



BUSINESS 03

Verduidelijken van het idee

Waarom en hoe je je idee duidelijk en overzichtelijk maakt; een startpunt voor het opzetten van je bedrijf .

[Start de cursus >](#)



Warsaw University
of Technology



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.





Target



BUSINESS **MODULE 3**

Verduidelijken van het idee

Je hebt net de samenhang van menselijke hulpbronnen in je bedrijf geëvalueerd en nu wil je verder gaan met de ontwikkeling van de inhoud van je bedrijf. Deze module is voor jou. Je zult leren waarom en hoe je je idee duidelijk en overzichtelijk maakt. Dit is het startpunt voor de opzet van je bedrijf.

Wat kun je leren in deze module

- 1 | Waarom het nodig is om je idee te verduidelijken
- 2 | Het gebruik van simpele handvatten om je zakelijke idee te verduidelijken (zoals de 5 W's en een H of een Mindmap – methode)
- 3 | De uitgangspunten van een verkoopverhaal



Hoofdstukken in deze module

1Waarom je bedrijfsidee verduidelijken ?

2De 5 W's en een H om je idee aan te scherpen

3Verduidelijken door het gebruik van categorieën

4

Een mind map gebruiken

5Je bedrijfsidee in een verkoopverhaal



BUSINESS MODULE 3 Hoofdstuk 1

Waarom je bedrijfsidee verduidelijken?

Je bedrijfsidee verduidelijken is de eerste stap van een vaag idee naar een concreet project

Wat kun je leren in dit hoofdstuk?

- 1 | Waarom het belangrijk is om een duidelijk en gestructureerd idee te hebben van bedrijfsproject.
- 2 | Waarom het overslaan van deze stap nadelig kan zijn voor de ontwikkeling van je bedrijf



Waarom je bedrijfsidee verduidelijken?

Uitleggen! Ieder idee wordt logisch als het is uitgelegd. Als je deze training volgt, heb je waarschijnlijk een idee. Misschien denk je, dat je idee duidelijk en concreet is..... Maar weet je dat zeker?



Een idee verduidelijken

Kan je de onderstaande vragen snel en zonder twijfel of aarzeling beantwoorden?:

- Wat is het doel van je project en hoe ben je van plan om de wensen van je toekomstige klanten op te pakken
- Wat zijn de kenmerken van je klanten ?
- Hoe ziet een gemiddelde dag van jou als toekomstige ondernemer er uit ?
- Ben je van plan om alleen te werken of om personeel aan te nemen. Hoe veel en voor welk werk precies?
- Ga je werken met onderaannemers? Welke?

Nu lijkt je project ineens niet meer zo kristalhelder... daarom moet je het verduidelijken.

Om dat te doen, kan je gebruiken wat je wilt; een laptop, post-its, een rekenmodel, een tekstverwerkingsprogramma etc..

Je belangrijkste doel is om te proberen om de meeste vragen over je bedrijf, die je zelf kunt bedenken, te beantwoorden.

Maar, blijf bedenken: niets is in beton gegoten ! Maak je geen zorgen als je geen antwoord hebt op alle vragen.

Het simpele feit, dat je nadenkt over vragen waar je geen antwoord op hebt, betekent dat je heel goed bezig bent.

Vergeet niet alle vragen en antwoorden op te schrijven.

Een idee verduidelijken

Je idee verduidelijken is de eerste stap tot het leren hoe je je bedrijfsidee verkoopt.

In feite, het hebben van een duidelijk en precies bedrijfsproject is niet alleen belangrijk voor jou, hoe je de start van je bedrijf leidt en de ontwikkeling van je activiteiten, maar het is minstens net zo belangrijk voor anderen: je belanghebbenden.

Lang voor de officiële start van je bedrijf, zul je over je bedrijf moeten praten ten overstaan van verschillende groepen: potentiële klanten, toeleveranciers, doorverwijzers, onderaannemers etc..

Het bereiken van je doelen zoals :

- Je eerste klanten verwerven;
- Goede leveringsvoorwaarden met je toeleveranciers uitonderhandelen ;
- Veelbelovende samenwerkingen aangaan met andere ondernemers

Wordt voor een groot deel bepaald door de manier waarop je je bedrijf kunt verkopen.

Begrepen worden, duidelijk, precies en concreet zijn, zijn essentiële sleutels op de weg van succes bij het ontwikkelen van een bedrijf.

Je hebt geen idee voor een bedrijf?

Dan vragen we je om terug te gaan naar de trainingsmodule 2 "Menselijke samenhang in zaken" . Vaak heeft een zakelijk idee veel te maken met persoonlijk motivatie en interesse zoals :

- Je persoonlijke en beroepsmatige ervaringen
- Je interesses
- Je vaardigheden
- Je manier van leven
- Je waarden en normen

Bezig zijn met deze punten, zullen je zeker helpen met het vinden van een voor jou geschikt idee.



Samenvatting van het hoofdstuk

1

Een duidelijk bedrijfsplan is de poort naar partnerschappen

2

Het halen van je bedrijfdoelen hangt in hoge mate af van de vraag hoe goed je in staat bent om je bedrijfsactiviteit te verkopen.

Hoofdstuk voltooid!

Gefeliciteerd! Je hebt dit hoofdstuk goed afgerond!

Samenvatting van de verkregen kennis

1

Je bent je meer bewust van het belang van het verduidelijken van je idee bij het starten van een bedrijf.



Wat is de volgende stap?

Nu kan je dit hoofdstuk herhalen of ons studieadvies volgen. Klik op een van de onderstaande knoppen:

[Herstart](#)[Volgende](#)



De vijf W's en een H om je idee aan te scherpen

De vijf W's en een H zijn de meest eenvoudige hulpmiddelen om je idee te verduidelijken.

In dit hoofdstuk zal je leren hoe je het moet gebruiken.

Wat kun je leren in dit hoofdstuk?

- 1 Je bedrijfsidee in detail invullen door het gebruik van 6 basale vragen.



De vijf W's en een H om je idee aan te scherpen

De vijf W's en een H vormen een basis voor alle vormen van project management. Het is een simpel instrument dat je helpt om te blijven bedenken wat de meest belangrijke vragen zijn, die je moet stellen als je een project begint.

Het beantwoorden van deze simpele vragen/woorden zorgen voor een sterk fundament van je bedrijfsidee

In de journalistiek wordt een verhaal pas als volledig beschouwd, wanneer de volgende 6 vragen zijn beantwoord.



De vijf W's en een H

- **Wie** betreft het ?
- **Wat** is er gebeurd ?
- **Wanneer** gebeurde het ?
- **Waar** is het gebeurd ?
- **Waarom** is het gebeurd ?
- **Hoe** is het gebeurd ?

Vanzelfsprekend kan iedere vraag in een andere situatie verschillend worden geformuleerd of herhaald worden.



De vijf W's en een H

Hieronder een voorbeeld van het meerdere keren gebruiken van de Wat vraag:

- Wat is mijn project? Wat is de toegevoegde waarde van mijn project? Wat zijn de sterke punten van mijn project. Wat zijn de zwakke punten?....

Een voorbeeld van waarom:

- Waarom zouden klanten mijn product willen kopen? Waarom denk ik dat het een toegevoegde waarde heeft t.o.v. de concurrent? Waarom heeft de concurrent niet dezelfde toegevoegde waarde?

Met 6 vragende woorden kan je duizenden vragen stellen om je bedrijfsidee duidelijker en helder te maken.



- What**
- Who**
- Why**
- Where**
- When**
- How**



- Competences
- Means (€, equipment...)
- Customers
- Needs
- Human Resources
- Goals
- Desires
- Obstacles
- Added-value
- Expectations
- Threats
- Organization
- Competitors
- Strengths
- Weaknesses
- Constraints
- Opportunities
- Place
- Regulations
- Context
- Evolutions
- Prices
- Values
- Supply
- Promotion
- Products & services
- Qualifications
- Trade conditions
- Time
- AND MANY MORE**

Typische WAT vragen

- Wat zijn mijn sterke punten? Wat zijn de sterke punten van mijn concurrenten?
- Wat zijn mijn zwakke punten? En die van mijn concurrenten?
- Wat is de toegevoegde waarde van mijn product/dienst? En die van mijn concurrenten?
- Wat zijn mijn persoonlijke - en mijn bedrijfs doelen ?
- Wat zijn mijn vaardigheden en drijfveren?
- Wat zijn de consumptie gewoontes, noden en verwachtingen van mijn klanten?
- Wat zijn de kenmerken van mijn product/dienst?
- Wat is de ethiek binnen mijn bedrijfstak?



Typische WIE vragen

- Wie zijn mijn concurrenten?
- Wie zijn mijn klanten?
- Wie zijn mijn leveranciers/verstrekkers?
- Wie zijn mijn onderaannemers?
- Wie zijn mijn medewerkers?
- Wie zijn mijn collega's?
- Wie zijn mijn maatschappelijke partners?



Typische WAAROM vragen

- Waarom besluit ik dit bedrijf te starten?
- Waarom zouden mensen mijn product/dienst willen kopen?
- Waarom is mijn product/dienst anders dan die van mijn concurrenten ?
- Waarom stemt mijn ethiek overeen met de verwachtingen van mijn klanten ?
- Waarom zijn mijn capaciteiten, sterke punten en drijfveren sterk genoeg om een bedrijf te leiden?
- Waarom is mijn aanbod concurrerend?
- Waarom is mijn marketing strategie passend in mijn bedrijfstak?



Typische WAAR vragen

- Waar koop ik mijn producten/diensten in?
- Waar verkoop ik mijn product/dienst?
- Waar prijs ik mijn bedrijf aan?
- Waar ga ik mijn producten opslaan?



Typische WANNEER vragen

- Wanneer ga ik mijn grondstoffen inkopen (frequent of niet)?
- Wanneer ga in mijn product/dienst verkopen (seizoen, openingstijden) ?
- Wanneer ga ik mijn produkt aanprijzen/promoten?



Typische HOE vragen

- Hoe is de organisatie van mensen geregeld?
- Hoe is de goederenstroom van mijn producten gepland?
- Hoe is mijn promotiecampagne gepland?
- Hoe ziet mijn omzet ontwikkelingsplan eruit?
- Hoe zijn mijn producten/diensten geprijsd?
- Hoe bereik ik mijn klanten?



De vijf W's en een H

In de bijlage

“HoS_TU_BUSINESS_03_Clarification_of_the_idea_annex_01”
vind je een voorbeeld van het aanscherpen van een SHAFE
bedrijfsplan met gebruik van de de vijf W's en een H.

Dat voorbeeld is natuurlijk niet precies passend. We nodigen je
uit om dit voorbeeld verder te verdiepen en concreet te
maken.





Wist je dat ?

Er wordt niet van je verwacht om alle vragen te beantwoorden.

Het belangrijkste doel van deze oefening is niet om alle vragen precies te beantwoorden, maar om zoveel mogelijk vragen te stellen die je helpen om je horizon te verbreden bij het kijken naar je bedrijfsplan.

Samenvatting van het hoofdstuk

1

Het beantwoorden van deze simpele vragen, geeft je een solide basis voor je bedrijfsidee.

2

Het bedenken van zoveel mogelijk vragen verbreed je horizon en is de beste manier om je idee aan te scherpen.

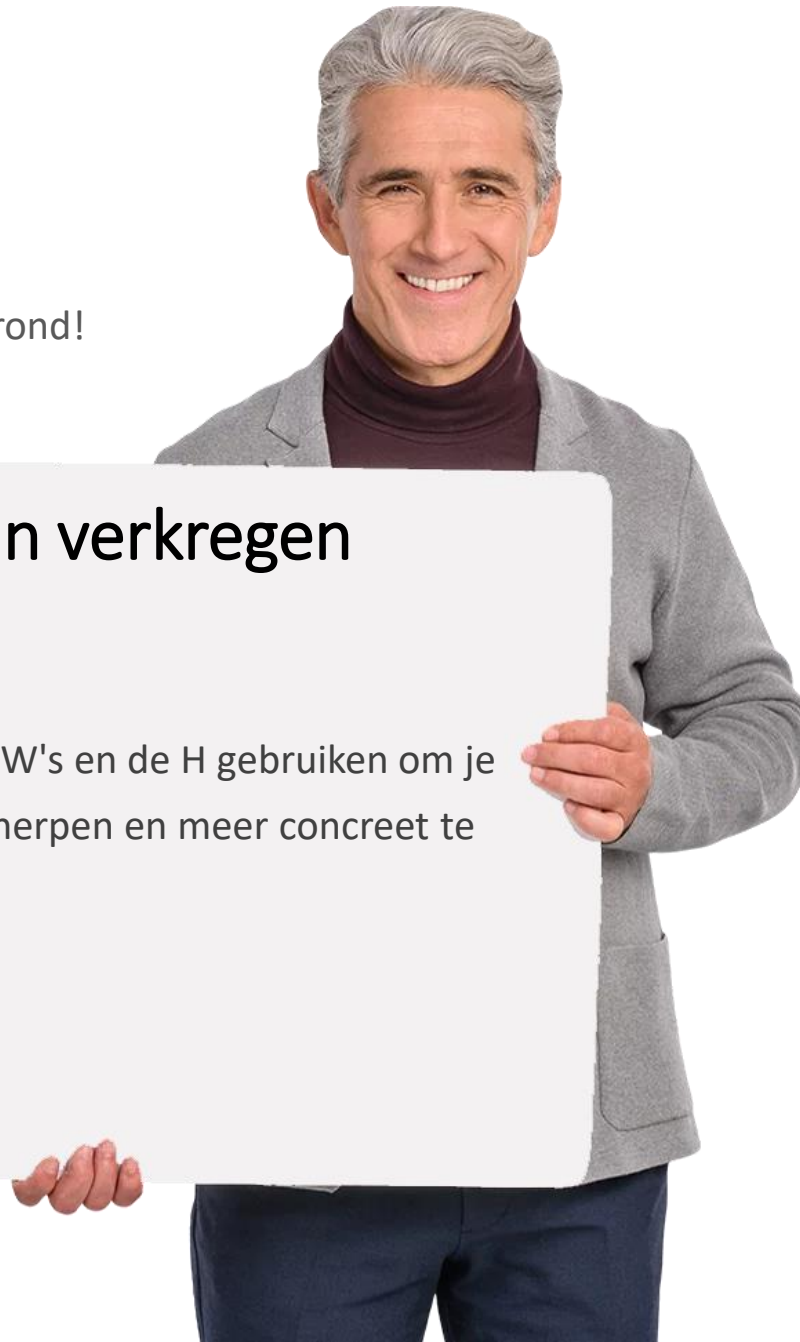
Hoofdstuk voltooid!

Gefeliciteerd! Je hebt dit hoofdstuk met succes afgerond!

Samenvatting van verkregen vaardigheden

1

Je kunt de vijf W's en de H gebruiken om je idee aan te scherpen en meer concreet te maken.



Wat is de volgende stap ?

Nu kan je dit hoofdstuk herhalen of ons studie advies volgen. Klik op een van de onderstaande knoppen:

Herhaal

Volgende





BUSINESS | MODULE 3 | Hoofdstuk 3

Aanscherpen door middel van categoriseren

Categoriseren is een andere methode om je idee aan te scherpen die je kunt gebruiken ter aanvulling op de vijf W's en een H.

Wat kun je leren in dit hoofdstuk?

- 1 | Categorieën bepalen om verder te gaan met het aanscherpen van je bedrijf .
- 2 | Categorieën gebruiken om je bedrijfsidee verder te uit te schrijven



Aanscherpen door categoriseren

Om je bedrijfsidee aan te scherpen, kan je de vijf W's en een H gebruiken die we net besproken hebben en/of je kunt gebruik maken van de aanpak van Categoriseren.



De 8 verschillende categorieën

We kennen 8 categorieën die te maken hebben met je bedrijfsidee:

1. Jij
2. Je producten/diensten
3. Je logistieke organisatie: winkel, magazijn, medewerkers ...
4. Je klanten
5. Je concurrenten
6. Je partners: leveranciers, onderaannemers....
7. De regels en richtlijnen
8. De context: politiek, sociaal, technologisch, economisch, geografisch.

Koppelwoorden

Van sheet 36 tot 43, vindt je verschillende woorden met bullets.

Zoals je gedaan hebt in sheet 19, is het doel om een relatie te leggen tussen het gele woord en de woorden met de bullets.

Bijvoorbeeld, in slide 36 is het gele woord JIJ. Enkele van de woorden met bullets die hieraan gerelateerd zijn: Vaardigheden, doelen of behoeften.

Je doel is om het woord JIJ te koppelen aan deze "bulletwoorden" om je idee aan te scherpen. Y

Bijvoorbeeld, je koppelt met vaardigheden = "Wat zijn je vaardigheden?" Of je koppelt met behoeften= "Wat zijn je behoeften?"

Wanneer we een **voorbeeld** nemen met sheet 37, Producten & diensten, gekoppeld met "Toegevoegde Waarde" = " Wat is de toegevoegde waarde van je producten/diensten?" of Wat is de toegevoegde waarde van de producten/diensten van je concurrenten?"

Enzovoort.

Woorden die gewoonlijk geassocieerd worden met **JIJ**

- Vaardigheden
- Drijfveren
- Persoonlijke beperkingen
- Doelen
- Behoeften
- Wensen
- Netwerk
- Kwalificaties
- Ervaringen
- Waarden en normen



Woorden die gewoonlijk geassocieerd worden met **producten & diensten**

- Specifieke kenmerken
- Toegevoegde waarde
- Prijzen
- Kosten
- Kwaliteit
- Hoeveeheid
- Leveringsstrategie
- Verkoopstrategie
- Promotiestrategie



Woorden die gewoonlijk geassocieerd worden met **logistiek & organisatie**

- Leveringsstrategie
- Opslag
- Werknemersbeleid
- Inkoop-beleid
- Huur/koop van de locatie



Woorden die gewoonlijk geassocieerd worden met **klanten**

- Verwachtingen
- Behoeften
- Gewoonten Customs/habits
- Beperkingen
- Koopkracht
- Gemiddelde uitgave per klant A
- Frequentie van uitgeven/kopen
- Profiel: leeftijd, geslacht, maatschappelijk niveau



Woorden die gewoonlijk geassocieerd worden met concurrenten

- Specifieke kenmerken
- Toegevoegde waarde
- Prijzen
- Kosten
- Kwaliteit
- Hoeveelheid (productie/verkopen per week/maand/jaar)
- Leveringsstrategie
- Verkoopstrategie
- Reclamestrategie
- Waarden en normen



Woorden die gewoonlijk geassocieerd worden met **partners**

- Specifieke kenmerken
- Toegevoegde waarde
- Prijzen
- Kosten
- Kwaliteit
- Hoeveelheid
- Toeleveringsbeleid
- Verkoop-beleid
- Belang om met jou samen te werken (doorverwijzers)



Woorden gewoonlijk geassocieerd met richtlijnen en regels

- Hygiëne regels
- Regels voor toegankelijkheid
- Regels voor veiligheid
- Brandpreventie en evacuatie richtlijnen
- Diploma/certificaat vereist
- Vereiste vergunningen



POLICIES

Lorem ipsum dolor sit amet, te pri facete nostrud, et eum
iriure option numquam. Eu vix populo efficiendi.

Woorden gewoonlijk geassocieerd met de **context**

- Politieke oriëntatie (positief ten opzichte van jouw activiteit/bedrijfstak ?)
- Technologische ontwikkeling (risico van vervanging door nieuwere producten? Inverstering voor aanpassing nodig?)
- Sociaal-economische kenmerken (bv het percentage werkloosheid?)
- Demografische veranderingen (bv, bevolkingsdaling? Vergrijzing?)



Samenvatting van het hoofdstuk

1

Er zijn 8 verschillende categorieën waar je aan kunt werken om je bedrijfsplan verder uit te werken

Hoofdstuk voltooid!

Gefeliciteerd! Je hebt dit hoofdstuk met succes afgerond!

Samenvatting van verkregen vaardigheden

1

Je bent in staat om de categorieën te gebruiken om je idee duidelijker en meer concreet te maken



Wat is de volgende stap?

Nu kan je dit hoofdstuk herhalen of ons studie advies volgen. Klik op een van de onderstaande knoppen:

Herhaal

Volgende





Een mind map gebruiken

Een mind map is een visueel middel dat je kan helpen om je bedrijfsidee in meer detail/concreter vorm te geven. In dit hoofdstuk leer je hoe je het kunt gebruiken.

Wat kun je leren in dit hoofdstuk?

- 1 Wat is een mind map.
- 2 Hoe gebruik je het om je bedrijfsidee vorm te geven



Het gebruiken van een mind map

Wanneer je de 5 W's en een H methode, de categoriseer-methode of beide hebt gebruikt, heb je nu waarschijnlijk genoeg onderdelen verzameld om te beginnen met het verder aanscherpen van je project.

Je hebt een laptop, een tekstverwerkingsprogramma, Post-it blaadjes of wat dan ook gebruikt.

Desalniettemin, er is een interessant middel dat je zeker zal helpen: de mind map.



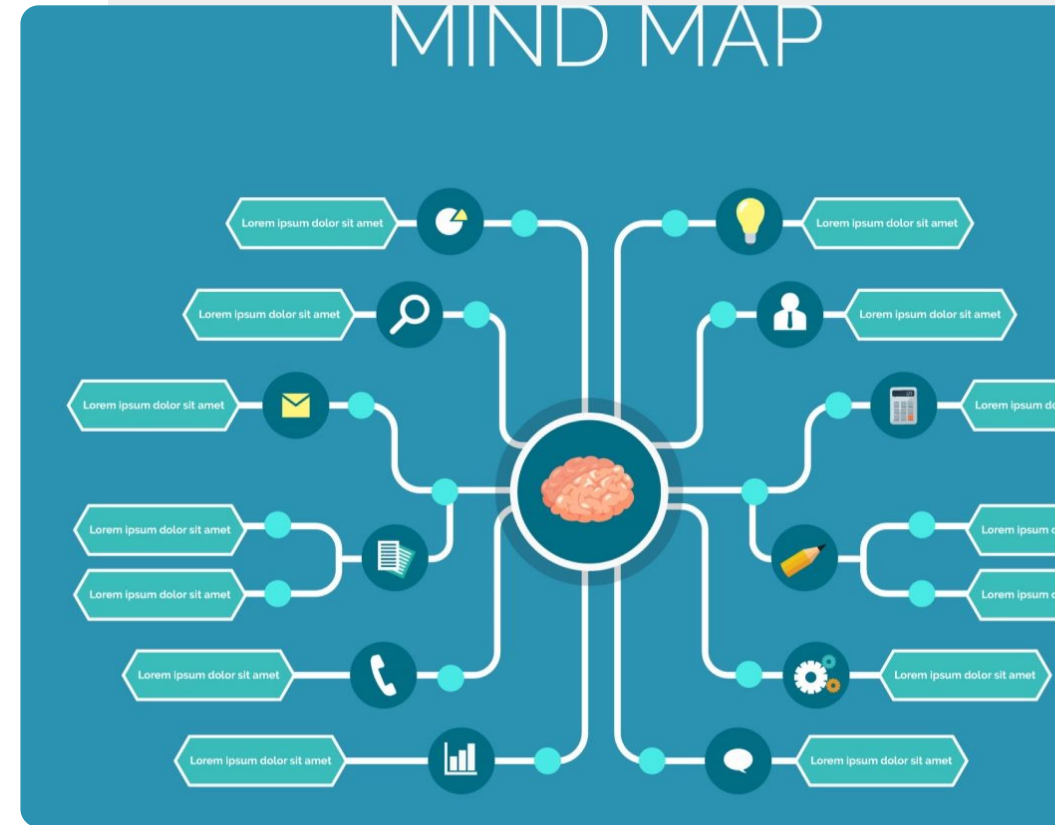
Wat is een mind map?

Een mind map is een schema waarin informatie visueel gepresenteerd wordt als takken die beginnen bij een centraal idee.

In feite, bij het visualiseren, kan een mind map je in staat stellen om complexe ideeën in één oogopslag te overzien. ,

Mind maps zien eruit als bomen:

- Het centrale idee/onderwerp: = De kruin
- Hoofdzaken/ideeen = Dikke takken
- Bijzaken/onderwerpen = Uitlopers/kleinere takken



Hoe bouw je een mind map?

Hier is een eenvoudige manier om een mind map te bouwen :

- De start is een centrale cirkel met daarin je basisidee, dat de naam van het basisidee of een afbeelding dat het basisidee weergeeft kan zijn.
- Verbind je andere ideeën met de centrale cirkel waarbij je verschillende kleuren gebruikt. Je andere ideeën kunnen uitgebeeld worden met plaatjes, steekwoorden, symbolen of wat er ook in je opkomt.
- Verbind afgeleide ideeën met de andere ideeën op dezelfde manier waarom je de andere ideeën met je basisidee in de centrale cirkel hebt verbonden. Enzovoort..



Het gebruik van een mind map

In de bijlage

“HoS_TU_BUSINESS_03_Clarification_of_the_idea_annex_02”
delen we een mind map model met je om je bedrijfsidee verder
aan te scherpen

Je kunt het model bekijken (PDF versie) en natuurlijk aanpassen
(DOC versie) aan je eigen ideeën en persoonlijke voorkeur.

Als je geïnteresseerd bent in het middel, kan je het programma
XMind gratis downloaden met deze link :

<https://www.xmind.net/download/>.

Na downloaden, kan je het
bestand “HoS_TU_BUSINESS_03_Clarification_of_the_idea_anne
x_02” openen en aanpassen of een nieuw model maken



Kijk mind map
model (X-MIND)

Download mind
map model (X-
Mind)

Verduidelijken van
het idee EN (DoC)

Download XMind
software

Samenvatting van het hoofdstuk

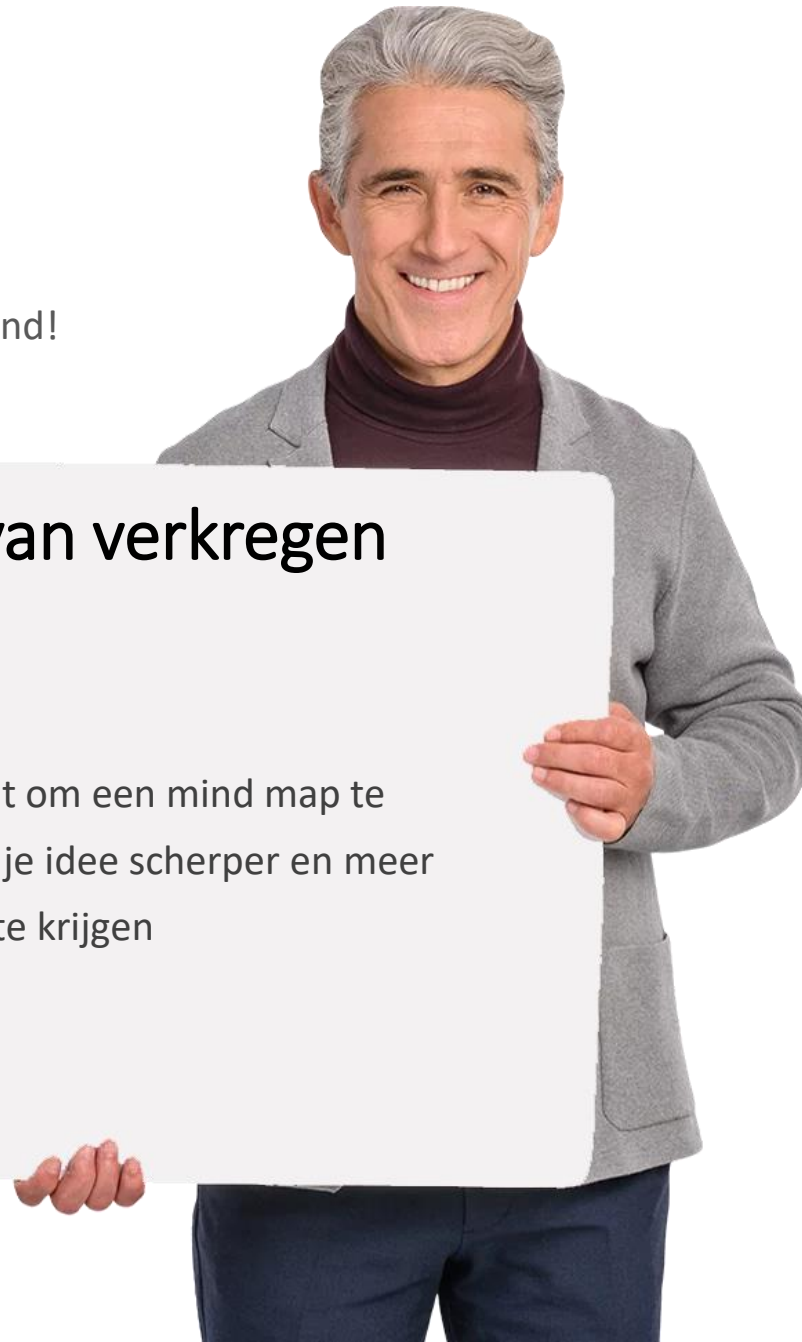
- 1** Een mind map is een diagram waarin informatie visueel wordt gepresenteerd als takken vanuit een centraal idee.
- 2** Het gebruik van een mind map helpt je om je bedrijfsidee in beeld te krijgen/te visualiseren.

Hoofdstuk voltooid!

Gefeliciteerd! Je hebt dit hoofdstuk succesvol afgerond!

Samenvatting van verkregen vaardigheden

- 1** Je bent in staat om een mind map te gebruiken om je idee scherper en meer gedetailleerd te krijgen



Wat is de volgende stap?

Nu kan je dit hoofdstuk herhalen of ons studie advies volgen. Klik op een van de onderstaande knoppen:

[Herhaal](#)

[Volgende](#)





MODULE 3

Hoofdstuk 5

Je bedrijfsidee verkopen

Je verkoopverhaal, verder te noemen "pitch" is de etalage van je bedrijf. Als je partners of klanten spreekt, kunnen er veel kansen ontstaan als je een heldere pitch cq een goed verkoopverhaal hebt.

Wat kun je leren in dit hoofdstuk?

- 1 | Hoe je je bedrijfsidee moet pitchen



Je bedrijfsidee presenteren

Een bankier ontmoeten, een accountant, een leverancier, een verhuurder of gewoon een potentiële klant.

Zelfs voordat je je eerste verkopen hebt gedaan, zullen er zich veel kansen voordoen om over je bedrijfsidee te praten.

De wijze waarop je hierover praat, kan de toekomst van je project bepalen

Laten we de grondbeginselen leren hoe je je bedrijfsidee moet presenteren.



Je bedrijf presenteren, kernpunten

- Het voorbereiden van je presentatie kost tijd en energie. Het vereist veel oefenen en aanpassen. Het vereist ook dat je voor verschillende groepen mensen oefent (vrienden, familie etc.)
- Een presentatie is nooit rigide. Afhankelijk van de fase waarin je met je bedrijf bent en de persoon waar je mee praat, moet je in staat zijn om je verhaal aan te passen. Maak je presentatie passend voor de omgeving en de gesprekspartner(s).
- Hou het simpel. Een van de eerste fouten is om te veel in (onnodige) details te treden. Wees kort en bondig. Als je gesprekspartner meer details wil, zal hij/zij erom vragen.
- Wees voorbereid om overal te presenteren, in iedere omgeving en met iedere interessante gesprekspartner. Mis geen kans om je bedrijfsidee te pitchen.



Het proces

1

2

3



Bedenk een pakkende slogan om je bedrijf te presenteren

Probeer een passende omgeving of mogelijkheid te creëren om je bedrijf vanzelfsprekend en verassend te introduceren. Zorg dat je het origineel en aantrekkelijk maakt.

Het proces

1

2

3



Ontwerp een persoonlijk verhaal

Maak je eigen verhaal om het ontstaan en de ontwikkeling van je bedrijfsidee te introduceren.

Aarzel niet om anecdotes te gebruiken en maak deze passend bij je eigen persoonlijkheid en het imago van je bedrijf.

Het proces

1

2

3



Leg duidelijk uit aan welke behoefte je voldoet.

Verklaar helder en concreet welke behoefte je vervult met je producten/diensten en welke problemen je ermee wilt oplossen.

Het proces

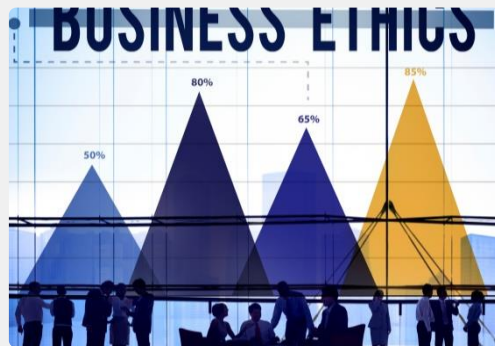
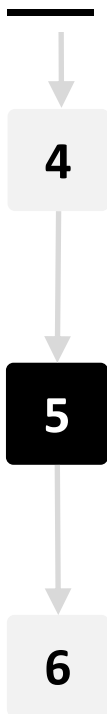


**Breng de toegevoegde waarde van je bedrijf
naar voren**

Waarom jij? Wat doe jij « beter » of tenminste anders
dan je concurrenten?

Om te overtuigen, moet je je onderscheiden van de
massa.

Het proces



Breng je waarden en normen naar voren

Breng je waarden en de betekenis van je bedrijf naar voren. Mensen zijn steeds meer en meer betrokken bij duurzame/verantwoorde consumptie; jouw waarden en normen en je bedrijfsvisie zijn bepalend bij het verleiden.

Het proces



Geef je doelen en bedoelingen aan

Wat verwacht je van de mensen waarmee je praat.
Wat is het doel van het gesprek?

Je moet duidelijk maken van je verwacht van je gesprekspartner. Een gesprek heeft altijd een doel.

Pitchen van je bedrijfsidee: tips

- Zorg dat je verschillende versies hebt van je pitch, afhankelijk van de situatie: <1 minuut, ~2-3 minuten and ~5 minuten.
- Vermijd vakjargon en complexe termen. Wees direct en concreet.
- Maak een logische opbouw (idealiter in de vorm van een verhaal) zodat je van het ene onderwerp/idee naar het volgende kunt gaan.
- Zorg dat je pitch past bij jouw persoonlijkheid en waarden = vermijd een onpersoonlijk pitch.
- Wees niet streng tegen jezelf en niet te perfectionistisch. Beter een natuurlijke pitch dan een rigide opsomming.
- Bereid voor, test, evalueer en pas aan. Training is de sleutel.



Samenvatting van het hoofdstuk

1

Het voorbereiden van je pitch kost tijd en energie. Het vereist meerdere malen oefenen en aanpassen

2

Pas je pitch aan aan de situatie en de toehoorders.

3

Zorg dat je pitch past bij jouw persoonlijkheid, je sterke punten en je waarden.

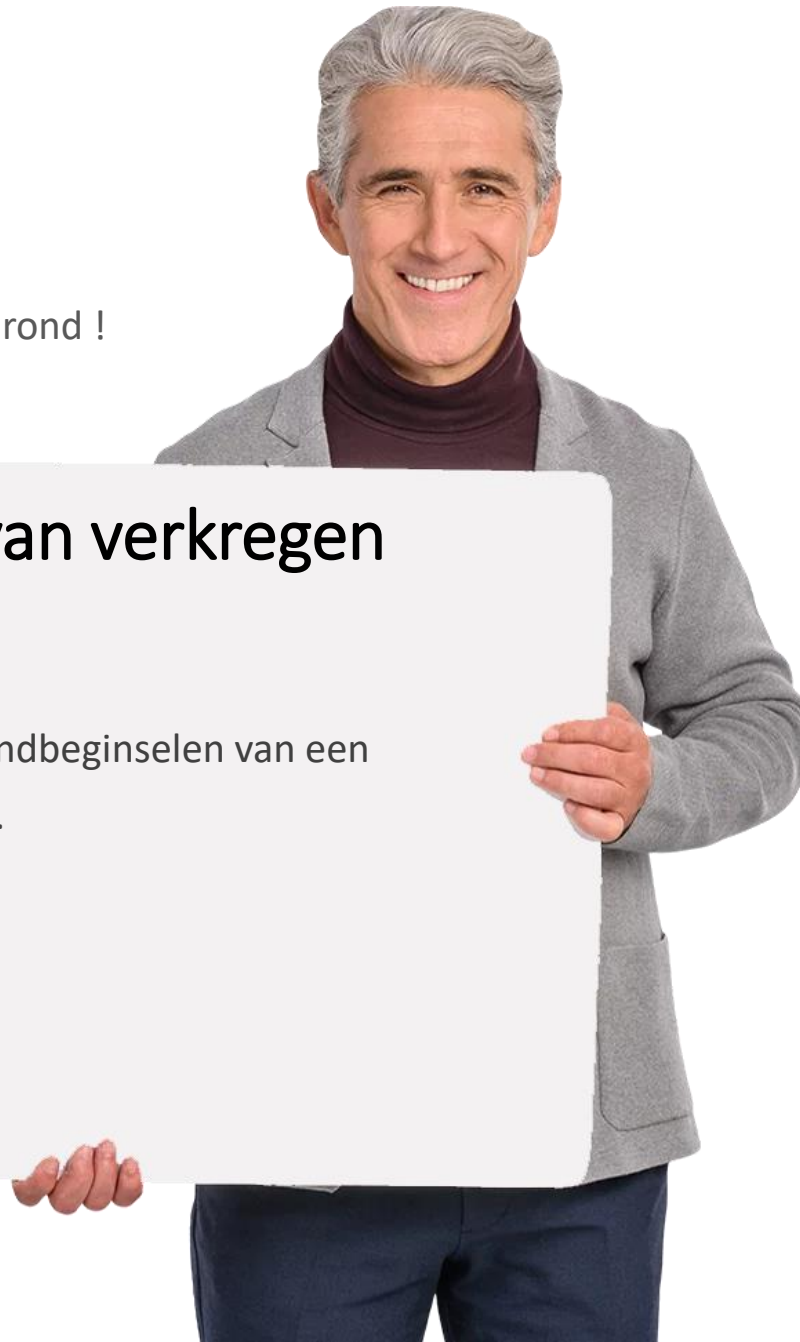
Hoofdstuk voltooid!

Gefeliciteerd! Je hebt het hoofdstuk met succes afgerond !

Samenvatting van verkregen vaardigheden

1

Je kent de grondbeginselen van een zakelijke pitch.



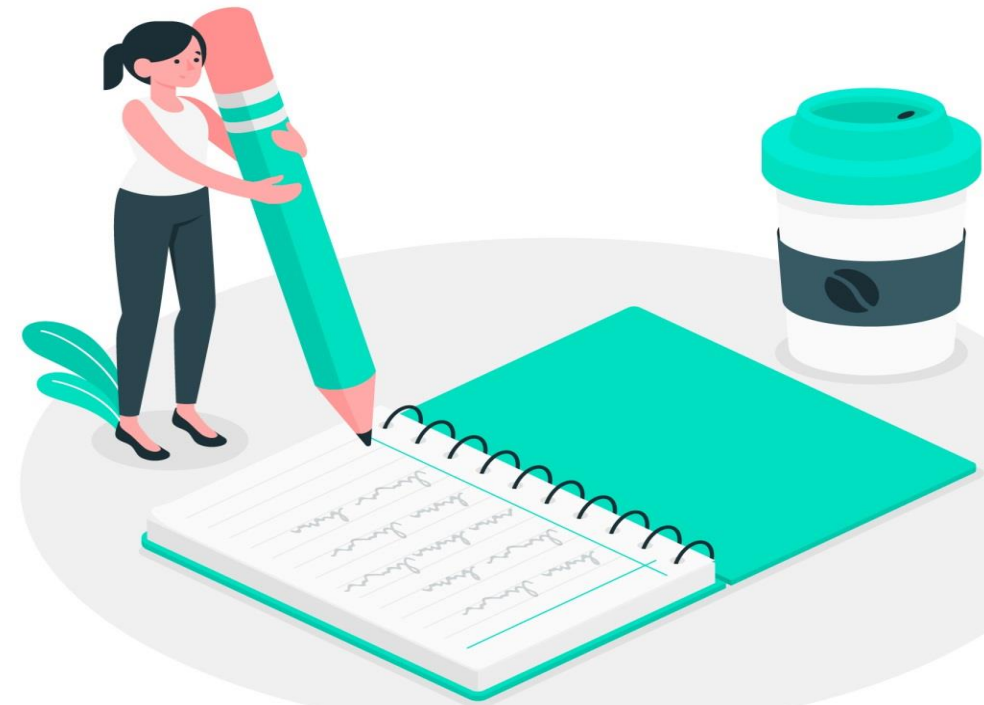
Wat is de volgende stap?

Nu kan je dit hoofdstuk herhalen of ons studie advies volgen. Klik op een van de onderstaande knoppen:

[Herstart](#)[Volgende](#)


Conclusies

- 1** Aanscherpen is het eerste bouwstuk van je bedrijf. Wat ervoor zorgt dat een eenvoudig idee een gestructureerd project wordt, is hoe goed het idee is aangescherpt.
- 2** Tijdens het proces van het beginnen van je bedrijf, zal je verschillende belanghebbenden tegenkomen, die van grote invloed kunnen zijn op je bedrijf (zoals bankiers of doorverwijzers).
- 3** Tijd besteden aan het aanscherpen van je bedrijfsidee is de beste manier om misstappen te voorkomen wanneer je bezig bent met je bedrijfsidee en de ontwikkeling daarvan.



Quiz

Click the **Quiz** button to edit this object

 **BUSINESS MODULE 3** The business creation steps

Wat is de eerste stap bij het verhelderen van een bedrijfsidee?

- Zijn in staat zo veel mogelijk vragen te stellen
- Om antwoorden te hebben op zo veel mogelijk vragen

Module voltooid!

Gefeliciteerd! Je hebt de module met succes afgerond!

Samenvatting van verkregen vaardigheden

- 1** Het kunnen gebruiken van instrumenten die je helpen om je bedrijfsidee aan te scherpen
- 2** Grondbeginselen van de pitch van het bedrijfsidee



Wat is de volgende stap?

Nu kan je deze module herhalen of ons studieadvies volgen.

Klik op een van de onderstaande knoppen:

[Herstart](#)

[Volgende](#)

