



Plannen voor je bedrijf

© 2010, Guiver Freeman Ltd

Elke business coach roept het van de daken: een ondernemingsplan is essentieel. Maar wat is een ondernemingsplan eigenlijk precies? Is dat hetzelfde als een strategisch plan of als een businessplan? In dit artikel komen al die soorten plannen aan de orde.

Een ondernemingsplan is een document waarin de bedrijfsdoelstellingen staan en waarom de onderneming denkt dat ze haalbaar zijn, plus de globale strategie om die doelen te bereiken. Meestal staat er ook achtergrondinformatie in over de organisatie en het (management)team dat zijn best doet voor het realiseren van een en ander. In het Engels heet dat ook wel een business plan. Het doet er niet toe of het gaat om een winstgerichte onderneming of een non-profitorganisatie. Beide doen er verstandig aan om een ondernemingsplan te maken. De bedrijven richten zich natuurlijk vooral (maar niet per se uitsluitend) op financiële doelen. De non-profit en de overheid richten zich meestal vooral op doelstellingen in hun dienstverlening.

Marketingplan

Ondernemingsplannen kunnen ook doelen bevatten die gericht zijn op verandering in de perceptie en in de merkbeleving door de klant, de belastingbetaler of de maatschappij. Als dat de belangrijkste doelen zijn die zijn beschreven, hebben we het trouwens meer over een marketingplan dan over een ondernemingsplan.

Ondernemingsplan

Een ondernemingsplan kan intern of extern gericht zijn.

Een plan dat extern gericht is bevat vooral doelstellingen die van belang zijn voor externe belanghebbenden, en dan vooral de financiële belanghebbenden, dus de kapitaalverstrekkers: aandeelhouders en/of banken. Die partijen willen graag veel details weten over de organisatie en de directie of het managementteam. Maar ook de klanten horen tot de externe belanghebbenden. Voor de overheid zijn de externe belanghebbenden de belastingbetalers, overheidsinstanties op hogere niveaus en internationale verstrekkers van leningen. Denk dan aan het IMF, de Wereldbank, onderdelen van de Verenigde Naties en investeringsbanken.

In het Engels is dit een (strategic) business plan. Maar de term business plan kan ook slaan op de soorten plannen die hieronder worden beschreven.

Strategisch plan

Een intern gericht ondernemingsplan wordt ook wel het strategische plan van de organisatie genoemd. Het bevat meestal doelstellingen op middellange termijn, die gehaald moeten worden op weg naar de externe doelstellingen, waarbij slechts in grote lijnen wordt aangegeven hoe dat gedaan zal worden.

Dan betreft het bijvoorbeeld de ontwikkeling van nieuwe producten, diensten, IT-systemen, of de renovatie van een fabriek of een reorganisatie.

Bedrijfsjaarplan of activiteitenplan

Zodra de details van de strategische plannen worden uitgewerkt, komen we bij het bedrijfsjaarplan: het plan waarin de ondernemingsdoelen op langere termijn, zoals ze in het ondernemingsplan staan, worden vertaald naar taken en afspraken voor de verschillende onderdelen en/of functies van de organisatie voor het lopende en/of het komende financiële jaar. Als je in Engelstalige literatuur leest over een 'one page business plan', wordt meestal zo'n bedrijfsjaarplan bedoeld.

Aan de uitvoering van een dergelijk activiteitenplan wordt vaak gewerkt met een balanced scorecard of met een lijst kritische succesfactoren, aan de hand waarvan kan worden gemeten of ook de niet-cijfermatige doelstellingen van het plan gehaald worden.

Overigens adviseer ik meestal om niet ieder jaar een bedrijfsjaarplan te maken, maar om een meerjarenactiviteitenplan op te zetten. Daarmee wordt de continuïteit sterker ondersteund.

Een dergelijk plan kan in grotere organisaties ook goed 'vertaald' worden naar plannen per divisie of afdeling, en dan zelfs nog eens naar functionarissen.

Projectplannen

De laatste soort plannen die we hier bespreken zijn de projectplannen. Een projectplan valt wel te definiëren als een ondernemingsplan voor een bepaald project. In een projectplan vindt u de uitgebreide beschrijving van het waarom van het project, de doelen en de gewenste resultaten. De hele 'strategie' wordt erin uitgezet: hoe en wanneer de resultaten bereikt gaan worden, wie erbij betrokken zijn en welke middelen ervoor nodig zijn.

Plannen maken is niet genoeg

Plannen maken is nodig en het is daarbij van belang om dat grondig te doen. Het opstellen van deze plannen vergt nogal wat van de ondernemer. Die moet zichzelf wel heel goed in de spiegel aankijken en eerlijk zijn tegenover zichzelf. Juist daarom schakelen ondernemers vaak een business coach in – die houdt hen op het rechte pad en zorgt ervoor dat ze hun situatie kritisch bekijken – zowel de sterke als de minder sterke punten – en mogelijke problemen en moeilijkheden niet uit de weg gaan. Bovendien: met alleen het maken van de plannen bent u er niet. U moet ervoor zorgen dat ze niet ergens onderin een la verdwijnen, maar dat ze uitgevoerd worden.

Als u een bedrijfsadviseur inschakelt bij het opstellen van een plan, vraag dan van hem of haar om een goede implementatie ervan in uw bedrijfsprocessen mee te nemen in de planning. En laat de adviseur na een maand of zes terugkomen om met u te beoordelen hoe het staat met de implementatie. Dat kost misschien een beetje meer, maar het verzekert u er wel van dat het plan ook echt wordt uitgevoerd. U wordt er immers op afgerekend!

Het maken van ondernemersplannen is niet zo gemakkelijk als het soms lijkt. U moet er tijd en energie in steken. En het is een proces dat regelmatig moet worden herhaald. Maar een goed toegepast ondernemingsplan levert u een rendement van vele malen uw investering!

Kunt u wel wat hulp gebruiken bij een ondernemingsplan of een van de andere hier beschreven soorten plannen? Bel dan de **Business Mastercoach®** op 0611 380 349 of maak meteen een afspraak via de contactpagina op de website www.guiver-freeman.com