Het reserveren van een behandeling of massage kan (vooralsnog) alleen telefonisch. In de toekomst wil ik dit digitaliseren en via de website mogelijk maken.



Welke socialmediakanaal is relevant voor welke doelgroep? Welke strategie past bij welk platform?

Lees het op [IkGaStarten](#).



Tip

Besteed voldoende aandacht en geld aan lokale marketing. Denk aan buurt- of wijkkranten, sociale media (lokale accounts), flyers en huis-aan-huis acties. Goede mond-tot-mond reclame werkt via bestaande klanten. Vraag klanten om u daarmee te helpen.



Netwerken is belangrijk voor startende ondernemers. Maar hoe pakt u dat het beste aan? Lees het op [IkGaStarten](#).

Social Media

Ik wil mijn kennis en expertise via sociale media als Twitter, Facebook en Instagram delen. Zo geef ik bekendheid aan mijn bedrijf en zet ik mezelf neer als deskundige. Deze media lenen zich het beste voor fotosharing. Ook wil ik deze kanalen gebruiken voor het aankondigen van (kortings)acties.

Brochures

Voor iedere dienst maak ik een aparte brochure die ik kan meegeven aan klanten. In iedere folder staat het aanbod, de prijs en hoe men een afspraak kan maken. Ik verspreid ze zelf door ze in de buurt in de brievenbus te doen en ze te verspreiden via consultatiebureaus, buurthuizen, scholen etc.

Mond-tot-mondreclame

- Op dit moment komt een groot deel van mijn klanten via mond-tot-mondreclame naar mij toe. Hoewel ik mijn promotiemiddelen ga uitbreiden, zal ik deze bron van tevreden klanten altijd blijven koesteren.
- Ik vraag vaste klanten hun ervaringen via social media te delen.
- Ik ga kortingsbonnen aan deze groep geven die ze onder vrienden en kennissen kunnen uitdelen. Komt er via hen een klant binnen? Dan krijgen zij 25 procent korting op de volgende behandeling of cursus.
- Bij massages is mond-tot-mondreclame misschien wel nog belangrijker dan bij schoonheidsbehandelingen. Daarom ga ik een kaart maken, waarbij iedere eerste massage van een volgende cyclus gratis is. Klanten die via de schoonheidssalon binnenkomen, krijgen tien procent korting op hun eerste massage of – cursus.

Lokale media

- Ik ga adverteren in de Zoetermeerse Courant, een goed gelezen huis-aan-huisblad.
- Ik huur een etalage in het nabijgelegen winkelcentrum, waar ik brochures en affiches kan ophangen.

Netwerken

- Voor de massagecursussen vormen kinderdagverblijven, consultatiebureaus en huisartsen een belangrijk netwerk. Om mijn bekendheid te vergroten, zal ik daar gaan kennismaken en vragen of ik mijn folders kan achterlaten. Daarnaast word ik lid van BNI, een actieve ondernemersvereniging.
- Ook ga ik langs bij alle basis- en middelbare scholen in de buurt om uit te leggen wat het effect van kindermassages is op kinderen met ADHD, PDD-NOS etc. Via de website van de school hoop ik ook ouders te bereiken en hen te informeren over kindermassages. Ik zal hier een gerichte kortingsactie aan koppelen.



Reclame maken hoeft minder duur te zijn dan u denkt. [Lees het artikel over lowbudget marketing op IkGaStarten.](#)



Tip

Beschikt u al over (een prototype van) uw product? Voeg een afbeelding toe aan het plan. Een foto zegt soms meer dan duizend woorden.



De administratie zelf doen of uitbesteden? Lees de voor- en nadelen op [IkGaStarten.nl](#).

Acties

- Via onlinekanalen (waaronder sociale media en bijvoorbeeld Groupon) ga ik massagecursussen tegen een aantrekkelijk tarief aanbieden.
- De experts van Lala Cousteau geven adviezen en workshops over het gebruik van cosmetica. Een paar avonden in het jaar nodig ik (vaste) klanten uit om een workshop te volgen.
- Klanten kunnen cadeaubonnen kopen. Speciale acties maak ik kenbaar op Facebook (met name rond Valentijnsdag en Moederdag).

Uitstraling

Mooi Door Ontspanning is niet alleen de naam van mijn praktijk.

Ik wil ook dat mijn visie duidelijk overkomt. Daarom kies ik voor een rustige uitstraling. De brochures, website, visitekaartjes, handdoeken en het briefpapier hebben allemaal een serene uitstraling en een duidelijk lettertype zonder franjes. Alles moet een 'goed' gevoel uitstralen.

5.5 Personeel en samenwerken

Beginnende ondernemers in de dienstverlening gaan vaak van start zonder personeel. Maar hoe gaat u als starter of ZZP'er om met piekbelasting? Gaat u dan samenwerken, huurt u op flexibele basis mensen in of kiest u toch ervoor om personeel aan te nemen? Geef in deze paragraaf daarom aan wat uw verwachtingen zijn op dit gebied.

Ik heb op dit moment geen plannen om personeel aan te nemen. Wel wil ik gaan samenwerken met collega-salons en -masseurs, zodat we elkaar bij ziekte kunnen vervangen. Mogelijk zal ik in de toekomst de gehele administratie gaan uitbesteden.

6. Financieel plan

Of u het bedrijfsplan nou alleen voor uzelf schrijft of hiermee ook investeerders wilt overtuigen: het is hoe dan ook van groot belang om uw financiële situatie goed in kaart te brengen. Zo komt u minder snel voor verrassingen te staan. Ook investeerders zullen aandachtig kijken naar de cijfermatige onderbouwing van uw bedrijf. Zorg dus ervoor dat het financieel plan op deze pagina's volledig is en licht de verschillende begrotingen in afzonderlijke paragrafen toe.



Het opstellen van een financieel plan geeft u inzicht in de slagingskans van uw onderneming. Lees meer op [IkGaStarten](#).



Een verdienmodel in kaart brengen kan op meerdere manieren. Kent u het [Business Model Canvas](#) al?



Een goed financieel plan maken? Kijk voor tips en instructies op:

- [IkGaStarten](#)
- [Ondernemersplein](#)

Dit financiële plan is een schatting. Doordat mijn gezin niet afhankelijk is van mijn inkomen, kan ik het eerste jaar zowel tijd als geld investeren in het verder uitbouwen van mijn bedrijf.

6.1 Verdienmodel

Beantwoord bij het opstellen van het verdienmodel de vraag hoe u geld gaat verdienen. Door (realistische) doelstellingen te formuleren en te denken in scenario's, laat u zien hoe u inkomsten genereert. Deze informatie is niet alleen essentieel voor uzelf, maar ook voor potentiële investeerder.

Bij het verdienmodel ga ik uit van de volgende prijsstellingen:

- Een gemiddeld uurtarief van vijftig euro
- Een marge op schoonheidsproducten en massageoliën van vijftien procent

Omzet in voorgaande jaren

De cijfers voor het eerste jaar baseer ik op de omzet, bezettingsgraad en verkoop van cosmetica die ik de afgelopen jaren heb gerealiseerd. Afgelopen jaar bedroeg de totale omzet van mijn schoonheidssalon 35.000 euro. Dat is inclusief 7.500 euro omzet aan cosmeticaproducten.

Jaar 1

Komend jaar ga ik fulltime aan de slag met mijn bedrijf en start ik met het geven van cursussen. Dat houdt in dat ik op jaarbasis 1.656 uur (46 weken x 36 uur) kan besteden aan Mooi Door Ontspanning. Zes weken in het jaar houd ik vrij voor vakantie en eventuele uitval door ziekte. Van de beschikbare 36 uur per week, besteed ik zes uur aan administratie, marketing, etc. De overige dertig uur kan ik besteden aan behandelingen en cursussen. Ik schat in op basis van voorgaande jaren dat minimaal zeventig procent van deze tijd betaald klantcontact is. Dat resulteert in een geschatte omzet van circa vijftigduizend euro.



Tip

Zorg voor voldoende eigen geld.

Banken stellen hogere eisen aan de solvabiliteit. Een eigen vermogen van 35 procent op het investeringsbedrag is voor een bank het minimum.

Onderdeel	Omzet Jaar 1
Beautybehandelingen (negen uur per week)	€ 20.700,-
Massages (vijf uur per week)	€ 10.700,-
Cursussen (vier uur per week)	€ 10.000,-
Verkoop cosmetica en oliën (€ 200,- per week)	€ 9.200,- (waarvan € 1.380,- marge)
Doelstelling (minimale omzet)	€ 50.600,-

De bedragen zijn fictief

In totaal zal ik het eerste jaar zo'n negentien cursussen gaan geven (verspreid over zestien uur per maand). Naar verwachting zal de verdeling als volgt zijn:

- Tien keer cursus babymassage: gemiddeld vijf deelnemers à 100 euro (5.000 euro)
- Vier keer cursus klassieke ontspanningsmassage: gemiddeld vijf deelnemers à 150 (3.000 euro)
- Vijf keer cursus kindermassage: maximaal vier deelnemers à 100 euro (2.000 euro)

Door de grotere naamsbekendheid verwacht ik dat ik meer individuele massages kan geven. Een voorzichtige schatting is dat in iedere cursus één persoon vraagt om een individuele behandeling. Dat betekent dat ik ongeveer twintig extra individuele behandelingen extra per jaar zal geven. Daarnaast zal ik meer cosmetica- en massageproducten verkopen.

Jaar 2

Mijn doel voor het tweede jaar is minimaal vijftien procent meer omzet te halen. Door een grotere naamsbekendheid zal ik meer uren kunnen besteden aan betaald klantcontact. Verder wil ik het aantal cursussen uitbreiden, bijvoorbeeld door de kindermassagecursussen leeftijdsspecifieker te maken.

Onderdeel	Omzet in euro's Jaar 2
Beautybehandelingen (elf uur per week)	€ 25.300,-
Massages (vijf uur per week)	€ 11.500,-
Cursussen (zes uur per week)	€ 13.800,-
Verkoop cosmetica en oliën (€ 215,- per week)	€ 10.000,- (waarvan € 1.500,- marge)
Doelstelling (minimale omzet)	€ 60.600,-

De bedragen zijn fictief



De bank is maar een van de mogelijke partners voor de financiering. Er zijn meerdere manieren om uw **bedrijf te financieren**.



Tip

- Vraag offertes op bij meerdere leveranciers om een goede keuze te maken
- Voeg offertes toe in de bijlage van uw ondernemingsplan
- Houd rekening met onvoorziene kosten

Jaar 3

Voor het derde jaar zijn mijn plannen minder concreet. Veel zal afhangen van de eerste twee jaar. Als blijkt dat de schoonheidssalon veel klanten trekt, of dat er extra vraag is naar cursussen in buurthuizen, zal ik daarop anticiperen. Omdat concentratie- en leerproblemen bij kinderen een blijvend probleem zijn, verwacht ik dat met name naar kindermassages veel vraag zal zijn. De meeste mensen komen nu via mond-tot-mondreclame naar mij toe. Ik hoop dat de bekendheid van mijn dienstverlening zich daardoor als een olievlek zal verspreiden. De omzet voor het derde jaar beraam ik op 28 uur per week aan betaald klantcontact. Mijn uurtarief houd ik vooralsnog gelijk op gemiddeld vijftig euro.

Onderdeel	Omzet in euro's Jaar 3
Beauty behandelingen (twaalf uur per week)	€ 27.600,-
Massages (acht uur per week)	€ 18.400,-
Cursussen (acht uur per week)	€ 18.400,-
Verkoop cosmetica en oliën (€ 225,- per week)	€ 10.350,- (waarvan € 1.550,- marge)
Doelstelling (minimale omzet)	€ 74.750,-

De bedragen zijn fictief

6.2 Investeringsbegroting

Hoeveel geld heeft u nodig om uw plannen te realiseren? Weet dat sommige investeringen direct nodig zijn, terwijl andere bestedingen vaak nog even kunnen worden uitgesteld. In de investeringsbegroting gaat u concreet in op het minimale bedrag dat nodig is om van start te kunnen gaan met uw onderneming.

Investeringsbehoefte (excl. BTW)	
Verbouwing praktijk (incl. onvoorzien)	€ 30.000,-
Bedrijfsmiddelen	€ 10.000,-
Totaal	€ 40.000,-

Werkkapitaalbehoefte (excl. BTW)	
Werkkapitaalbehoefte (kas, voorfinanciering BTW, etc.)	€ 10.000,-
Totaal	€ 10.000,-
Totale investering	€50.000,-

De bedragen zijn fictief



Staar u niet blind op een bancaire krediet; combineer meerdere financieringsvormen.
Lees meer op [IkGaStarten](#).



Tip

Er bestaan diverse overheidssubsidies en –regelingen om bedrijven een financieel steuntje in de rug te geven. Kijk voor een actueel overzicht op:

- www.rvo.nl/subsidies-regelingen
- www.ondernemersplein.nl/subsidies

6.3 Financieringsbegroting

De investeringsbegroting heeft u inmiddels op papier staan, maar hoeveel geld heeft u nodig om te starten en omzet te genereren? Oftewel: hoe gaat u uw bedrijf financieren? Wellicht gaat u een deel van uw spaargeld hiervoor gebruiken, kunt u een bedrag lenen bij een familielid of heeft u bepaalde bedrijfsmiddelen al in uw bezit. In de financieringsbegroting legt u uit 'hoe' u de benodigde investeringen gaat financieren.

Eigen vermogen	
Activa in bezit	€ 10.000,-
Contante inbreng (spaargeld)	€ 13.000,-
Totaal Eigen Vermogen	€ 23.000,-

Vreemd vermogen	
Financiering	€ 17.000,-
Rekening courant bank	€ 10.000,-
Totaal Vreemd Vermogen	€ 27.000,-

Totale financiering	€ 50.000,-
----------------------------	-------------------

De bedragen zijn fictief

Toelichting

Ik heb behoefte aan 17.000 euro extra financiering. Met dit geld plus mijn spaargeld, wil ik de verbouwing van de praktijkruimte realiseren.

De gemeente Zoetermeer staat toe om vijftien vierkante meter uit te breiden in de lengterichting van de garage. Deze ruimte wil ik optimaal benutten. Met de bestaande praktijkruimte erbij zal de cursusrimte vijftientig vierkante meter beslaan. Ik heb hiervoor diverse offertes opgevraagd. Deze variëren van 22.000 tot 29.500 euro. De verbouwing is kostbaarder dan een standaardverbouwing, omdat ik ervoor kies om gebruik te maken van natuurlijke bouwmaterialen én - voor het comfort van mijn cursisten - vloerverwarming wil laten aanleggen.



Tip

- Vermeld bedragen exclusief btw
- Houd rekening met afschrijvingen
- Ga je personeel aannemen?
Houd er dan rekening mee dat personeelskosten circa 30 procent hoger zijn dan het brutoloon.



Tip

De fiscale winst is het inkomen uit uw bedrijf. Hierover moet nog wel inkomstenbelasting betaald worden. Hoe hoog dat bedrag is, hangt af van uw persoonlijke situatie. Kijk voor tips en advies op de website van de Belastingdienst.

6.4 Exploitatiebegroting

In de exploitatiebegroting maakt u een berekening van de winst die u naar verwachting zult maken. Beschouw dit onderdeel als een grondige onderbouwing van uw financiële plannen door antwoord te geven op de vraag: hoe zien de verwachte omzet, inkoop en kosten van uw onderneming eruit?

Omzet	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Netto omzet	€ 50.600,-	€ 60.600,-	€ 74.750,-
Inkoopwaarde	€ 4.203,-	€ 5.123,-	€ 5.427,-
Bruto winst	€ 46.397,-	€ 55.477,-	€ 69.323,-

Kosten	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Promotie (website, brochures, flyers etc.)	€ 3.500,-	€ 1.010,-	€ 1.020,-
Reiskosten (naar scholen, consultatiebureaus etc.)	€ 600,-	€ 606,-	€ 612,-
Verzekeringen	€ 1.500,-	€ 1.515,-	€ 1.530,-
Huisvesting	€ 1.000,-	€ 1.010,-	€ 1.020,-
Onvoorzien	€ 2.000,-	€ 2.020,-	€ 2.040,-
Afschrijvingen (kosten verbouwing)	€ 3.667,-	€ 4.000,-	€ 4.000,-
Totaal Bedrijfskosten	€ 12.267,-	€ 10.161,-	€ 10.223,-

Netto rentelasten	€ 1.506,-	€ 1.174,-	€ 843,-
-------------------	-----------	-----------	---------

Resultaat voor belasting	€ 32.624,-	€ 44.142,-	€ 58.258,-
Inkomstenbelasting	€ 5.268,-	€ 9.131,-	€ 14.230,-
Resultaat na belasting	€ 27.356,-	€ 35.011,-	€ 44.028,-

De bedragen zijn fictief



Tip

Online vindt u de nodige informatie en tools om uw maandelijkse inkomsten en uitgaven te berekenen. Google maar eens op 'liquiditeitsbegroting tool'.

6.5 Liquiditeitsbegroting

Een liquiditeitsbegroting geeft zicht op hoeveel geld u maandelijks ontvangt en uitgeeft. Zo kunt u na verloop van tijd beter inschatten welke maanden het meest geschikt zijn voor het doen van nieuwe investeringen en daarnaast een financiële reserve opbouwen, zodat u onverwachte tegenslagen kunt opvangen.

1e jaar	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Totaal
Opening kas/bank	-	7.987	6.618	5.190	1.022	2.567	4.171	3.651	5.372	7.151	6.720	8.617	
Ontvangsten	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Totaal
Lening	17.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17.000
Eigen inbreng	13.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13.000
Omzet ex. BTW	3.967	3.992	4.042	4.092	4.142	4.192	4.242	4.292	4.342	4.392	4.442	4.467	50.600
BTW	833	838	849	859	870	880	891	901	912	922	933	938	10.626
Totale ontvangsten	34.800	4.830	4.890	4.951	5.011	5.072	5.132	5.193	5.253	5.314	5.374	5.405	91.226
Uitgaven	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Totaal
Investering	30.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30.000
Inkoop voorraad	333	335	338	342	345	349	352	355	359	362	366	367	4.203
BTW inkoop voorraad	70	70	71	72	72	73	74	75	75	76	77	77	883
Promotie	2.583	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	3.500
Reiskosten	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Verzekeringen	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	1.500
Huisvesting	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	1.000
Onvoorzien	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	2.000
BTW inkopen/kosten	6.895	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	7.665
BTW afdracht				-4.726			2.182			2.270			-275
Rente	138	136	134	131	129	127	124	122	120	117	115	113	1.506
Aflossingen	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283	283	3.400
Privéonttrekking	2.058	2.058	2.058	2.058	2.058	2.058	2.058	2.058	2.058	2.058	2.058	2.058	24.700
Inkomstenbelasting												5.268	5.268
Totale uitgaven	42.786	3.461	3.463	-1.262	3.467	3.468	5.652	3.472	3.474	5.746	3.478	8.745	85.950
Kas per maand	-7.987	1.369	1.427	6.213	1.545	1.604	-520	1.721	1.780	-432	1.897	-3.340	
Eindsaldo	-7.987	-6.618	-5.190	1.022	2.567	4.171	3.651	5.372	7.151	6.720	8.617	5.276	

De bedragen zijn fictief



Tip

Privé-uitgaven en –inkomsten zijn voor iedereen anders. Kijk voor de verschillende uitgaven en inkomsten naar uw banktransacties van de afgelopen maanden.

6.6 Begroting privé-uitgaven

Het is van belang om uw privé-uitgaven op een rijtje te zetten. U moet zeker weten dat u van de winst uit uw onderneming kunt rondkomen en de vaste lasten kunt betalen.

Privé-uitgaven in Jaar 1	
Huishouding, kleding, etc.	€ 18.000,-
Huur/Hypotheek	€ 6.000,-
Energie, gas, water	€ 2.500,-
Consumptiegoederen (wasmachine, tv etc.)	€ 4.000,-
Verzekeringen	€ 4.500,-
Abonnementen en contributie	€ 800,-
Auto en OV	€ 3.500,-
Vakantie	€ 2.000,-
Overig	€ 2.000,-
Totaal uitgaven	€ 43.300,-

Inkomsten jaar 1	
Inkomen partner	€ 66.000,-
Kinderbijslag	€ 2.000,-
Totaal inkomsten	€ 68.000,-

Saldo	
Noodzakelijke privé-opname uit bedrijf	- € 24.700,-
Privéopnamen opgevoerd in liquiditeit	€ 24.700,-
Verschil	€ 0,-

De bedragen zijn fictief

In het eerste jaar onttrek ik een bescheiden bedrag aan het bedrijf om van te leven. Het is mijn bedoeling om dat bedrag in de jaren hierna gaandeweg steeds te verhogen, zodat ik ervan kan gaan leven. Dan blijft er ook geld over voor mijn pensioenvoorziening. Van het salaris van mijn partner kunnen wij als gezin tot die tijd goed rondkomen.

7. Algemene/juridische zaken

Als toekomstig ondernemer moet u ook aantonen dat u heeft nagedacht over algemene juridische zaken die van invloed kunnen zijn op uw onderneming. Denk aan het aanvragen van vergunningen en het afsluiten van verzekeringen, melding maken van eventuele concurrentiebedingen of het opstellen van algemene voorwaarden. Dit is het hoofdstuk om dergelijke ontwikkelingen te vermelden.



Iets bouwen of slopen? Dan moet u waarschijnlijk een **omgevingsvergunning** aanvragen.



Aan de vestiging van een bedrijfsruimte in of bij uw huis kunnen de nodige haken en ogen zitten. Lees de checklist op [IkGaStarten](#).

Voor de uitbreiding van mijn praktijkruimte heb ik een vergunning aangevraagd en gekregen van de gemeente Zoetermeer. Inmiddels heb ik diverse offertes liggen van aannemers uit de buurt. Zodra de financiering rond is, wil ik zo snel mogelijk met de verbouwing starten.

Omdat er bij de cursussen meerdere gasten tegelijk zullen arriveren en moeten parkeren, zal dit wellicht enige overlast tot gevolg hebben. Daarom zal ik mijn buurtbewoners daarover tijdig informeren en ze als compensatie een gratis behandeling aanbieden.

Omdat ik ook cursussen ga geven, moet ik de leveringsvoorwaarden aanpassen. Voor de massages wil ik de aansprakelijkheid goed regelen. Daarvoor schakel ik de branchevereniging in. Zij hebben standaard voorwaarden. Daarnaast heb ik bij hen een consult aangevraagd om via hun juridisch medewerker al mijn voorwaarden goed na te lopen.