

BUSINESS MODEL CANVAS



VOOR NIEUWE STARTERS IN
LAND- EN TUINBOUW



Deze brochure kadert in het Lionsproject – Limburgs Innovatief Agrarisch Ondernemerschap Stimuleren

Lions in een project van:



Met de financiële steun van:



HANDLEIDING



Je wil voedsel produceren op een manier die duurzaam is voor jou, je klanten en je omgeving? Dan heb je waarschijnlijk al heel wat ideeën over hoe je bedrijf eruit zou kunnen zien. Met deze brochure willen we starters een leidraad geven om de eerste stappen te zetten naar een ondernemingsplan door middel van het Business Model Canvas.

Aan de hand van het Business Model Canvas kun je beschrijven hoe je bedrijf in elkaar zit en hoe je waarde creëert, levert en behoudt. Het is opgebouwd uit negen blokken: aanbod, klantengroepen, klantenrelaties, kanalen, inkomsten, kernactiviteiten, mensen en middelen, strategische partners en kostenstructuur.

In elk hoofdstuk van deze brochure lichten we een blok toe en helpen je op weg om het Business Model Canvas voor jouw bedrijf in te vullen. Het eerste hoofdstuk start met de beschrijving van je aanbod. In de vier volgende blokken geef je invulling aan de buitenkant van je onderneming, namelijk hoe

buitenstaanders jouw bedrijf kunnen zien. Blokken zes tot en met acht gaan over de binnenkant van je bedrijf, over wat nodig is om tot je aanbod te komen. Achteraan vind je een leeg canvas om zelf aan de slag te gaan.

Als extraatje geven we in hoofdstuk tien informatie over de opmaak van een financieel plan. Om tot een uitgewerkt ondernemingsplan te komen, is het essentieel om je plannen door te rekenen met de verwachte kosten en opbrengsten.

In deze brochure staan ook heel wat tips die je helpen in de uitbouw van een mooi en rendabel bedrijf. Een digitale versie van het canvas en tabellen om je eerste financieel plan te maken, vind je op www.boerenbond.be/nieuweboeren.

Veel succes!



Strategische partners

Welke externe strategische partners heb ik nodig om mijn product of dienst succesvol te kunnen realiseren?

PAGINA 28



Kernactiviteiten

Welke zijn de belangrijkste activiteiten die ik zelf moet doen om mijn aanbod voor de klant te realiseren?

PAGINA 21



Aanbod

Wat is mijn aanbod voor de klant? Welke noden en problemen van de klant los ik hiermee op?

PAGINA 6



Mensen en middelen

Welke mensen en middelen heb ik extern in mijn bedrijf nodig om mijn aanbod voor de klant te kunnen realiseren?

PAGINA 24



Kostenstructuur

Wat zijn de kosten voor het ontwikkelen van mijn product of dienst? Welke zijn de belangrijkste vaste en variabele kosten na introductie?

PAGINA 32



Relaties

Hoe leg ik relaties met de klanten en hoe kan ik die onderhouden?

PAGINA 12



Klantengroepen

Wie zijn mijn belangrijkste klanten en wat is hun behoefte?

PAGINA 9



Kanalen

Hoe kan ik mijn klanten bereiken? Zowel inzake communicatie als afleveren product of dienst.

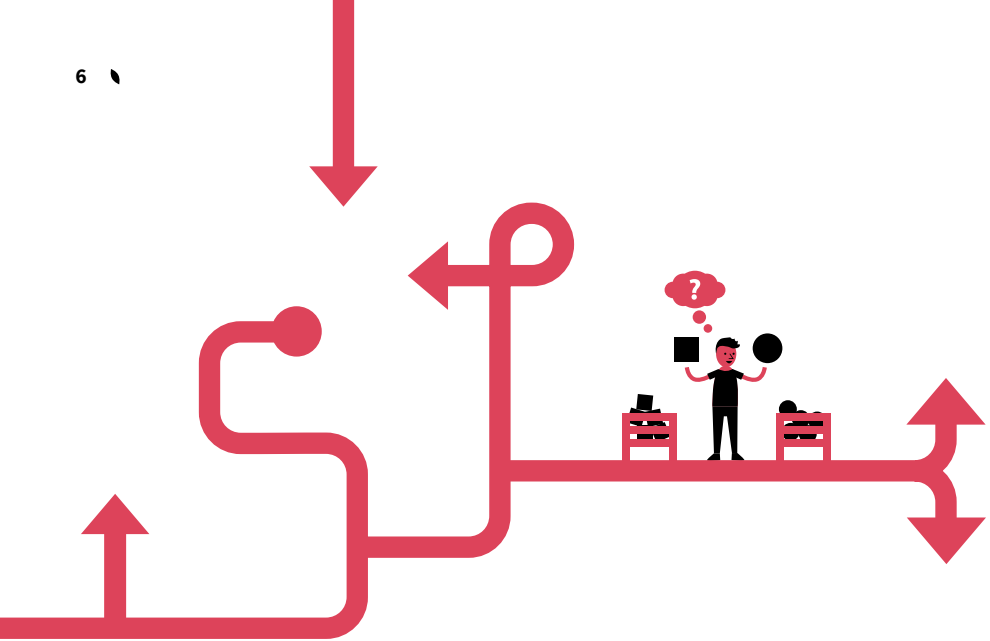
PAGINA 15



Inkomsten

Hoe kan ik geld verdienen met mijn concept? Waarvoor zijn mijn klanten bereid te betalen?

PAGINA 18



1.

MIJN AANBOD

Denk na over welke producten en diensten je gaat verkopen voor een specifiek klantsegment. Hiermee los je een klantprobleem op of voorzie je in een klantbehoefte. Ga je een product aanbieden dat zo uniek is dat het zich richt op een specifieke niche met hoge toegevoegde waarde? Of ga je iets aanbieden op een heel specifieke manier, zodat het zich onderscheidt van de vele andere in de markt? Welke keuze je maakt is altijd gekoppeld aan een specifiek klantsegment.

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

In een context waar voedsel en andere basisproducten kleine marges hebben, is de vraag hoe je je gaat onderscheiden zeer belangrijk. Voedsel is veel meer dan een manier om de maag te vullen. Het is verbonden met identiteit, cultuur, geschiedenis, emotie, ... Door jouw unieke verhaal kan je klanten overtuigen om een correcte prijs te betalen. Je kan een merk creëren of je kan je verhaal een extra dimensie geven door het aanbieden van rondleidingen, verblijfsmogelijkheden, rechtstreekse verkoop, ...

Vragen die je moet stellen

- Wat maakt mijn aanbod uniek?
- Waarom is mijn product beter dan vergelijkbare producten? Gaat het om kwaliteit, duurzame productie, nabijheid, nieuwe technologieën, ...?
- Kan ik samenwerken met andere ondernemers met vergelijkbaar (volume vergroten) of aanvullend aanbod?
- Heb ik interesse om ook diensten aan te bieden zoals rondleidingen, recreatie, verblijfsmogelijkheden, zorg, ...?
- Heb ik unieke expertise die voor andere ondernemers interessant kan zijn?

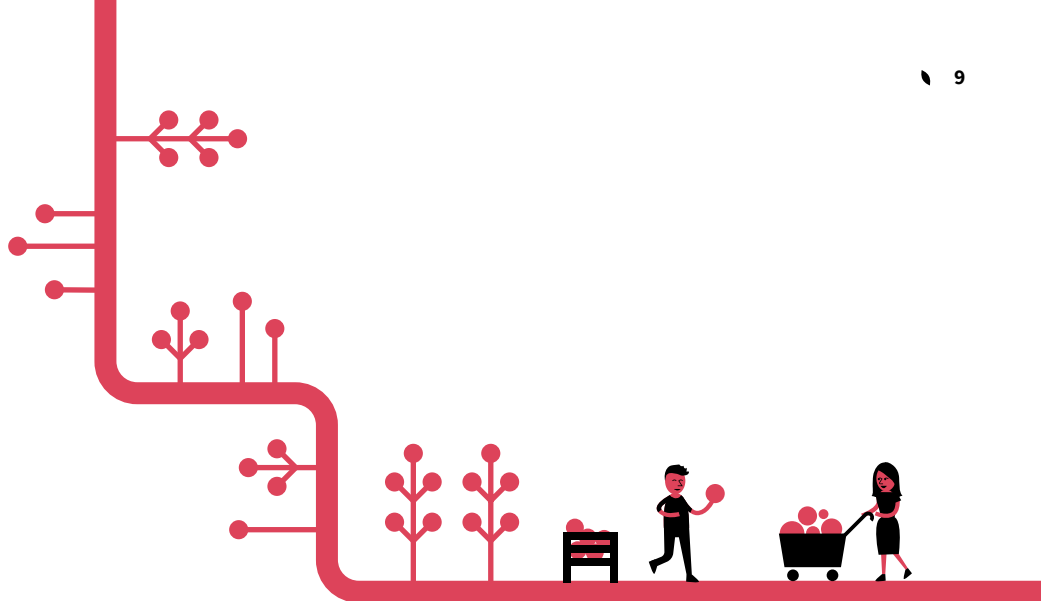
WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

Bij het Innovatiesteunpunt voor Landbouw en Platteland kan je altijd terecht voor informatie over nieuwe teelten, productiemethodes, productontwikkeling, verkoop, aanbieden van diensten zoals recreatie en toerisme en voor informatie over samenwerken, al dan niet in een coöperatie.

Steunpunt Korte Keten helpt je oriënteren in je productassortiment. Het Steunpunt Groene Zorg kan je begeleiden in het aanbieden van zorg op je bedrijf. Plattelandsklassen biedt ondersteuning bij het organiseren van educatie.



A series of 25 horizontal dotted lines for writing.



2.

KLANTENGROEPEN

Klanten staan centraal in je onderneming. Daarom bepaalt de keuze van wie je klant is, het succes van je bedrijf. Kies een klant die goed aansluit bij je bedrijfscultuur, die past bij de capaciteiten van je bedrijf en die het grootste potentieel heeft om direct of indirect winst te leveren. Voor het ene bedrijf kan dit de eindgebruiker van het product zijn, maar net zo goed kan de primaire klant een tussenschakel in de keten zijn. Bovendien is het mogelijk dat je meerdere types klanten hebt, die je kan opdelen in segmenten naargelang hun behoeften, de manier waarop je ze bereikt, de waarde die ze bereid zijn te betalen, ...

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

Iedereen moet eten en de mogelijkheden om dat snel, makkelijk en goedkoop te doen zijn overvloedig aanwezig. Je moet dus goed nadenken over het type klant dat je wil overtuigen om voor jouw product te kiezen. Als startende landbouwer is het cruciaal om voldoende klanten aan je bedrijf te binden en hierdoor een zekere afzet te verzekeren. Sommige klanten zal je aantrekken door je product, andere zijn misschien op zoek naar een gespecialiseerde dienstverlening of een plek waar ze iets kunnen leren en uniek beleven.

Vragen die je moet stellen

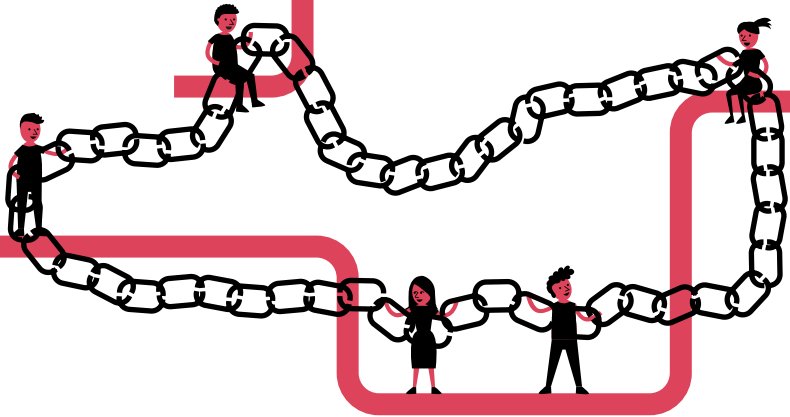
- Wat is het profiel van mijn klant? Welke doelgroep heb ik voor ogen?
- Aan welke behoefte/vraag van de markt wil ik voldoen?
- Welke mensen zou ik graag over de vloer krijgen?
- Waar liggen mijn klanten wakker van? Wat vinden ze belangrijk?
- Welke klantengroepen kan ik onderscheiden op basis van mijn aanbod van producten en diensten?
- Zijn er andere ondernemers waarmee ik kan samenwerken?

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

Bij het Innovatiesteunpunt en het Steunpunt Korte Keten kan je terecht voor hulp om je klantengroepen te identificeren en voor ondersteuning rond samenwerking. Op het blog van FarmCafe kan je heel wat inspiratie halen uit studies en getuigenissen. Kijk ook rond in je directe omgeving en bevrraag vrienden, familie en kennissen. Op de website van VLAM vind je bij 'feiten en cijfers' informatie over consumentengedrag. En ook universiteiten, hoge scholen, overheden, ... publiceerden heel wat onderzoeken. Googelen is de boodschap!



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing.



3.

KLANTENRELATIES

Dit blok gaat over de manier waarop je in contact staat met je klant. Het gaat om klanten werven, maar evengoed om klanten behouden. Als je verschillende types klanten hebt, denk je na over hoe je ze benadert en welke tijd je hierin investeert. Afhankelijk van de relatie die de klant verwacht, kan dit gaan van heel persoonlijk tot geautomatiseerd. Daarom is het bij elk begin belangrijk om na te denken welke relatie je kan bieden zodat ze houdbaar is en combineerbaar blijft met je andere taken.

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

De relatie met je klanten en consumenten is heel kostbaar. Bij voedsel speelt vertrouwen een heel grote rol. Verkoop je rechtstreeks aan de consument dan wordt dit contact bijna automatisch heel persoonlijk. Mensen raken betrokken bij je bedrijf en jij bouwt een nauwe band op met de klant en zijn familie. Dit vraagt een slimme benadering, zodat er tijd blijft voor jezelf en voor de andere taken op het bedrijf. Ga na welke relaties je kan digitaliseren maar hou er rekening mee dat dit afhankelijk zal zijn van je klanten.

Vragen die je moet stellen

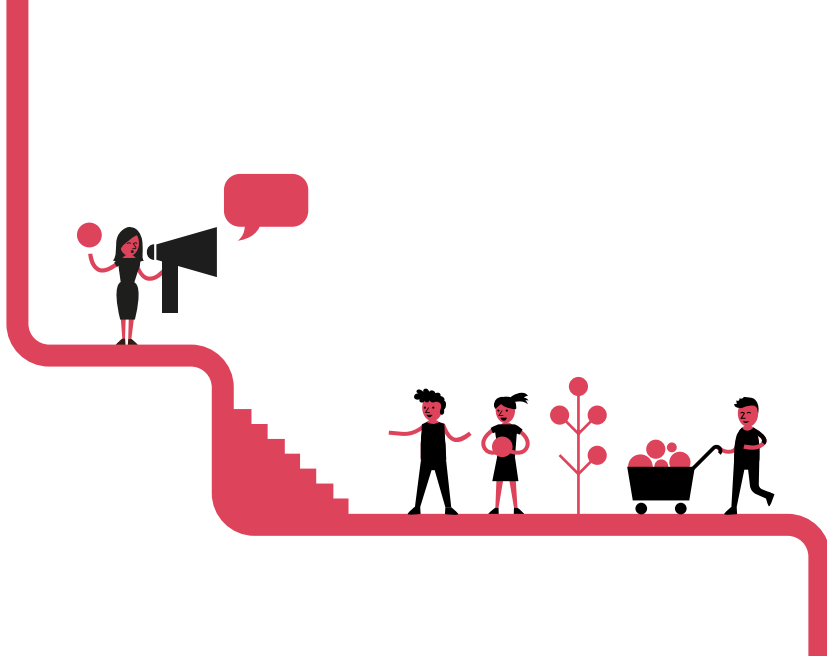
- Wat verwacht de klant van de relatie die ik zal aangaan én onderhouden?
- Waar is persoonlijk contact noodzakelijk en waar is dat minder nodig?
- Is selfservice mogelijk bij een deel van mijn aanbod?
- Werk ik samen met andere partners om mijn relaties te onderhouden?
- Hoe bereikbaar moet ik zijn? (7/7, 24/24, ...)
- Op welke manier ben ik te bereiken en hoe snel kan ik antwoorden? (email, telefoon, sms, ...)
- Hoe kan ik positieve mond-tot-mondreclame activeren?

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

Bij het Innovatiesteunpunt en het Steunpunt Korte Keten kan je terecht voor tips over hoe je de relatie met de klant opbouwt en hoe je een goed evenwicht kan vinden in het onderhouden van relaties met klanten.



A series of 25 horizontal dotted lines for writing.



4.

KANALEN

Dit zijn alle mogelijke manieren waarmee je in contact komt met je klanten, van communicatie tot verkoop. Hierbij zijn vijf fasen te onderscheiden: bekendheid vergroten, evaluatie, aankoop, aflevering en naverkoop. Van belang is een goede mix te vinden tussen zaken die je zelf doet en zaken die je via partners doet. Je kan voor eigen kanalen kiezen omwille van een hogere marge, maar dit brengt ook hogere kosten met zich mee. Partnerkanalen leiden tot lagere marges, maar zorgen voor een groter bereik en de kans om te profiteren van de sterkte van de partner.

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

De marges in voedselproductie zijn over het algemeen laag en tegelijk is de consument vervreemd van de complexiteit van voedselproductie. Een goed evenwicht vinden tussen eigen kanalen en partnerkanalen is daarom van groot belang.

Vragen die je moet stellen

- Hoe zorg ik ervoor dat er bekendheid voor mijn product- en dienstengamma ontstaat? Welke communicatiekanalen zet ik hiervoor in? Zijn er bestaande kanalen waarlangs ik mijn aanbod kan bekend maken?
- Hoe kunnen klanten mijn aanbod (beter) leren kennen? Wat voor informatie bied ik aan zodat ze voor mijn aanbod gaan kiezen?
- Hoe maak ik het voor de doelgroep mogelijk om van mijn aanbod gebruik te maken? Wat is de bereikbaarheid?
- Hoe stel ik mijn aanbod ter beschikking? Hoe komt het bij de klant terecht? Welke sfeer wil ik hierbij creëren?
- Hoe volg ik mijn doelgroep verder op?

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

Bij het Innovatiesteunpunt en het Steunpunt Korte Keten kan je terecht voor tips over het gebruik en de keuze van de verschillende kanalen voor je producten.

Via de platformen van Plattelandsklassen, Logeren in Vlaanderen Vakantieland, het Steunpunt Groene Zorg, ... kan je je diensten bekend maken.

De Dag van de Landbouw (derde zondag van september) en andere lokale initiatieven zijn een uitgelezen kans om je activiteiten bekend te maken, zowel in je directe omgeving als in de rest van Vlaanderen.



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing.

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

In de land- en tuinbouw komen de kosten vaak voor de opbrengsten. De lasten ontstaan in het voorjaar, terwijl je de baten pas ontvangt in het oogstseizoen. Als dit het geval is, kan het nuttig zijn om een kasplanning te maken met geschatte inkomsten en kosten per maand, zodat je weet hoe groot je buffer moet zijn. Anderzijds kan je proberen om je klanten al van het begin mee te laten investeren.

Vragen die je moet stellen

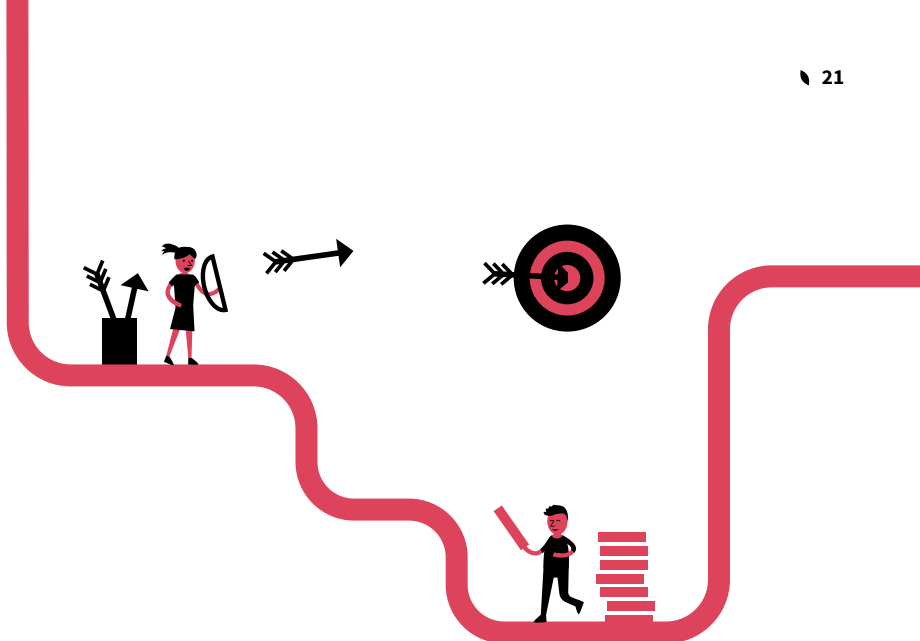
- Voor welke waarde zijn mijn klanten werkelijk bereid te betalen?
- Wat betalen ze hier momenteel voor?
- Hoe wenst de klant te betalen?
- Hoe bepaal ik een goede prijs? Hoe draagt elke inkomensstroom bij aan de totale inkomsten?
- Is de prijs vast of dynamisch?
- Kan een opendeur, seizoensfeest, ... bijkomende inkomsten genereren?
- Kan ik diensten voor anderen aanbieden waarop ik een commissie of korting krijg?
- Kan ik 'inkomsten' creëren door bestaande vaste kosten te herverdelen over extra activiteiten?

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

Bekijk de markt en bestudeer vergelijkbare concepten in je buurt. Het Innovatiesteunpunt kan je helpen met de inschatting van inkomsten uit verschillende producten en diensten. Het Steunpunt Korte Keten helpt je oriënteren in de investeringslast achter jouw verwerking en verkoop. Voor een juiste prijszetting in Community Supported Agriculture kan je terecht bij het CSA-netwerk Vlaanderen. SBB kan je helpen bij de keuze van het type boekhouding. Zo leer je gaandeweg uit de resultaten die de basis zijn voor toekomstige beslissingen. KBC heeft expertise in huis bij de keuze voor een betalingssysteem dat bij jou past.



A series of 20 horizontal dotted lines for writing.



6.

KERNACTIVITEITEN

Hier beschrijf je de belangrijkste acties die nodig zijn om ervoor te zorgen dat je verdienmodel werkt. Net zoals de middelen en mensen zijn ze nodig om je product of dienst te ontwikkelen en aan te bieden, je doelgroep te bereiken, nieuwe klanten te maken en bestaande te behouden en zo inkomsten te verdienen.

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

Productie van voedsel en primaire producten is waar het om draait. Om je te onderscheiden en zo meerwaarde te creëren, moet je ook een unieke afzetmarkt zoeken, een klantenbestand opbouwen, contracten afsluiten, logistiek organiseren, mensen tewerkstellen, promotie voeren, administratieve taken uitvoeren, ... Continue bijscholing in deze activiteiten is noodzakelijk. Inspiratie zoeken bij anderen, ook buiten de agrarische sector, is heel verrijkend.

Vragen die je moet stellen

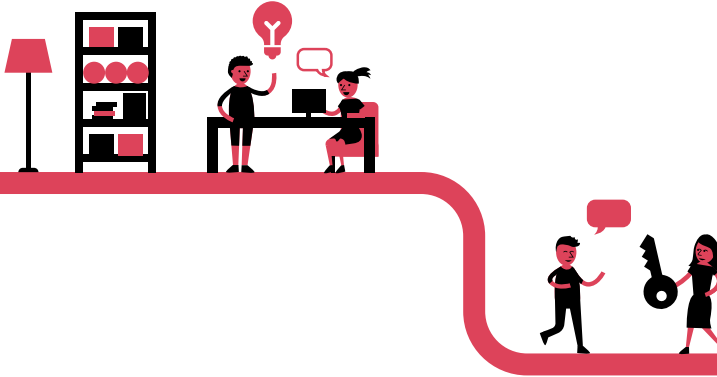
- Welke stappen zijn nodig om te kunnen produceren?
- Hoe ga ik produceren? Welke taken komen hierbij kijken?
- Hoe ga ik producten of diensten verkopen?
- Wat moet ik doen om mijn product bij de klant te krijgen?
- Waar ga ik klanten vinden?
- Welke administratieve taken moeten gebeuren?
- Waar kan ik mij bijscholen?
- Aan welke wetgeving moet ik voldoen?

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

De proefcentra zijn belangrijke bronnen van informatie over specifieke nieuwe teelten en productiemethodes. Ook bij het Innovatiesteunpunt kan je terecht voor informatie over nieuwe teelten, biologische productie, verkoop via de korte keten en nieuwe activiteiten op je bedrijf. Voor verkoop via de korte keten kan je informatie over je project inwinnen bij het Steunpunt Korte Keten. Voor je activiteiten heb je de nodige toelatingen nodig en moet je alle wettelijke bepalingen naleven. Voor een richtinggevend gesprek kan je steeds terecht bij dienstbetoon van Boerenbond. Bij SBB kan je terecht voor je belasting- en btw-aangifte, maar ook voor je registratie bij FAVV, aanvraag vergunningen, jaarlijkse aangifte van water, bemesting, perceelsregistratie, ...



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for handwriting practice.



7.

MENSEN EN MIDDELEN

Wat heb je nodig om je aanbod te creëren en aan te bieden, om je doelgroep te bereiken, om je relaties op te bouwen en te onderhouden en vooral om inkomsten te verdienen? Deze 'key resources' kan je opdelen in menselijke ondersteuning, fysieke middelen, intellectuele middelen en financiële middelen. Ze kunnen eigendom zijn van de onderneming, maar je kan ze ook huren.

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

Sta stil bij de competenties die nodig zijn om een verdienmodel rond voedselproductie te doen slagen. Het vereist een complexe combinatie van kennis, vaardigheden en de juiste attitude. Vergeet niet af te toetsen of je de vaardigheden hebt om klanten aan te spreken, groepen te begeleiden, ... Door het berekenen van de arbeidstijd kan je inschatten hoeveel personeel noodzakelijk is.

Als je al zicht hebt op een locatie met gebouwen en/of grond, zorg dan dat het contract voor huur of pacht nagekeken is door experts. Daarna komt de investering in machines voor productie, verwerking, bewaring, logistiek, verkoop, planten, dieren, ... Denk na over de nodige intellectuele middelen zoals een duidelijk werkschema, een kwaliteitshandboek, een infogids voor bezoekers, een databestand met klantgegevens dat rekening houdt met de privacy-wetgeving, relevante partners voor je bedrijf, leveranciers, adviesverleners, contactpersonen bij (lokale) overheden, ...

Vragen die je moet stellen

- Heb ik de juiste competenties? Moet ik bijscholen?
- Wat kan ik uitbesteden? Kan ik iemand in dienst nemen? Kan een (werk) student of loonwerker bepaalde taken overnemen? Heb ik iemand die kan invallen als ik tijdelijk uitval?
- Zijn er goede afspraken over gebruik van de gronden en/of gebouwen?
- Wat heb ik nodig om te produceren? Denk aan water, plantgoed, een vruchtbare bodem of substraat, dieren, ...
- Heb ik de juiste vergunningen om aan de slag te gaan?
- Op welke intellectuele middelen kan ik beroep doen? Ga ik produceren via een specifiek lastenboek, label, merk, ... dat een meerwaarde kan opleveren?
- Hoeveel financiële middelen heb ik nodig? Moeten mijn eigen middelen aangevuld worden met externe financiering bijvoorbeeld via een financiële instelling, subsidies, win-winlening, ...

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

Een eerste stap om netwerk en kennis op te bouwen, is het volgen van een opleiding land- en tuinbouw bij een erkend centrum voor naschoolse vorming: www.agrocampus.be.

Als je banken en investeerders wil overtuigen om te investeren, dan heb je een financieel plan nodig. Hoe je dat aanpakt, kan je lezen in hoofdstuk tien van deze brochure.

Op de website van de Vlaamse overheid kan je zien of je in aanmerking komt voor subsidies: <https://lv.vlaanderen.be/nl/subsidies>

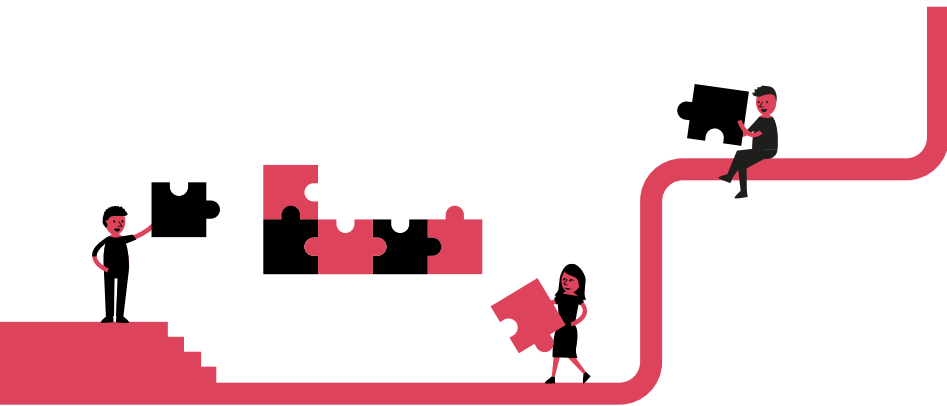
Wie wil starten, kan bij Boerenbond terecht voor een gratis oriënterend gesprek over de administratieve verplichtingen die horen bij de opstart van een bedrijf. Het nakijken van je contract in verband met gebruik van grond en/of gebouwen is hierbij van groot belang.

Sluit je aan bij een vakorganisatie om je netwerk en kennis op punt te houden.

Heb je als startende ondernemer een innovatief idee? Informeer je dan bij Start it @KBC voor ondersteuning via een netwerk van professionelen en investeerders.



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing.



8.

STRATEGISCHE PARTNERS

Voor het uitvoeren van je kernactiviteiten moet je nadenken wat je zelf doet en wat je gaat uitbesteden. Het werken met partnerschappen kan je helpen om je onderneming te optimaliseren en kosten te verminderen, om risico's te beperken, of om de nodige kennis, middelen en mensen te hebben. Ook leveranciers komen op je lijst van partners. Denk verder aan de diverse overheden die nodig zijn bij het verkrijgen van de nodige vergunningen en adviesverleners die hierbij kunnen helpen.

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

Productie, verwerking, verkoop, logistiek, ... Om al die activiteiten uit te voeren binnen je beschikbare tijdsbesteding, binnen het kader van de bestaande wetgeving en met de nodige expertise, kan het aangewezen zijn om een netwerk van partners te creëren rond je bedrijf. Met een andere producent kan je samenwerken om je aanbod te vergroten en een betere positie in de markt te krijgen. Je kan ook met partners samenwerken voor de verwerking en/of vermarkting, voor het aanbieden van bepaalde diensten op je bedrijf zoals recreatie, rondleidingen, educatie, ... Belangrijk is om een duidelijk beeld te hebben van je partners en afspraken op papier te zetten en eventueel te formaliseren in een bepaalde rechtsvorm zoals een coöperatie of vzw.

Vragen die je moet stellen

- Bij wie ga ik uitgangsmateriaal en andere productiemiddelen kopen?
- Van wie kan ik de grond/gebouwen gebruiken?
- Met wie werk ik samen voor de productie?
- Met wie werk ik samen voor de verkoop?
- Ga ik samenwerken om het aanbod te verruimen?
- Hoe afhankelijk ben ik van de partners? Als de samenwerking zou stoppen, welke alternatieven zijn er dan?
- Van welke schakels, zoals verwerking, ben ik afhankelijk om mijn product op de markt te brengen?
- Via welke netwerken kan ik de geschikte partners vinden?
- Wanneer is iemand een geschikte partner?

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

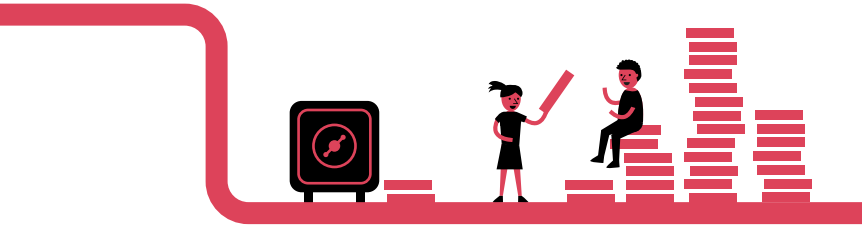
Beurzen zijn interessante gelegenheden om zowel leveranciers, machinebouwers als andere ondernemers te ontmoeten in een informele sfeer. Bekende beurzen voor land- en tuinbouw zijn Agriflanders, Agribex, Werktuigendagen en Foire de Libramont. Maar kijk ook eens over de grens en ga bijvoorbeeld naar Greentech in Amsterdam of ga langs op beurzen en events die organisaties van andere schakels in de agro-voedingsketen organiseren (Fevia, Unizo, ...). Doorheen het jaar organiseren vakorganisaties, overheden en proefcentra ook geregeld info- en andere netwerkmomenten. Hou de websites in de gaten en schrijf je, waar mogelijk, in op hun nieuwsbrief.

KBC Vindr is een online matchmaker voor ondernemers. Het algoritme analyseert jouw profiel en matcht je met gelijkgestemde ondernemers.

Bij Innovatiesteunpunt kan je terecht voor expertise en begeleiding in samenwerking en coöperaties.



A series of horizontal dotted lines for writing, consisting of 25 lines spaced evenly down the page.



9.

KOSTENSTRUCTUUR

De kostenstructuur omvat alle kosten die worden gemaakt om het businessmodel te laten werken. Nadat je de bovenstaande blokken hebt uitgewerkt, is het vrij eenvoudig om de belangrijkste kosten hiervan te bepalen. Er zijn twee soorten businessmodellen: waardegestuurde modellen waarbij de focus ligt op het creëren van waarde met een unieke dienstverlening, en kostengestuurde modellen waarbij de focus ligt op minimaliseren van de kosten. Ga na welke kosten vast zijn (infrastructuur, machines) en welke variabel (proportioneel variërend met volume).

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

Hou er rekening mee dat er een periode zit tussen het investeren en kosten maken om je product of dienst aan te bieden en het moment dat je hieruit inkomsten zal creëren. Denk goed na over hoeveel middelen je nodig hebt om deze periode te overbruggen.

Maak een zo goed mogelijke inschatting van de investeringskosten en de exploitatiekosten en reken met een marge van 10%. Omdat de marges op voeding over het algemeen klein zijn, is het van groot belang goed te weten waar je kosten zitten en hoe je die kan optimaliseren. Door samen te werken, kan je bepaalde kosten drukken, maar zorg er dan wel voor dat de kostenverdeling vooraf duidelijk op papier staat. Vergeet ook geen rekening te houden met werkuren om de echte kost te kennen.

Om je kosteninschattingen realistischer te maken, kan je in een vroege fase offertes opvragen. Durf leveranciers met elkaar te vergelijken en onderhandel om voordelen te krijgen, maar zorg ervoor dat dit niet ten koste gaat van de service.

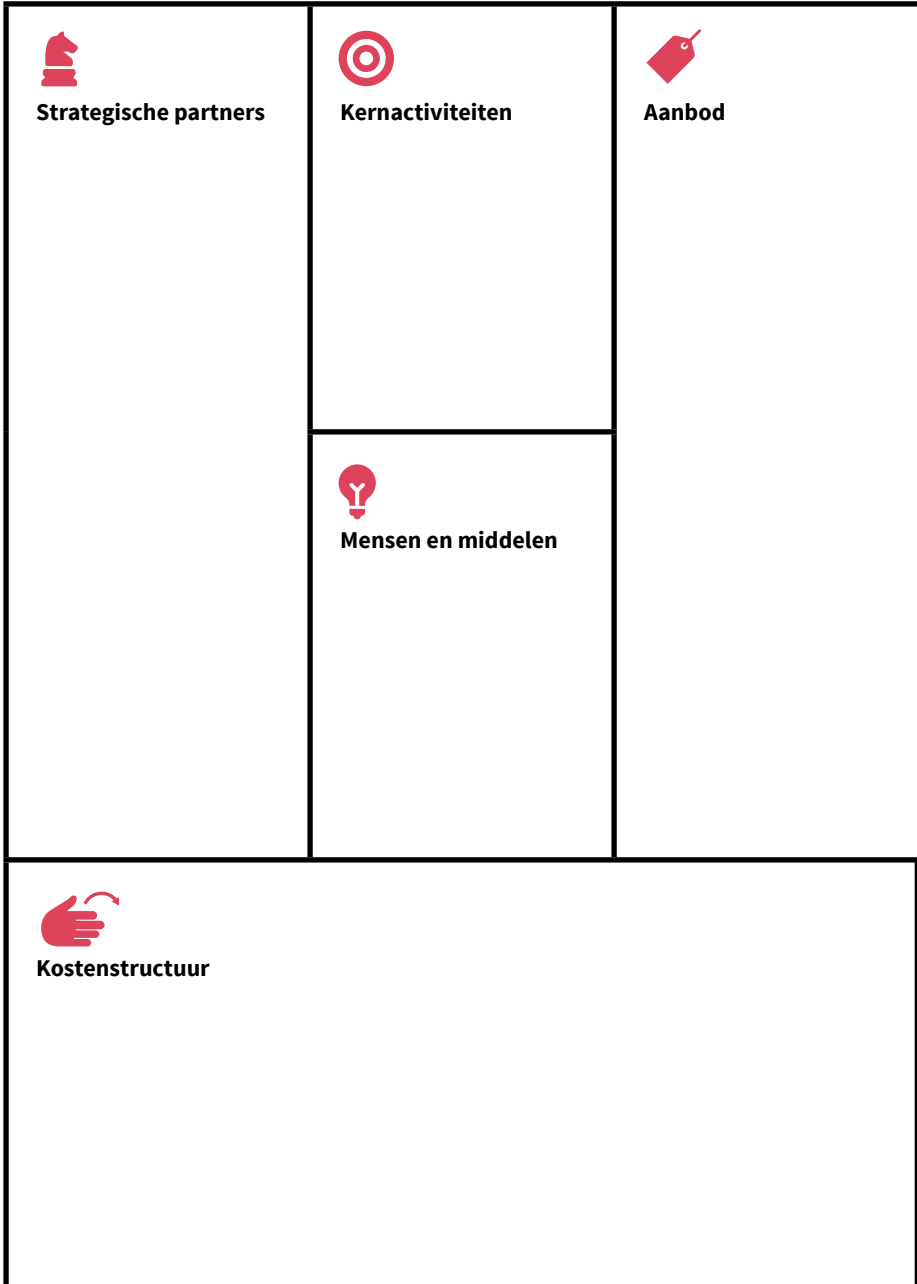
Vragen die je moet stellen

- Waar worden de kosten gemaakt? Denk na over kosten voor arbeid, materiaal, investeringen, administratie, de nodige verzekeringen en vergunningen, opleidingen, extern advies, transport, promotie, ...
- Wat zijn de vaste kosten?
- Wat zijn de variabele kosten?
- Bij welke bedrijven moet ik offertes opvragen?
- Heb ik echt alle leveranciers gevonden en vergeleken?
- Welke kernactiviteiten kosten het meest?
- Welke mogelijkheden zijn er om kosten te beperken?

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

Met vragen over de berekening van je kostprijs kan je terecht bij het Innovatiesteunpunt en het Steunpunt Korte Keten.

Ga via netwerkevents op zoek naar ondernemers die gelijkaardige activiteiten hebben. Vraag naar hun kosten en leveranciers en dienstverleners. Ga naar beurzen, schuim het internet af en vraag zo veel mogelijk offertes op.





Relaties



Klantengroepen



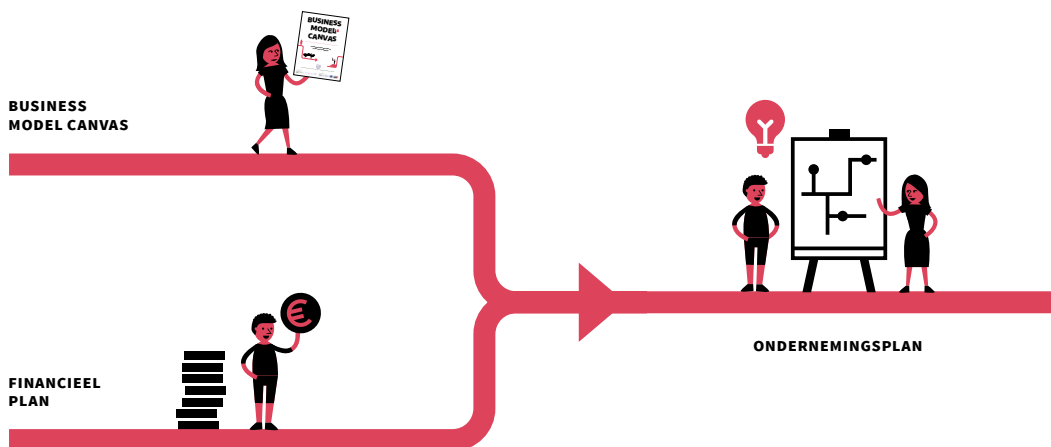
Kanalen



Inkomsten



A series of 25 horizontal dotted lines for writing.



10. FINANCIËEL PLAN

In de voorgaande hoofdstukken heb je nagedacht over hoe je de gecreëerde meerwaarde wil capteren om tot een rendabel bedrijf te komen. De volgende stap is het becijferen van je project. Als je de analyse uit het Business Model Canvas verder uitschrijft en combineert met een financieel plan, dan kom je tot een ondernemingsplan. In veel gevallen zal je een kredietinstelling moeten aanspreken om jouw project te kunnen financieren. Uit het ondernemingsplan zal blijken of jouw dromen financieel rendabel zijn. Het is dus een uitstekend communicatiemiddel met potentiële kredietgevers maar zeker ook met leveranciers, zakenpartners, enzovoort.

AAN DE SLAG ALS VOEDSELPRODUCENT

Vragen die je moet stellen

- Hoeveel geld heb ik nodig om mijn bedrijf op te starten? Welke investeringen moet ik doen en welke kosten zijn daaraan verbonden? Welk eigen vermogen is beschikbaar? Welke financiering past het best bij mijn situatie?
- Hoe schat ik mijn verwachte opbrengsten en variabele kosten realistisch in? Ter info: het verschil van die twee heet 'het saldo'.
- Kom ik in aanmerking voor bepaalde subsidies?
- Hoe ziet de kasplanning van mijn project eruit? Welke liquiditeitsbuffer moet ik opbouwen om niet in cashnood te komen bij de geplande investeringen?

WIE KAN JE HIERBIJ HELPEN?

SBB kan je helpen bij het berekenen van de rentabiliteit van je project. Bovendien adviseren ze je over de juridische structuur en fiscale keuzes die best passen bij je activiteiten.

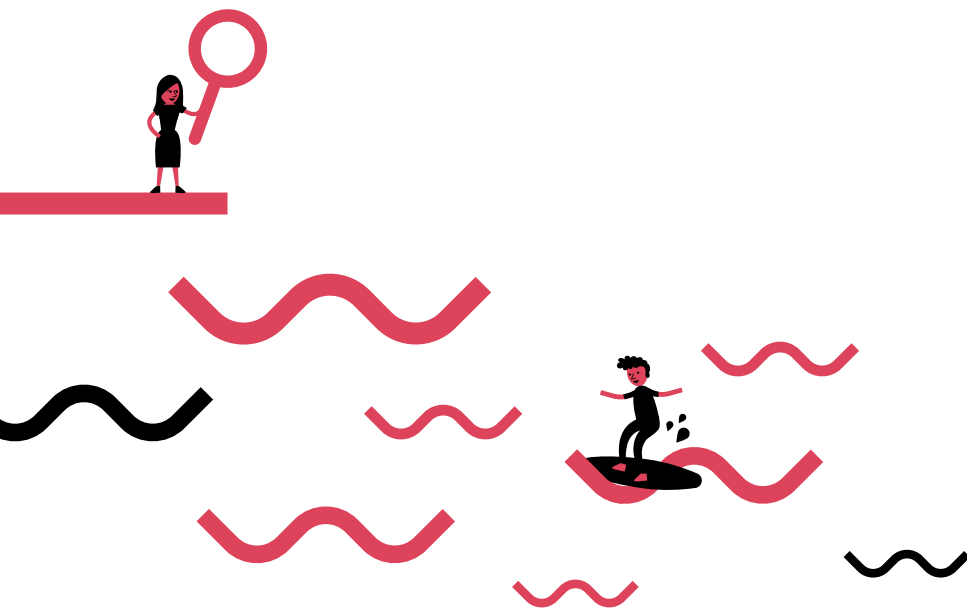
Het Innovatiesteunpunt kan je helpen met de inschatting van de verwachte opbrengsten en kosten uit verschillende producten en diensten.

Het Steunpunt Korte Keten helpt je oriënteren in de investeringslast achter jouw verwerking en verkoop. Ze hebben ook een tool voor de kostprijsberekening van je producten.

Betrek in een zo vroeg mogelijk stadium je bankier bij je projecten. Hij kan je al een aantal belangrijke inzichten meegeven. De KBC land- en tuinbouwkantoren staan voor je klaar.



A series of horizontal dotted lines for writing, consisting of 25 lines spaced evenly down the page.



11.

NUTTIGE WEBSITES

Landbouw provincie Limburg

www.limburg.be/landbouw

Netwerking, informatie en belangenbehartiging

www.boerenbond.be

Organisatie voor jonge land- en tuinbouwers

www.groenekring.be

Visie en strategie, samenwerking, logistiek, productontwikkeling

www.innovatiesteunpunt.be

Advies over de korte keten

www.steunpuntkorteketen.be

Digitaal platform met inspiratie en netwerk van experts

www.farmcafe.be

Omschakeling naar biologische landbouw

www.biozoektboer.be

CSA startersbrochure

www.csa-netwerk.be

Advies over bedrijfsopvolging

www.kenniscentrumbedrijfsopvolging.be

Plattelandseducatie

www.plattelandsklassen.be

Dagbesteding op maat van kwetsbare groepen

www.groenezorg.be

Samenwerking rond agrarisch landschaps-, natuur-, bodem- en/of waterbeheer

www.agrobeheercentrum.be

Marketing kleinschalige logies

www.logereninvlaanderenvakantieland.be

Erkende centra naschoolse vorming land- en tuinbouw zoals

www.agrocampus.be of www.landwijzer.be

Accelerator voor startups met innovatieve ideeën

startit.be

Financiering en verzekeringen

www.kbc.be

Ondernemingsplan, accountancy en fiscaliteit, vergunningen, opstartformaliteiten

www.sbb.be

Inschrijving KBO, BTW-activatie, sociaal verzekeringsfonds

www.acerta.be

Informatie over land- en tuinbouw, nieuws, netwerken en organisaties

www.vilt.be

Vlaamse overheid, beleidsdomein landbouw en visserij

www.vlaanderen.be/landbouw

Voedselveiligheid

www.favv.be

COLOFON

BRONNEN

Business Model Generatie (2009) Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

strategyzer.com

Trends 3/4/14 p.96-99; Strategiemodellen – de 88 tools die elke manager nodig heeft voor een winnende strategie, Vaughan Evans (2014)

REDACTIE

Nele Lauwers (Boerenbond) en Geertrui Goyens (SBB)

EINDREDACTIE

Liesbet Corthout (Boerenbond) en Katrien Weckx (Innovatiesteunpunt)

VORMGEVING

Toast Confituur

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Frans De Wachter, Diestsevest 40, 3000 Leuven

ISPN-NUMMER

D/2019/0728/20

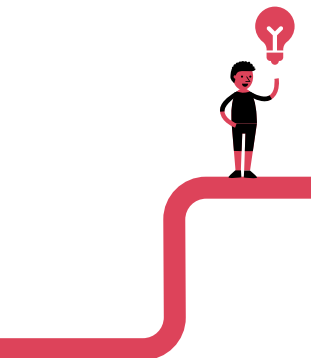
Niets uit deze brochure mag verveelvoudigd of overgenomen worden door middel van druk, fotokopie, elektronische drager of op welke wijze dan ook, zonder voorafgaandelijke toestemming van de uitgever.

DISCLAIMER

Deze brochure is opgesteld met een duidelijke informatieve opdracht. De verstrekte informatie is alleen bedoeld als een eerste algemene toelichting, die de behandelde materie wil situeren in grote lijnen, zonder volledigheid noch juridische precisie na te streven. Aan deze uitgave kunnen geen rechten ontleend worden. De redactie streeft naar betrouwbaarheid van de gepubliceerde informatie. De uitgever noch de auteur kan aansprakelijk gesteld worden voor foutieve of onvolledige gegevens of enige schade die zou voortvloeien uit acties die op basis van deze informatie ondernomen worden.

Innovatiesteunpunt

voor landbouw en platteland



Het Innovatiesteunpunt is een initiatief van Boerenbond en Landelijke Gilden in partnerschap met Cera en KBC

