

7 BASISSTAPPEN VOOR EEN SUCCESVOLLE (H)ONDERNEMING

Monique Appels



**HONDEN
UNIVERSITEIT**



VOOR PROFESSIONALS EN
ONDERNEMERS IN DE HONDENBRANCHE

Zeven basisstappen voor een succesvolle (h)onderneming

Monique Appels © 2013

1e druk: augustus 2012

2e druk: oktober 2013

Titel: Zeven basisstappen voor een succesvolle
(h)onderneming

Auteur: Monique Appels

Website auteur: <http://hondenuniversiteit.nl>

Dit betreft een gratis e-boek en mag als zodanig
verspreid worden. Dit zonder aanpassing van de inhoud
en met bronvermelding.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	6
Waarom wil je ondernemer worden?	6
Jij als ondernemer – wat voor persoon ben jij?	7
Jouw bedrijf – wat ga je doen?	9
Regel je zaken.....	11
Welke rechtsvorm kies je?.....	11
Bedrijfsnaam.....	12
Vestigingsplaats	12
Vergunningen en diploma’s.....	12
Inschrijven Kamer van Koophandel	12
Jouw markt	13
Marketing	15
Netwerkbijeenkomsten / open coffee	15
Redactioneel stuk in de krant.....	16
Contact met andere (h)ondernemers	16
Internet en social media.....	16
Administratie	17
Administratiekantoor	18
Automatisering	18
Belastingen	18
Facturen	19

Verzekeringen.....	19
Financiën.....	19
En nu?	22
Over Monique Appels.....	23

Inleiding

Dit document legt in zeven eenvoudige stappen uit wat je nodig hebt om voor jezelf te beginnen. Het is speciaal geschreven voor iedereen die in de hondenbranche aan de slag wil.

Maar dat wil niet zeggen dat anderen er geen profijt van kunnen hebben. Ondernemen is in de basis voor iedereen gelijk. Of je nou honden uitlaat, een boek schrijft of een kledingzaak begint. Elke serieuze ondernemer begint met deze basisstappen.

Maar voor alles is één vraag de meest belangrijke:

Waarom wil je ondernemer worden?

Mogelijke antwoorden hierop zijn:

- “Omdat ik ontslagen ben en geen vertrouwen meer heb in een werkgever.”
- “Omdat ondernemen mij vrijheid geeft in handelen en eigen verantwoordelijkheid.”
- “Omdat ik met ondernemen meer geld kan verdienen.”
- “Omdat ik dan precies kan doen wat ik leuk vindt.”

- “Omdat ik later mijn bedrijf (goed) wil verkopen wat mij een pensioen oplevert.”

Misschien zijn alle antwoorden van toepassing op jou of enkelen of slechts één of staat jouw antwoord er helemaal niet bij. Maakt niet uit maar wees eerlijk naar jezelf.

Jij als ondernemer – wat voor persoon ben jij?

- Ben je iemand die heel creatief is en altijd barst van de ideeën of laat jij je eerder inspireren door anderen?
- Ben je een perfectionist of neem je ook genoegen met ‘goed genoeg’?
- Werk je graag samen of beter/liever alleen?
- Ben je snel afgeleid (concentratie van een fruitvliegje) of ben je altijd erg geconcentreerd?
- Maak je makkelijk contact met anderen of vind je het moeilijk op iemand af te stappen?
- Ben je ongeduldig of heb je doorzettingsvermogen?

Zo zijn er nog talloze vragen die je jezelf moet stellen. Als je er niet uitkomt, vraag het jouw partner of je ouders.

Het is belangrijk dit te weten van jezelf omdat je als ondernemer alleen maar succesvol kunt worden als je het beste uit jezelf naar boven haalt. Dingen waar je niet goed in bent kun je leren of achterwege laten of iemand anders laten doen.

Maar er is nog een reden om deze eigenschappen op een rijtje te zetten. Als jij ooit een lening bij een bank nodig hebt, moet je een ondernemingsplan maken. Daarin maak je een sterkte-/zwakteanalyse. De bank wil namelijk weten wat voor ondernemerstype jij bent.

Een ondernemingsplan maken kan sowieso geen kwaad, ook als je geen lening nodig hebt. Het dwingt je namelijk na te denken over wat je wilt, waarom je het wilt en of je ook kunt bereiken wat je wilt.

Een voorbeeld van een sterkte-/zwakteanalyse:

Sterkte	Zwakte
Doorzettingsvermogen	Ongeduldig
Creatief	Snel afgeleid
Communicatief	Financieel
Solist	Teamspeler

Dus je bent niet zo geduldig, snel afgeleid en ook financiën zijn niet jouw sterkste kant. Geen punt. Voor al die dingen zijn oplossingen te bedenken. Of je kunt jezelf

erin trainen of je laat iemand anders die zaken voor je regelen. Wanneer jij beter alleen werkt dan met anderen, zoek jij dus zaken die je alleen kunt doen.

Jouw bedrijf – wat ga je doen?

Allereerst doe je wat jouw passie is. Zonder passie wordt ondernemen een lastige, zo niet onhaalbare zaak. Maar passie alleen is niet voldoende. Kennis van jouw dienst of product is ook belangrijk.

Er zijn jaren geweest dat de hondenuitlaatdiensten als paddenstoelen uit de grond schoten. Het leek er haast op dat iedereen, die niets anders kon, een hondenuitlaatdienst ging beginnen. De meesten houden het niet langer dan twee jaar vol. Daar kunnen verschillende redenen voor zijn maar de voornaamste reden is dat het allemaal veel te romantisch wordt voorgesteld.

Een hondenuitlaatdienst is een onderneming, geen hobby. Natuurlijk moet je van wandelen houden, ook in de herfst en in de winter. Daarbij moet je kennis hebben van gedrag van honden en hoe ze zich gedragen ten opzichte van elkaar. Welke rassen heb je in de groep en hoe verhouden die zich.

Als jij je steeds ergert aan die Bouvier die constant rondjes draait om de groep begrijp je niet dat je hier met een drijver te maken hebt. Die kun je dus goed

gebruiken om verdwaalde/achtergebleven honden op te halen. Iets wat hij graag doet!

Je moet daarnaast overwicht hebben (zowel geestelijk als lichamelijk) en kunnen ingrijpen indien nodig. Ook bij een Bullmastiff. Je moet steun kunnen bieden aan terughoudende of zelfs bange honden en weten wat je wel en niet in een groep kunt doen. Gooien met ballen en stokken is vaak een bron van (bezits)agressie. Maar dan ben je er nog niet. Je moet een bus kunnen bestuderen en de verantwoording durven nemen die het uitlaten van een groep honden met zich mee brengt. Enige medische basiskennis of zelfs een EHBO is geen overbodige luxe.

Wanneer je nog niet begonnen bent, is nu het moment aangebroken om al jouw ideeën op te schrijven. Wat zou je allemaal kunnen en willen doen?

Zet hier ook alle plus- en minpunten achter en neem ook jouw sterkte-/zwakteanalyse erbij. Wanneer je het moeilijk vindt om voor een groep mensen te staan en iets uit te leggen, is een hondenschool wellicht minder geschikt voor je. Als je liever alleen werkt dan in een team dan past een hondentrimsalon beter tenzij je niet van vachtverzorging houdt...

In dit stadium van jouw voorbereidingen is het belangrijk dat je je niet blind staart op één ding. Bekijk serieus de voor- en nadelen en bespreek ze ook thuis. Wat past

binnen jullie gezinssituatie en leefwijze. Achter elke ondernemer staat een begripvolle partner.

Regel je zaken

Ongetwijfeld het minst sexy onderdeel van het stappenplan maar wel een noodzakelijke.

Als je gaat starten als zelfstandig ondernemer, moet je een aantal zaken regelen bij officiële instanties. Daarvoor kun je thuis al het nodige voorbereiden.

Roep eventueel de hulp in van iemand uit jouw omgeving die ervaring hiermee heeft of neem een administratiekantoor in de arm.

Welke rechtsvorm kies je?

Het kiezen van de rechtsvorm voor je onderneming is niet moeilijk. In de meeste gevallen start je als eenmanszaak (jij bent enig eigenaar) of VOF (Vennootschap Onder Firma) als je het samen met iemand gaat doen. Laat je hierover goed voorlichten want bij een VOF heb je te maken met twee mensen die beiden voor een bepaald deel eigenaar zijn en dus beiden rechten en plichten hebben. Deze laat je vastleggen in een vennootschapscontract.

Doe dit dus niet met de eerste de beste want dat kan je veel ellende opleveren. Bedenk dat je niet alleen de kosten deelt maar ook de inkomsten.

Bedrijfsnaam

Het kiezen van een bedrijfsnaam is een belangrijke stap. Met deze naam ga jij je namelijk bekend maken aan potentiële klanten. Denk daar dus goed over na en ga niet over één nacht ijs. Zodra jij een naam hebt bedacht, check je direct of je op deze naam ook een domeinnaam kunt registreren. Veel domeinnamen in de hondenbranche zijn al vergeben dus je moet erg creatief zijn.

Vestigingsplaats

In de meeste gevallen zul je vanuit huis gaan werken. Dat is namelijk financieel het meest aantrekkelijk. Wanneer je dat niet wilt of kunt moet je op zoek naar een bedrijfsruimte. Denk hierbij aan eventuele vestigingsvoorwaarden en vergunningen.

Vergunningen en diploma's

Check of je voor jouw onderneming bepaalde vergunningen of diploma's nodig hebt. Wanneer je honden professioneel wilt opvangen (pension) moet je in het bezit zijn van Vakbekwaamheid Honden- en Kattenbesluit. Hiervoor zijn diverse aanbieders. Voor het starten van een bedrijf is geen Middenstandsdiploma meer nodig. Wil je echt een professionele start maken, dan is een vakdiploma natuurlijk de beste reclame. Denk aan een instructeursopleiding of een opleiding tot gediplomeerd hondentrimmer.

Inschrijven Kamer van Koophandel

Als je jouw rechtsvorm hebt gekozen, een naam en een vestigingsplaats hebt dan kun je je inschrijven bij de Kamer van Koophandel. Je krijgt dan ook direct een btw-nummer voor de Belastingdienst.

Jouw markt

Dit is een logische stap in het basisproces van het starten van een onderneming. Je gaat namelijk jouw markt verkennen. Wie zijn jouw klanten en wat willen ze van je? Dit heet doelgroepbepaling.

Het ligt voor de hand om te denken dat iedereen met een hond tot jouw doelgroep behoort. Dat is niet waar. Jouw doelgroep is die groep mensen die bereid is geld te geven voor jouw dienst. Niet meer en niet minder. Maar wie zijn dat? En waarom zouden zij hun geld aan jou geven?

Nog even het voorbeeld van de hondenuitlaatdienst: dit is bij uitstek een voorbeeld van een regionaal gebonden bedrijf. Misschien zelfs wel lokaal. Denk aan grote steden. Zo kende Zoetermeer tien jaar geleden vier hondenuitlaatdiensten die allemaal een goede boterham verdienden. Let erop dat je niet te ver wilt rijden om honden uit te laten want dan klopt al snel jouw financiële plaatje (hoofdstuk 7) niet meer.

Deze regionale gebondenheid geldt in veel mindere mate voor een hondenschool, hondentrimsalon of een

hondengedragstherapeut en voor een hondenfokker al helemaal niet. Mensen zijn bereid om voor kwalitatief hoogwaardige diensten ver te reizen. Er zijn mensen die (meer dan) één keer per week anderhalf uur reizen om bij die beroemde jachtinstructeur een les te volgen of voor een bepaalde therapie naar de andere kant van het land gaan. Denk ook eens aan het specialisme van dierenartsen.

Dus... onderscheid jezelf! Natuurlijk kun je ervoor kiezen om één van de vele hondenscholen te zijn met hetzelfde cursusaanbod als de buurman. Maar je kunt er ook voor kiezen om één cursus aan te bieden waar jij goed in bent of misschien wel de beste. Of de enige. Of waarom zorg jij er niet voor dat jij een bepaalde trimtechniek ontwikkelt die alleen jij toepast of zorg dat je als gedragstherapeut een specialisme hebt waardoor mensen alleen naar jou toekomen. Wij noemen dit een niche.

Een niche is een klein marktsegment met één of enkele aanbieders. En zeg nou zelf: ben je liever één van de vele vissen in een grote vijver of de enige grote vis in een kleine vijver?

Onderscheiden doe je door jouw dienstenaanbod, niet door jouw prijs! Althans, niet een lage prijs. Een hoge prijs natuurlijk wel. Een fout die helaas veel beginnende ondernemers maken is het rekenen van een te lage prijs voor hun dienst. Omdat ze bang zijn anders geen klanten te krijgen.

Ondernemen is risico nemen. En staan voor jouw dienst of product! Natuurlijk duurt het even voordat mensen jou gevonden hebben maar als ze je eenmaal gevonden hebben en jouw kwaliteit waarderen, dan zijn ze bereid daar geld voor te betalen. Soms heel veel geld. En als mensen niet bereid zijn jouw prijs te betalen, zijn het dus jouw klanten niet. Hier komt ook een stukje marketing om de hoek kijken, wat in het volgende hoofdstuk aan de orde komt.

Marketing

Marketing is het proces van creëren en leveren van waarde. De definitie van marketing is door de jaren heen steeds veranderd en blijft ook aan verandering onderhevig omdat de markt verandert. Niet in de laatste plaats door de komst van internet: een uitstekende plek om marketing te bedrijven. Ondernemers die niet geloven in internetmarketing laten heel veel kansen op omzet (geld) liggen. Enkele voorbeelden van gratis reclame:

Netwerkbijeenkomsten / open coffee

In veel plaatsen vinden regelmatig netwerkbijeenkomsten plaats. Deze worden soms aangeduid met de term “open coffee”. Zoek zo een bijeenkomst bij jou in de buurt en ga erheen of start er zelf eentje. Ze zijn vaak gratis of anders erg goedkoop. Neem veel visitekaartjes mee en praat met veel mensen. Verwacht

niet dat je hier direct klanten mee krijgt. Netwerken is iets anders dan verkopen. Toch is netwerken belangrijk. Netwerken zorgt ervoor dat je bekend wordt.

Redactioneel stuk in de krant

Benader jouw plaatselijke krant en vraag om een redactioneel stuk. Dit is gratis. Uiteraard zorg je ervoor dat je iets bijzonders te melden hebt. Ben je inmiddels de vierde hondengedragstherapeut in jouw stad dan lukt het misschien niet. Ben je een therapeut met bijvoorbeeld het specialisme “angst voor geluiden” omdat je vlakbij een vliegveld zit, dan wordt de kans al groter dat je redactionele ruimte krijgt. Je maakt een afspraak met een journalist die vaak ook nog een fotograaf meeneemt en dan kan het zo maar gebeuren dat je een halve of hele pagina krijgt. Een uitstekende vorm van gratis reclame!

Contact met andere (h)ondernemers

Het is haast een open deur maar toch vergeten sommige ondernemers dit. Natuurlijk ga je langs bij jouw eigen dierenarts en al die anderen die bij jou in de buurt zitten. Je vraagt of je jouw visitekaartjes achter mag laten en wellicht een folder als je die hebt voor in de wachtkamer. Doe dit ook met andere ondernemers in jouw vakgebied. Ga persoonlijk langs en stel je voor. Verwacht niet direct jouw dienst te verkopen maar maak jezelf bekend.

Internet en social media

Zorg allereerst voor een goede website. De tijd dat jouw website uitsluitend diende als visitekaartje is allang voorbij. Jouw website is jouw onderneming. Mensen zoeken niet meer in een Gouden Gids, mensen zoeken op Google. En daar moeten ze jou vinden.

Verder verhoogt het actief aanwezig zijn op sociale netwerken jouw naamsbekendheid enorm. Op dit moment zijn drie media belangrijk: Twitter, Facebook en bloggen. Ook het actief deelnemen aan discussies, forums en reacties op blogs over alles wat met jouw onderneming te maken heeft zal allemaal bijdragen tot meer naamsbekendheid en dat draagt bij tot meer klanten.

Heb geduld. Het opbouwen van naamsbekendheid is een proces wat je slechts gedeeltelijk kunt sturen. Alleen door zichtbaar te zijn. Noem jezelf nooit expert, dat doen anderen!

Administratie

De meeste beginnende ondernemers moeten er niet aan denken. En dat is begrijpelijk. Je wilt immers bezig zijn met jouw bedrijf, jouw passie.

Toch is het belangrijk jouw administratie op orde te hebben. Administratie is meer dan alleen jouw facturen en bonnetjes. Het gaat ook om abonnementen, afspraken met leveranciers en klanten vastgelegd in

overeenkomsten, jouw ondernemingsplan (als je dat hebt), namen, adressen en telefoonnummers van bedrijven waar je vaak mee te maken hebt en noem maar op.

Administratiekantoor

Laat jouw administratie doen door iemand die daar verstand van heeft. Ook al heb je vroeger goed opgelet in de les bij boekhouden of handelsrekenen, dan nog is het verstandig dit uit te besteden. Jij wilt je bezighouden met jouw bedrijf. Ieder zijn vak.

Automatisering

Voor een goede bedrijfsvoering heb je een computer met printer en internetaansluiting nodig. Dit is even een behoorlijke investering maar een noodzakelijke. Je kunt het allemaal zo duur maken als je wilt maar dat is helemaal niet nodig. Ook voor het maken van een website kun je gebruik maken van gratis software. Op dit moment is Wordpress de beste omgeving om jouw website in te maken. Wordpress is erg eenvoudig. Als je een mailtje kunt schrijven, kun je ook een pagina in Wordpress maken. Het voordeel van Wordpress is dat het helemaal is ingericht volgens de laatste inzichten van internetmarketing.

Belastingen

Belangrijke tip: laat jouw belastingen ook verzorgen door het administratiekantoor. Het lijkt misschien nu nog niet zoveel werk maar er zijn enorm veel regels en

uitzonderingen op deze regels. Dat kun je en wil je niet allemaal bijhouden.

Facturen

Zodra je facturen gaat sturen krijg je te maken met regels. Om te beginnen moet je op elke factuur het btw-bedrag vermelden met het percentage. In de meeste gevallen is dat 21%. Dit bedrag moet je later aan de Belastingdienst betalen.

Maar je moet ook voorwaarden opstellen. Binnen hoeveel dagen moet iemand de factuur betalen en wat gebeurt er als een klant niet op tijd betaalt? Denk daar goed over na en bespreek dat met jouw administrateur.

Inkomende facturen krijg jij natuurlijk ook. Ook hierbij moet je opletten dat er een vermelding staat van btw-bedrag en percentage. Dit bedrag krijg je namelijk terug van de Belastingdienst. Betaal facturen op tijd maar wel op de uiterste vervalddag.

Verzekeringen

Zodra jij als zelfstandige gaat werken kun je geen aanspraak meer maken op overheidsgeld. Je zult je dus zelf moeten verzekeren tegen ziekte en arbeidsongeschiktheid. Wellicht is een rechtsbijstandsverzekering ook handig. Bespreek dit met een verzekeringsdeskundige. Dat advies is meestal gratis.

Financiën

Oftewel: hoeveel verdien ik en hoeveel wil ik gaan verdienen. Uiteindelijk draait jouw onderneming daarop. Het gaat om winst maken. Winst heb je nodig om van te leven en hopelijk ook meer dan dat. Als je geen winst wilt maken, heb je geen onderneming. Dan heb je een hobby.

Inkomsten, inkoopwaarde, omzet, kosten en winst

Zodra jij iets verkoopt, spreek je van inkomsten. Bijvoorbeeld een puppyles voor vijftien euro.

Als jij mensen een cursusmapje geeft met tips over de opvoeding van hun pup gaat dat bedrag daarvan af (inkoopwaarde). Stel dat dit één euro is.

Dan is jouw omzet dus negen euro.

Daar moet je dan nog kosten aftrekken. Stel deze even voor het gemak op twee euro (telefoonkosten naar de nieuwe klant bijvoorbeeld).

Jouw winst voor die les is dus zeven euro.

Over die winst moet je inkomstenbelasting betalen. Na aftrek van deze belasting, houd je een bedrag over. Dat is uiteindelijk het bedrag wat je uit kunt geven; jouw nettowinst.

Hoe lager jouw kosten dus zijn, hoe hoger jouw winst. Elke onderneming heeft kosten. Je hebt jouw kantoor (ook als je kantoor aan huis hebt, heb je daarvoor kosten

gemaakt denk aan de inrichting, computer, bureau, lamp etc.), jouw (bestel)auto of misschien wel een bus en materiaal.

Het ligt dus aan jouw onderneming hoe hoog deze kosten zijn. Kosten zijn allemaal aftrekbaar voor de Belastingdienst. Je kunt dus stellen dat hoe meer kosten je maakt, hoe minder belasting je betaalt. En die stelling klopt als een bus! Tegelijkertijd betekenen hoge kosten ook minder winst als jouw inkomsten daar tegenover gelijk blijven.

Het is dus heel belangrijk dat je exact weet wat jouw inkomsten en jouw kosten zijn. Die eerste wil je zo hoog mogelijk houden en die laatste zo laag mogelijk. Ingeval van een hondenuitlaatdienst heb je dus minder kosten dan met een hondentrimsalon waarvoor je een hele inrichting moet aanschaffen en wellicht een locatie moet huren. De verdiensten van een trimsalon zullen dus hoger moeten liggen dan die van een uitlaatdienst. En dat klopt ook wel. In de regel is het tarief van een uitlaatuur lager dan van een trimbeurt.

Maak dus een goede berekening van jouw kosten. Daar begin je mee. Daarna ga je bepalen hoeveel je wilt verdienen en op basis daarvan kun je uitrekenen wat jij per uur of per klant wilt verdienen. Uiteraard is daarbij belangrijk het aantal uren dat je in jouw onderneming wilt steken. Reken jezelf niet rijk maar wees ook niet te zuinig, wees reëel!

En nu?

Je hebt nu in het kort de eerste zeven basisstappen van het starten van een onderneming kunnen lezen. Over alle stappen valt natuurlijk veel meer te melden. Dat gebeurt op onze [website](#) en in de diverse [workshops](#) die wij geven.

Voorlopig heb je genoeg om mee aan de slag te gaan. De enige manier om een succesvolle onderneming te krijgen, te houden en uit te bouwen is het ondernemen van actie!

Veel lezen en informatie tot je nemen is zeker belangrijk. Dat moet je doen en ook blijven doen. Bezoek ook eens seminars en masterclasses van succesvolle mensen. Sommigen zijn heel duur maar er zijn ook genoeg gratis bijeenkomsten waar je veel kunt leren. Niet alleen op het gebied van ondernemen en financiën maar ook op het gebied van persoonlijke ontwikkeling. Daarna vooral snel implementeren en doen!

Je wordt als ondernemer geboren; het zit in je bloed. En wellicht is het er tot nu toe nog niet uitgekomen omdat het niet in jouw leven paste. Maar vroeg of laat kruipt bloed toch waar het niet gaan kan. Soms heeft het een zetje nodig waarbij de hulp van succesvolle en inspirerende coaches enorm kan helpen.

Investeren in jezelf is de belangrijkste investering die je ooit kunt doen ~Warren Buffett

Over Monique Appels

Ik ben Monique Appels, dé hondernemer van Nederland.

Mijn passie is honden en ondernemen. Deze twee zijn uitstekend te combineren en mijn missie is dan ook om de zelfstandige ondernemer in de hondenbranche te laten ontdekken hoe hij succesvoller kan worden dan wel succesvol kan zijn. Ondanks of wellicht dankzij onze economische crisis of de veronderstelling dat er in de hondenbranche geen droog brood te verdienen valt.

Ruim tien jaar is Monique hondernemer. Zij had een hondenuitlaatdienst, een hondenschool, een hondengedragstherapiepraktijk en verkocht hondenvoer.

