

Inhoud en leidraad voor je Businessplan

Voorwoord

Er is een duidelijk verschil tussen de informatie die een voorwoord verstrekt en de informatie die aangetroffen wordt in een inleiding. Het voorwoord gaat niet over de probleemstelling en de methode van onderzoek. Het is een persoonlijk getinte tekst, vandaar dat het voorwoord in de ik- of wij-vorm mag worden geschreven.

Het voorwoord behandelt:

- de geschiedenis van het onderzoek, verslag of tekst.
- dankwoord gericht tot medewerkers, bibliotheken, instituten, bedrijven en informanten die aan de totstandkoming van het onderzoek, verslag of tekst hebben meegewerkt.
- het kader waarin het onderzoek, verslag of tekst is geschreven.
- het verband met eerder verschenen of nog te verschijnen onderzoeken, verslagen of teksten.
- aanwijzingen omtrent het gebruik van het onderzoek, verslag of tekst.
- de taakverdeling die binnen een groep heeft plaatsgevonden.
- informatie over de auteurs.
- eventuele bronnen.

Het voorwoord is overigens geen verplicht onderdeel. Als geen van bovenstaande punten van toepassing is dan kan dit onderdeel achterwege gelaten worden.

Inhoudsopgave

Beknpte weergave van de hoofdstukken, zoals hieronder gegeven.

Samenvatting

Een samenvatting is een verkorte versie van het Businessplan. De bedoeling van zo'n simplificatie is om de hoofdpunten van het veel langere onderwerp uit te lichten. Men krijgt hiermee in een korte tijd de kerngedachten ervan weergegeven.

Het heeft een heldere structuur en is geschreven op een logische, chronologische en traceerbare wijze. In tegenstelling tot een resumé of een recensie, bevat een samenvatting geen interpretatie en beoordeling. Omdat samenvattingen aanmerkelijk korter dienen te zijn dan het origineel, worden minder belangrijke feiten hieruit weggelaten.

Een richtlijn om een samenvatting te schrijven is:

- Benoem de belangrijkste feiten in een chronologische volgorde
- Controleer of je samenvatting ook de originele conclusie bevat.
- Zorg ervoor dat de samenvatting de lezer voldoende enthousiast maakt

Inleiding

Een inleiding is het eerste deel van een tekst, waarin omschreven is waar de tekst over gaat.

Vaak is er in de inleiding een vooruitblik naar de inhoud van de tekst. Een inleiding is iets anders dan een voorwoord. Een voorwoord zegt niets over de inhoud van de tekst, maar verhaalt over de totstandkoming ervan, vaak in een persoonlijke vorm.

1. De vraagstelling (1,5 pagina)

Een helder omschreven doelstelling is onmisbaar voor een goed Businessplan. In deze eerste stap verken je de huidige situatie in jouw organisatie en definieer je de vraagstelling. De teksten en vragen in de kaders geven je richting.

1.1 De Organisatie waar je werkt

Beschrijf in het kort jouw organisatie en jouw afdeling. Wat doet de organisatie en hoeveel mensen werken er? Wat doet jouw afdeling en wat is jouw functie? Gebruik eventueel een organigram of een ander verduidelijkend schema (zoals de belangrijkste primaire processen), die je het beste met een verwijzing in de bijlage op kunt nemen.

1.2 Wat is de aanleiding voor dit plan

Wat is de aanleiding? Waarom heb je dit onderwerp gekozen? Aan welke symptomen (ongewenste feiten) kun je zien dat dingen niet goed gaan. Sinds wanneer? Wat zijn de gevolgen? Wat gebeurt er als dit plan niet gemaakt wordt? Beschrijf ook de gewenste situatie, dan wordt het probleem helder.

1.3 Wie gaf de opdracht

Wie is de opdrachtgever? Wat is zijn/haar relatie tot het onderwerp? Wat is zijn/haar belang?

1.4 De vraag die je wilt beantwoorden

Beschrijf eerst de hoofdvraag waarop je in dit Businessplan het antwoord wilt vinden (Wat moet er gebeuren om...). Splits deze vraag vervolgens in deelvragen waarover je meer wilt weten. (Om op deze vraag antwoord te krijgen wil ik meer weten over de volgende dingen: Hoe komt het dat...., wat kunnen we doen om te voorkomen dat.....).

1.5 Het doel wat je wilt bereiken

Beschrijf de probleemstelling of de kans voor het Businessplan (Er is een probleem en de gevolgen daarvan zijn...of Ik zie de volgende kansen en wel daarom).

Geef een beschrijving van de gewenste effecten die het Businessplan moet opleveren. (Als ik de vraagstelling heb beantwoord en het probleem heb opgelost, wil ik het volgende effect bereikt hebben.....). Formuleer deze doelstelling volgens de SMART-criteria.

1.6 Randvoorwaarden

Noteer hier de extra voorwaarden waaraan moet worden voldoen alvorens het eigenlijke doel te bereiken. Denk aan budget, lopende zaken niet verstoren enz.

1.7 Persoonlijke doelen

Wat is je persoonlijke betrokkenheid bij het onderwerp. Waarom is het voor jou zinvol om hier aan te werken? Welke persoonlijke doelen wil je bereiken bij de uitvoering van dit Businessplan. Beschrijf deze persoonlijke doelen volgens de SMART-criteria!

2. De analyse (2 pagina's)

Een goed Businessplan kenmerkt zich door een gedegen onderzoek van het hoe en waarom van een gewenste verandering. Zo voorkom je dat je straks een plan oplevert dat in de kast verdwijnt, omdat de organisatie er niets aan heeft. Je creëert pas meerwaarde voor de organisatie door je te verdiepen in de huidige situatie en knelpunten en achterliggende oorzaken naar boven te halen. In deze tweede stap analyseer je de kenmerken en achtergronden van je onderwerp.

2.1 Gegevensverzameling

Beschrijf welke gegevens je hebt verzameld en welke methode(n) je gebruikt hebt om een antwoord te krijgen op de deelvragen in hoofdstuk 1.

2.2 De theorie praktisch getoetst

Analyseer het onderwerp met de theorie die is aangereikt in de bijeenkomsten en in de literatuur bij de module. Wat zegt de theorie over dit probleem? Wat leer je van het kijken naar de praktijk door de brillen van de verschillende theorieën/modellen? Gebruik de deelvragen uit hoofdstuk 1 als kapstok voor het vinden van bruikbare opvattingen, theorie, modellen en/of checklisten. Neem minimaal twee theorieën, modellen en/of checklisten die je van pas komen bij het verzamelen van de juiste gegevens.

Zoek op internet, in vakbladen en in andere informatiebronnen naar informatie die voor jouw Businessplan relevant is. Verwijs daarbij naar de bronnen waar je deze informatie hebt gevonden (auteur, titel van boek/artikel, datum, paginanummer, URL) ?

2.3 Benchmarking

Vergelijk hier de prestaties en werkwijzen van jouw bedrijf, de eigen organisatie, met die van leidende concurrenten en/of met die van toonaangevende organisaties in andere bedrijfstakken. Dit in het kader van de probleemstelling of het doel dat je wilt bereiken. Het gaat hier om vergelijking met bedrijven die op de te vergelijken aspecten beter presteren.

2.4 Conclusie

Maak een heldere analyse op basis van theorie en de verzamelde gegevens. Wat zijn knelpunten in de huidige situatie en wat zijn achterliggende oorzaken? Wat zijn juist sterke punten? Wat zijn de grootste risico's van de huidige situatie? Indien van toepassing: wat zijn kansen en bedreigingen in de externe omgeving van de organisatie/afdeling?

Trek op basis van deze analyse heldere en logische conclusies en onderbouw deze. Hoe ben je tot deze conclusie gekomen? Maak daarbij een onderscheid tussen hoofdzaken en bijzaken. Welke nieuwe inzichten en aanknopingspunten heeft de analyse opgeleverd die bijdragen aan het beantwoorden van de vraagstelling in hoofdstuk 1?

3. Scenario's, keuzes en doelstellingen (2 pagina's)

De vorige stap heeft je veel informatie opgeleverd over knelpunten, achterliggende oorzaken en de noodzaak van verandering. In deze stap presenteert je een strategie (je aanpak) waarmee je het gewenste resultaat in je organisatie wilt realiseren.

3.1 Scenario's

Beschrijf mogelijke oplossingen, ideeën en weeg deze tegen elkaar af. Welke alternatieven/oplossingen vallen af en waarom? Maak deze afweging zo objectief mogelijk door te werken met een beslissingsmatrix (zie ook het boek Daadkrachtig verbeteren).

3.2 Oplossingsstrategie

Maak een keuze voor een bepaalde oplossingsrichting en beschrijf deze strategie: hoe wordt het probleem of de kans aangepakt? Onderbouw deze aanpak met de theorie die je in paragraaf 2.2 hebt uitgediept. Welke opvattingen, theorieën en modellen zijn bruikbaar bij deze aanpak?

3.3 Bijdrage aan de doelstelling

Geef aan op welke wijze de gekozen oplossingsstrategie bijdraagt aan het realiseren van de doelstelling van het Businessplan. Stel je doelstellingen uit hoofdstuk 1 waarnodig in overleg met je opdrachtgever bij. Formuleer, op basis van de consequenties van deze aanpak voor de praktijk, subdoelen (volgens de SMART-criteria.).

4. Implementatie (2 pagina's)

Hoe ga je er voor zorgen dat je doelen daadwerkelijk bereikt worden? In deze stap werk je de doelen uit in een concreet actieplan. Het actieplan omvat een overzicht van alle activiteiten binnen een bepaalde periode, die er genomen moeten worden om de doelen te bereiken. Het is een soort draaiboek waar alles in staat over 'wie doet wat en wanneer'. Het plan kan ook gebruikt om de geplande activiteiten te controleren en eventueel bij te sturen.

4.1 Resultaat

Beschrijf in één of enkele zinnen wat het resultaat is dat je met de uitvoering wilt bereiken. Beschrijf ook tussenresultaten (wat ga je tussendoor opleveren, wat zijn mijlpalen?).

4.2 Actoren

Beschrijf wie er verder betrokken is bij de uitvoering van het Businessplan en wat hun rol en invloed is. Bekijk dit krachtenveld goed en achterhaal wie er de meeste invloed heeft op de uitvoering van je plan. Doorzie ook de relaties onderling tussen de actoren.

4.3 Activiteiten en planning

Maak aan hand van je eindresultaat en tussenresultaten een planning van de activiteiten. Probeer daarin een logische ordening aan te brengen. Geef per activiteit de doorlooptijd en de deadline aan. En geef aan wie voor welke activiteit verantwoordelijk is c.q. wie welk actiepunt gaat uitvoeren.

4.4 Grenzen

Beschrijf hier de activiteiten, die binnen de realisatie van het plan vallen en welke er buiten vallen.

4.5 Randvoorwaarden m.b.t. de uitvoering van je plan

Aan welke extra voorwaarden moet worden voldaan m.b.t. de implementatie? Denk aan middelen die er nodig zijn om dit plan te realiseren (bijvoorbeeld methoden, technieken, systemen, menskracht). Geef ook aan, indien relevant, of er voor het realiseren van je plan een aparte organisatie in het leven moet worden geroepen.

4.6 Kosten en baten

Geef een overzicht van de investeringen van je plan (kosten, capaciteit, etc.). Probeer ook de opbrengsten/voordelen van het plan duidelijk te maken. Wat gaat de uitvoering van het plan de organisatie concreet opleveren? Kun je dit kwantificeren (in getallen uitdrukken)? Licht de haalbaarheid van je plan toe. Wat zijn mogelijke knelpunten (risico's)? Hoe wil je deze voorkomen? Is er een mogelijkheid om de dingen uit te proberen, te experimenteren, etc. Geef ook een beschrijving van de concrete randvoorwaarden die essentieel zijn voor de realisatie van het Businessplan.

5. Verkopen en borging van het plan (1,5 pagina's)

Voor de realisatie van je plan is het belangrijk dat je de organisatie weet te overtuigen van de meerwaarde ervan. In deze stap sta je daarom stil bij de wijze waarop je de organisatie betrekt bij je plan. Ook denk je na over het managen en evalueren van je plan.

5.1 Draagvlak

Beschrijf op welke manier je draagvlak gaat creëren of hebt gecreëerd voor je plan. Wie betrek je bij (de uitvoering van) het plan en waarom? Hoe informeer je de betrokkenen?

5.2 Kwaliteitsborging

Geef aan hoe je je plan gaat monitoren en je ervoor zorgt dat (tussen)resultaten van voldoende kwaliteit zijn. Hoe meet je dit en welke acties onderneem je als je moet bijsturen?

5.3 Evalueren

Evalueren is terugkijken op het proces van uitvoering en de resultaten die behaald zijn. Geef aan op welke wijze je het proces en de resultaten gaat evalueren. Hoe meet je of de doelstellingen die je in hoofdstuk 1 geformuleerd hebt, ook daadwerkelijk bereikt zijn?

5.4 Verslag presentatie

Doe kort verslag van de (eind)presentatie van je Businessplan in jouw organisatie. De volgende vragen zijn richtinggevend:

- Voor wie heb je je presentatie gegeven?
- Op welke wijze?
- Verliep de presentatie zoals gepland?
- Heb je de toehoorders overtuigd van de meerwaarde van jouw Businessplan?
- Zijn er dingen die je bij een volgende presentatie anders wilt aanpakken?
- Heb je de Businessplan op basis van de reacties bijgesteld?
- Zo ja, op welke punten?
- Zo nee, waarom niet?

Licht de antwoorden toe.

6. Reflectie (0,5 pagina)

Tijdens het werken aan het Businessplan doe je allerlei leerervaringen op. Sommige dingen vallen mee, andere dingen vallen je tegen en achteraf had je wellicht een aantal zaken anders aangepakt. In deze laatste stap reflecteer je daarom op je eigen leerproces. Schrijf een reflectieverslag van maximaal een half A4 waarin je aandacht besteedt aan onderstaande aandachtspunten: Probeer zoveel mogelijk een lopend verhaal te maken.

De volgende aandachtspunten geven richting:

- Reflecteer op het leerproces dat je tijdens het maken van het Businessplan hebt doorgemaakt:
 - Wat was de situatie?
 - Wat was je rol (je taak en je acties) hierin?
 - Wat leverde dit op (wat was het resultaat)?
 - Wat had je achteraf anders willen doen?
 - Welke leerpunten neem je mee voor een volgende Businessplan?
- Geef aan in hoeverre het werken aan het Businessplan heeft bijgedragen aan je persoonlijke leerdoelen:
 - Wat het je gedaan om je leerdoelen te bereiken?-
 - Welke persoonlijke leerdoelen heb je bereikt?
 - Welke nieuwe dingen heb je geleerd?
 - Aan welke persoonlijke leerdoelen ben je niet toegekomen? Waarom niet?
 - Welke persoonlijke leerdoelen neem je mee naar een volgend Businessplan?
- Geef aan hoe je feedback uit de organisatie hebt gebruikt:
 - Wat is de belangrijkste feedback die je van je mentor en/of opdrachtgever hebt gekregen?
 - Wat is de belangrijkste feedback die je naar aanleiding van je presentatie in de organisatie hebt gekregen?
 - Herken je je in deze feedback?
 - Welke voornemens neem je mee naar een volgende Businessplan?

Bijlagen (maximaal 3 pagina's)

Bijlagen

- Bijlage 1 Literatuurlijst/bronvermelding
- Overige bijlagen
(Naar behoefte kun je andere bijlagen toevoegen. Je mag maximaal 3 bijlagen toevoegen, en het totale aantal pagina's van de bijlagen is 6).

(Bron: Wikipedia, ISBW, <http://www.encyclo.nl>)