



BeBalancedBeads

Businessplan

April 2017

Management Summary

1. Inleiding
2. Missie, visie en strategie
3. Ondernemerskwaliteiten
4. Huidige markt
 - Beschrijving markt
 - Belangrijkste omgevingsfactoren
5. De doelgroep
6. Concurrentie-analyse
7. SWOT analyse
8. Marketingplan
9. Financieel plan: begrotingen
10. Conclusie
11. Tijdslijn/Actieplan/Implementatie

Management Summary

(deze schrijf je achteraf)

(Korte samenvatting bedrijf, plan, omgeving, concurrenten, hoofdlijnen SWOT, financiële- en marketingplan en actiepunten)

1. Inleiding

Ik ben Ada Kaspersma, 45 jaar, al vijf jaar ondernemer. Ik heb veel ervaring in de zakelijke dienstverlening (bij internationale advocatenkantoren, adviesbureaus en een accountantskantoor).

Als ondernemer wilde ik naast zakelijk ook creatief bezig zijn en ben ik ook geïnteresseerd in spiritualiteit. In feite is BeBalancedBeads een uit de hand gegroeide hobby. Maar ik wil het nu graag professionaliseren.

De kettingen, armbanden en oorbellen van BeBalancedBeads zijn handgemaakt en veelal unieke stukken. De werking van de edelstenen boeit me enorm. Ik geef ook workshops aan dames en leer ze om zelf hun sieraad te maken. Ook geef ik informatieve workshops over de werking van edelstenen op chakra's. Ik maak ook sieraden op maat, als mensen aangeven dat ze iets specifiek zoeken.

In de eerste jaren verkocht ik vooral aan bekenden en vrienden van bekenden. De webshop wordt steeds vaker gevonden via Google. Op de webshop staan ongeveer 500 verschillende producten. Ik richt me voornamelijk op vrouwen.

Op Facebook heeft de BeBalancedBeads pagina veel likes en vaak wordt een sieraad direct vanaf Facebook verkocht.

Ik wil met BeBalancedBeads, vaker gevonden worden via Google (werken aan mijn SEO) een groter bereik hebben en een grotere omzet en dus winst hebben.

Ik heb ongeveer 80 soorten edelsteenkrallen in veel verschillende maten op voorraad.

Ik zie en spreek mijn doelgroep tijdens workshops en op de marktjes en festivals waar ik sta.

2. Missie, visie en strategie

3. Ondernemerskwaliteiten

4. Huidige markt

- Beschrijving markt
- Belangrijkste omgevingsfactoren

(DESTEP analyse)

Demografische factoren:

-
-

Ecologische factoren:

-
-
-

Sociale factoren:

-
-
-

Technologische factoren:

-
-
-

Economische factoren:

-
-
-

Politiek-juridische factoren:

-
-
-

5. De doelgroep

6. Concurrentie-analyse

Concurrentie-analyse	1e kenmerk	2e kenmerk	3e kenmerk	4e kenmerk	5e kenmerk
1e concurrent					
2e concurrent					
3e concurrent					
4e concurrent					
5e concurrent					
6e concurrent					

7. SWOT analyse met confrontatiematrix

SWOT analyse

Sterktes <ul style="list-style-type: none"> • 	Zwaktes <ul style="list-style-type: none"> •
Kansen <ul style="list-style-type: none"> • 	Bedreigingen <ul style="list-style-type: none"> • •

Confrontatiematrix

		Kansen			Bedreigingen		
		1.	2.	3.	1.	2.	3.
Sterktes	1.	Groeien			Verdedigen		
	2.						
	3.						
Zwaktes	1.	Verdedigen			Terugtrekken/ Veranderen		
	2.						
	3.						

8. Marketingplan

9. Financieel plan: begrotingen

10. Conclusie

11. Tijdslijn/Actieplan/Implementatie

