

Het belang van een businessplan

Misschien is het van je **ondernemingsplan** bij oprichting geleden dat je nog eens een businessplan hebt geschreven? Als jouw boekhouder het toen niet voor jou heeft gedaan 😊

Dan weet je vaag nog wel dat je startte met je missie, visie en bedrijfsstrategie. Maar sindsdien ligt dat document in de kast...

Toch heeft het ook na de start nut. Met een actueel en doordacht bedrijfsplan weet je perfect wat te doen bij grote en kleine beslissingen in je onderneming. **Zo is een doordachte strategie de sleutel tot een gezonde onderneming.**

Even terug naar de basis dus

Je **missie** is meestal erg duidelijk. Dit is namelijk de bestaansreden van je zaak en je leven als ondernemer. Waarom heb je dit bedrijf opgericht? Wat wil je bijdragen aan de maatschappij / economie / het leven van je klanten?

In grote lijnen kunnen we organisaties opdelen in twee grote groepen op basis van hun missie: **waarde**-gedreven organisatie en **winst**-gedreven organisaties. Wat niet wil zeggen dat winstgedreven organisaties geen belang hechten aan waarden, of dat waardegedreven organisaties ook geen aandacht moeten schenken aan hun financiën. Maar het is wel een belangrijke factor in de beslissingen die in de organisatie worden.

Missie en visie worden vaak door elkaar gebruikt, maar eigenlijk is het verschil duidelijk. In je **visie** visualiseer je je hoe je onderneming op (middel)lange termijn uitziet. De grote lijnen en de écht ambitieuze doelen.

En dan wordt het concreet

Met je missie in het achterhoofd en de ambitie van je visie voor ogen stippel je vervolgens een **bedrijfsstrategie** uit. Kortweg: hoe ga je die visie nu omzetten in de praktijk? Concreet en pragmatisch. Start hiervoor met het einddoel, en werk terug naar het heden. Als je binnen x jaar op punt y wil staan, wat moet je dan volgend jaar bereikt hebben, en binnen 6 maanden, en volgende maand en morgen?

Essentieel is dat je strategie, processen en structuur op elkaar zijn afgestemd. Dat het leeft in je bedrijf, je medewerkers en je klanten. De resultaten volgen dan automatisch.

Schrijf je strategie uit in een **jaaractieplan**. En evalueer het (half)jaarlijks. Doe dit met de nodige zin aan realisme. Want niemand is gebaat bij een jaarplan dat niet haalbaar of geloofwaardig is. Maak het SMART (specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdsgebonden).

Hoe zorg je dat je plan ook effectief uitgevoerd wordt?

Door drie zaken te doen:

- Zoals daarnet al gezegd: maak het **haalbaar**. Liever kleine stapjes vooruit, dan grote ambities en stilstand.
- Door **iedereen** in je organisatie te betrekken. Elk in hun functie en op hun niveau.
- Door het **niet alleen** te doen.

En bij dat laatste kan ik je helpen. Werk niet alleen aan je strategie en jaaractieplan. Zorg dat je iemand aan je zijde hebt die kritische vragen stelt, je aanmoedigt waar nodig en de stok achter de deur kan zijn (of de zweep als het moet) om de stappen vooruit te zetten.

Zin om aan de slag te gaan?

Boek meteen een [gratis strategische sessie](#) met me.