



**Opleiding  
Good Food  
Ondernemer**

**Module 10  
Financieel plan  
(deel 2)**



**GoodFood**

MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER  
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN

.brussels 

# INLEIDING

# INTRO (I) - WERKKADER

Hier en nu aanwezig zijn

Spreeken als « ik »

Geen vergelijking, geen oordeel

Vertrouwen in mezelf en in anderen

Vertrouwelijkheid en discretie

Wil u hier iets aan toevoegen?

# INTRO (II) - VRAGENRONDE

**Heeft u vragen  
over de vorige module?**

# INTRO (III) - DOELSTELLINGEN EN VERLOOP

De belangrijkste concepten van een financieel plan begrijpen

Begrijpen wat de functie is van ieder onderdeel

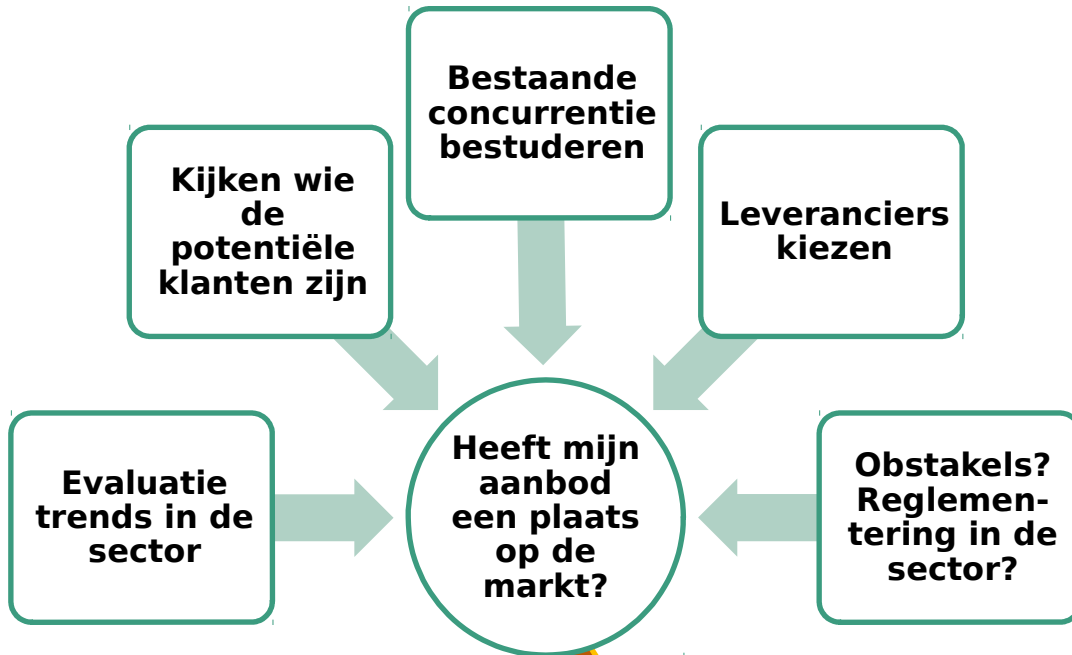
**Een complete marktstudie kunnen realiseren**

**Uw veronderstellingen omzetten in cijfers**

#Module	Datum	Titel en doelstellingen
Module 9 <b>DE VERSCHILLENDE ELEMENTEN VAN EEN FINANCIËEL PLAN</b>	23/09	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inleiding: het financieel plan</li> <li>✓ De 4 elementen van het FP</li> <li>✓ Sleutelbegrippen: rentabiliteitsdrempel, btw, sociale bijdragen, belastingsstelsel, enz.</li> </ul>
MODULE 10 <b>HOE STELT U UW FINANCIËLE PROGNOSE OP?</b>	27/09	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ De levensvatbaarheid en haalbaarheid van uw project evalueren</li> <li>✓ Analyse van de omzet en prognosemethoden</li> <li>✓ Uw financieringsbronnen in evenwicht brengen</li> </ul>
MODULE 11 <b>JURIDISCH STATUUT EN WETTELIJKE VERPLICHTINGEN</b>	30/09	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Financiële en praktische implicaties van een start als zelfstandige</li> <li>✓ Rechtsvormen in het nieuwe wetboek van vennootschappen (éénmanszaak, bvba, cv, vzw).</li> </ul>
MODULE 12 - <b>SYNTHESE EN PRAKTISCHE TOEPASSING</b>	04/10	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Omgaan met het bestand "Financieel plan" (Excel)</li> <li>✓ Toepassingen op de projecten van de deelnemers</li> <li>• Vragenronde en verduidelijking</li> </ul>

# Een FP – op maat van uw project

## Beschrijving van uw project



## Financieel plan

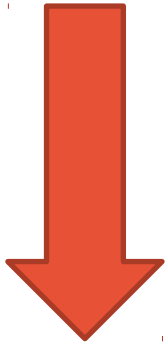


# SCHATTING VAN DE VOORZIENE OMZET



# OMZET : 3 SLEUTELBEGRIPPEN

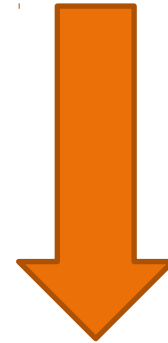
Geschatte omzet



CATEGORIEËN  
VAN  
PRODUCTEN  
OF DIENSTEN



HOEVEELHEID

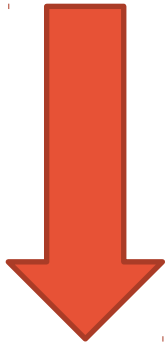


PRIJS

# OMZET : SLEUTELBEGRIPPEN

## 1) CATEGORIEËN VAN PRODUCTEN OF DIENSTEN

### WELKE MAATEENHEID?



Kies in functie van :

- Diversiteit van de activiteit (aantal producten en diensten)
- Precisie van de gegevens waarover we beschikken (test !!!)

Voeding – gebruikte categorieën:

- Individueel product
- Productcategorieën
- Gemiddelde per persoon – gemiddelde aankopen

# Omzet: sleutelbegrippen

EN U?

Wat is uw geschatte omzet?

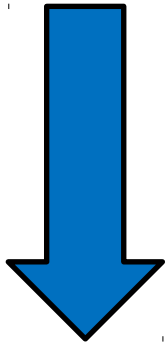
- Op basis van welke diensten?

# Omzet: sleutelbegrippen

## 2) HOEVEELHEDEN

Waar vindt u gegevens

om een realistische omzet te schatten ?



**Marktstudie**

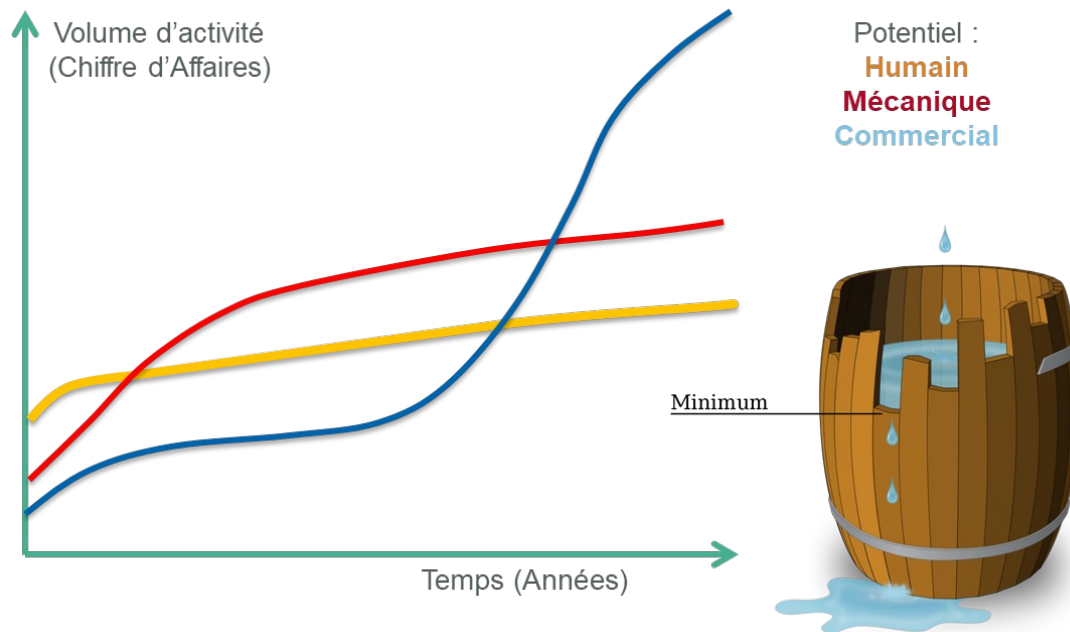
**Locatie**: Hoeveel mensen komen voorbij, en wanneer? Hoe bereikbaar is uw bedrijf?

**Test**

**Ervaring** uit het verleden (bij een heropening, verdere ontwikkeling... van een bedrijf)

# Omzet / Hoeveelheden : waarmee houdt u rekening?

- ❑ **Seizoen**: kalme maand, vakantie, enz.
- ❑ **Geleidelijke start**
- ❑ **Beperkende factoren** (lokalen, beschikbaarheid team, enz.)



# Omzet: sleutelbegrippen

EN U?

Wat is uw geschatte omzet?

- Op basis van welke hoeveelheden?

# Omzet: sleutelbegrippen

## 3) VERKOOPPRIJS



# HOE KUNT DE VERKOOPPRIJS BEPALEN?



# Hoe gaat u tewerk?

Stap 1: Bereken de prijs / de kostprijs

Stap 2: Bereken de marge

Stap 3: Bereken de verkoopprijs

Stap 4: Test dit op de markt

# 1. De kostprijs

## •• **De kostprijs**

Minimum verkoopprijs die u moet toepassen om geen verlies te lijden.

In de kostprijs  
zitten dus alle  
**kosten** van de  
**productie** en de  
**verkoop** van uw  
product of dienst.



# De kostprijs

## Hoe berekent u de kostprijs?

1) U telt alle kosten van de periode bij elkaar op

2) U deelt dit bedrag door het aantal producten dat u in die periode denkt te kunnen verkopen (of het aantal uren dat u in die periode denkt te kunnen werken)

= De kostprijs per eenheid van uw product of dienst

# Opmerkingen

- Neem een basis van **220 dagen**/jaar in plaats van 365 dagen om uw productie te schatten
- Hou rekening met de **tijd die u niet kan factureren**
- Denk aan **alle kosten** maar let er ook op dat u **niet twee keer hetzelfde bedrag** in rekening brengt!

# OEFENINGEN

Probeert u deze vragen te beantwoorden?

Een cocktailbar moet de kostprijs van een cocktail bepalen

## 1) Alle lasten bij elkaar optellen (excl. btw)

<b>Variabele kosten</b> <i>Grondstoffen 1,5 €</i> <i>Hoeveelheid = 18 dagen* 30 = 540</i>	810 €
<b>Maandelijkse vaste kosten</b>	1.500 €
<b>Gewenste verloning</b>	1.400 €
<b>Totaal maandelijks werkbudget</b>	= 3.710 €



▪

Een cocktailbar moet de kostprijs van een cocktail bepalen

## 2) Deel dit door het aantal producten

Kostprijs per eenheid = totale kosten / aantal producten

Kostprijs per eenheid = 3.710 € / 540 cocktails

**Kostprijs per eenheid = 6,87 € / cocktail (excl. btw)**

*Het aantal producten is 540 cocktails. We schatten immers dat we 30 cocktails per dag verkopen en dit 18 dagen per maand.*

▪

Een lesgeefster moet haar kostprijs bepalen

**1) Alle kosten optellen (excl. btw)**

Maandelijke vaste kosten	2.600 €
Gewenste verloning	1.800 €
Totaal maandelijks werkbudget	= 4.400 €

*Voor een dienst zijn de variabele kosten zeer laag of zelfs onbestaand.*

▪

Een lesgeefster moet haar kostprijs bepalen

## 2) Delen door het aantal gepresteerde uren

Kostprijs per eenheid = totale kosten / aantal gepresteerde uren

Kostprijs per eenheid = 4.400 € / 100 uren

**Kostprijs per eenheid = 44 € / uur (excl. btw)**

**Opgelet: dit is nog niet de verkoopprijs**

*Ze gaat ervan uit dat ze 18 dagen per maand en 8 uur per dag werkt. Omdat slechts 70% van haar tijd factureerbaar is, zijn dat 100 factureerbare uren per maand.*

Denk eraan **regelmatig deze prijs te herzien**: hij hangt immers af van elementen die in de loop van de tijd kunnen evolueren en variëren

## 2. De marge

## •• De marge

**Marge (€) = verkoopprijs – kostprijs**

De marge moet de **kosten dekken** waarmee u geen rekening zou hebben gehouden bij de kostprijsberekening en moet **zorgen voor winst** om toekomstige investeringen in uw bedrijf te financieren.

# 3. De verkoopprijs

## • De verkoopprijs

**VERKOOPPRIJS = ?**

Kostprijs					Marge
Totale aankoopkost		Commerciële kost		Administra- tieve kost	
Aankoop	Bevoorrading	Productie	Distributie	Administratie	



- **2 manieren om de verkoopprijs te bepalen**

- ✓ Op basis van de margin rate

- ✓ Op basis van de markup rate

## •• Berekening op basis van de margin rate

*Prix de vente*

*= Prix de revient + (Marge en % \* Prix de revient)*

Verkoopprijs 130 %	
Kostprijs 100 %	Marge 30 %

- **Berekenen op basis van de markup rate**

$$\text{Prix de vente} = \left( \frac{\text{Prix de revient}}{1 - \frac{\text{Taux de marque en \%}}{100}} \right)$$

<b>Verkoopprijs</b> 100 %	
Kostprijs 70 %	Marge 30 %

## EXERCICE

A vous de jouer

### •• Berekening op basis van de margin rate

#### Voorbeeld van de cocktailbar

Gewenste margin rate = 30 %

= 6,87 € + 2,06 €

***Verkoopprijs = 8,93 € per cocktail***

*Prix de vente = 6,87 € + (30% \* 6,87 €) = 6,87 € + 2,06 €*

*Prix de vente = 8,93 € par cocktail*

## EXERCICE

A vous de jouer

### •• Berekening op basis van de markup rate

#### Voorbeeld van de cocktailbar

Gewenste markup rate = 30 %

***Verkoopprijs*** = 9,81 € per cocktail

$$\text{Prix de vente} = \left( \frac{6,87 \text{ €}}{1 - \frac{30}{100}} \right) = \frac{6,87 \text{ €}}{0,7}$$

↓ *Prix de vente* = 9,81 € par cocktail

## EXERCICE

A vous de jouer

### •• Berekening op basis van de margin rate

**Voorbeeld van de lesgeefster:**

Gewenste margin rate = 50 %

= 44 € + 22 €

***Verkoopprijs = 66 € per uur***

*Prix de vente = 44 € + (50% \* 44 €) = 44 € + 22 €*

*Prix de vente = 66 € par heure*

## EXERCICE

A vous de jouer

### •• Berekening op basis van de markup rate

#### Voorbeeld van de lesgeefster

Gewenste markup rate = 50 %

*Verkoopprijs* = 88 € per uur

$$\text{Prix de vente} = \left( \frac{44 \text{ €}}{1 - \frac{50}{100}} \right) = \frac{44 \text{ €}}{0,5}$$

*Prix de vente* = 88 € par heure



Naar gelang we het hebben over de margin rate of de markup rate, zal **de verkoopprijs verschillend zijn.**

- **Weet waarover uw gesprekspartner het heeft**

*Wordt de marge toegepast op de kostprijs of op de verkoopprijs?*



## •• De verkoopprijs btw inbegrepen

*De tot nu toe berekende prijzen waren exclusief btw, maar de aan de consument aangerekende prijzen zijn inclusief btw*

## Hoe de btw toevoegen?

*Prix de vente TVAC  
= Prix de vente HTVA  
+ (Taux de TVA en % \* Prix de vente HTVA)*

## EXERCICE

A vous de jouer

### •• Berekening op basis van de margin rate

**Voorbeeld van de cocktailbar:**

= 8,93 € + 1,88 €

***Verkoopprijs inclusief btw = 10,80 € per cocktail***

*Prix de vente TVAC = 8,93 € + (21% \* 8,93 €) = 8,93 € + 1,88 €*

*Prix de vente TVAC = 10,80 € par cocktail*

**Voorbeeld van de lesgeefster:**

= 66 € + 13,86 €

***Verkoopprijs = 79,86 € per uur***

 *Prix de vente TVAC = 66 € + (21% \* 66 €) = 66 € + 13,86 €*

 **GoodFood**

*Prix de vente = 79,86 € par heure*

# Confrontatie met de markt

# De klant

## Stel vragen aan uw potentiële klanten:

- Wat is hun kennis van de op de markt gebruikelijke prijzen?
- Welke prijs verwachten ze (psychologische prijs)

☐ Marktstudie

# De klant

Voorbeeld: een nieuw cosmetisch product, dagcrème voor het gezicht. Tegen welke prijs?

We stellen 2 vragen:

1. Onder welke prijs zou u dit product niet kopen?
2. Boven welke prijs zou u dit product niet kopen?

# De klant

	Overdreven prijs			Prijs voor onvoldoende kwaliteit		
Prijs	antwoorden	% antwoorden	% gecumuleerd	antwoorden	% antwoorden	% gecumuleerd
20	0	0	0	150	37,5	100
21	0	0	0	100	25	62,5
22	10	2,5	2,5	60	15	37,5
23	20	5	7,5	45	11,25	22,5
24	30	7,5	15	20	5	11,25
25	40	10	25	15	3,75	6,25
26	80	20	45	10	2,5	2,5
27	100	25	70	0	0	0
28	100	25	95	0	0	0
29	20	5	100			
	400	100%		400	100	

# De klant

	Geen aankoopintentie			Aankoopintentie
Prijs	Cumulatief % (buitensporige prijs)	Cumulatief % (te lage prijs)	Totaal	100 - Totaal geen aankoop
20	0	100	100	0
21	0	62,5	62,5	37,5
22	2,5	37,5	40	60
23	7,5	22,5	30	70
<b>24</b>	15	11,25	26,25	<b>73,75</b>
25	25	6,25	31,25	68,75
26	45	2,5	47,5	52,5
27	70	0	70	30
28	95	0	95	5
29	100		100	0

# De klant

- De klant wil meer betalen:
  - voor een kwaliteitsproduct
  - voor nieuwe technologie
  - voor ontspanning
  - voor een dringende aankoop



	Sterke punten	Zwakke punten	Geboden producten/diensten	Prijsbeleid	Vestigingsplaats
Naam concurrent 1					
Naam concurrent 2					
Naam concurrent 3					
Naam concurrent 4					
Naam concurrent 5					
.....					

## □ Étude de marché

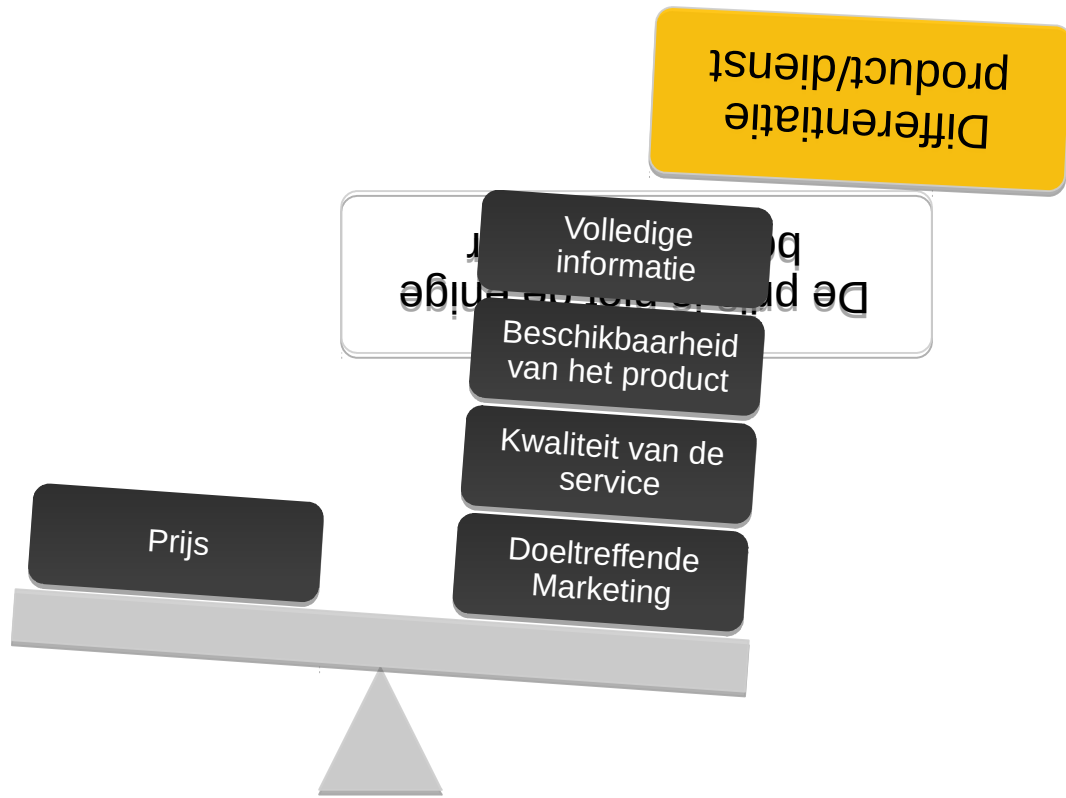
# Een paar raadgevingen

- Werk niet tegen **te lage prijzen** in de hoop meer klanten aan te trekken
- Durf de **juiste prijs** vragen voor uw werk
- Vergeet geen enkele **kost**
- Pas uw prijzen aan in functie van het **type klant**
- Vergeet niet de **btw** in uw verkoopprijs te rekenen
- **Onderhandel** voor uw aankopen
- Sommige producten zijn duur maar trekken een nieuw **klienteel** aan
- Herzie uw prijs in functie van:
  - ❖ De evolutie van de marktprijs
  - ❖ Uw expertise



Houd de vinger aan de pols van de markt en luister naar uw klanten. Blijf altijd uw marktstudie doen!





# Te lage prijs?

- Op welke basis maken uw klanten vergelijkingen?
- Hebt u uw toegevoegde waarde voldoende in de verf gezet?
- Hebt u voldoende relevante informatie gegeven om uw klant te helpen uw prijs te begrijpen?

De prijs bepalen

**INSPIRERENDE  
VOORBEELDEN**

# Payez-vous le JUSTE prix chez nous ?

Voyons voir où va mon argent...



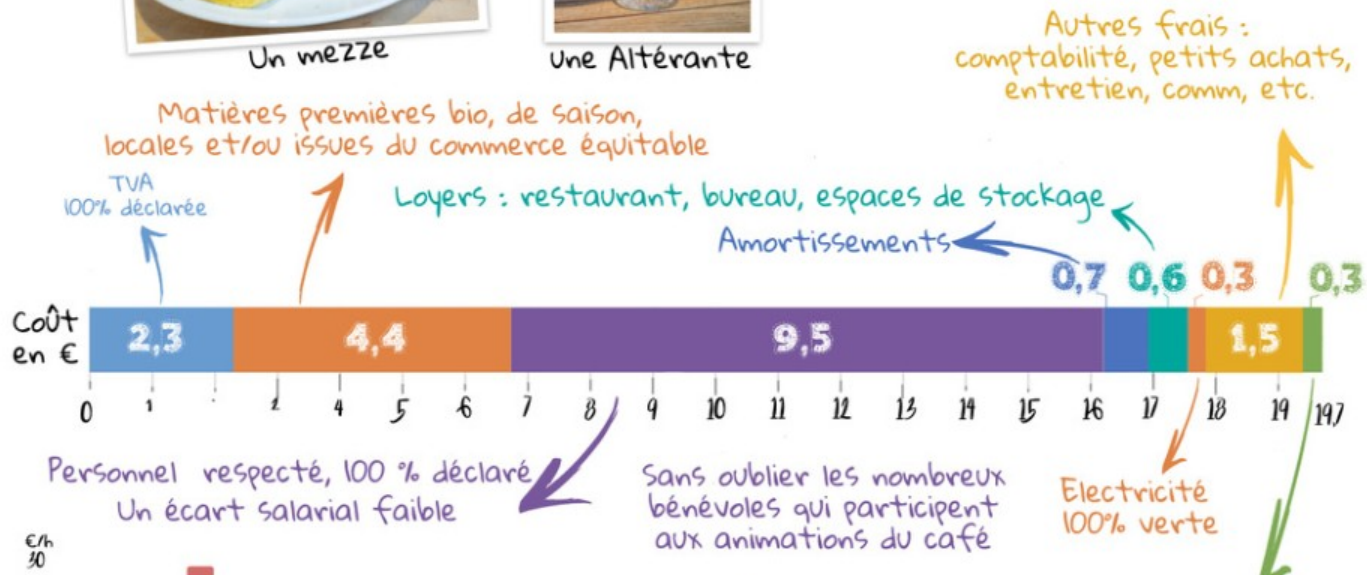
Un mezza

+



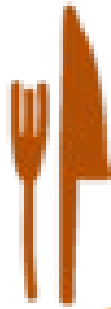
Une Altérante

= 19,7 euros



Au bout du compte, il n'y a que  
30 centimes de marge bénéficiaire !  
(sur lequel s'applique l'impôt des sociétés)

Un prix JUSTE soutient  
un projet de transition  
écologique & solidaire



# NOTRE RECETTE



alimentation  
durable



rencontres



participatif



prix libre



convivialité



# Là où va ton blé...



FARINE



EAU

SEL



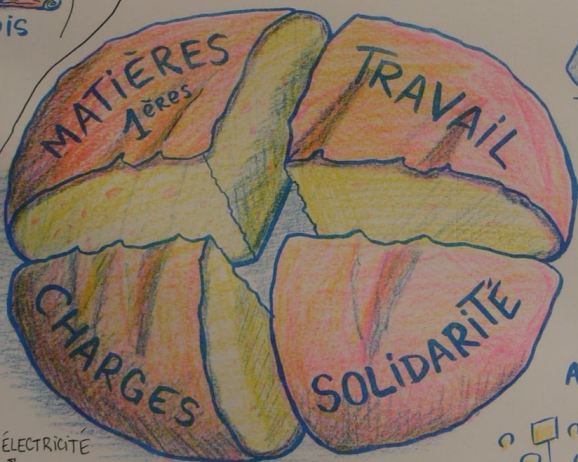
BOIS



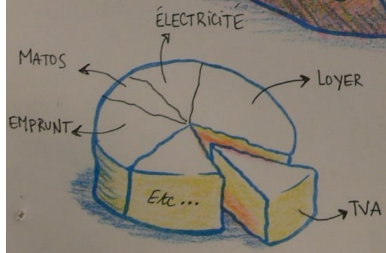
GRAINES ETC.



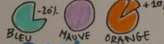
BEEES Loop



SOUTIEN AUX LUTTES



SYSTÈME DE PRIX DIFFÉRENCIÉS



BIEN -20% MAUVE ORANGE MAL +30%

DON < PARTENARIATS AVEC ASSOS DE QUARTIER



Affiche créée pendant les Rencontres de l'Internationale Boulangère Mobilisée, aux Tanneries, 2021.

SYSTEME HABITUEL



# PRIX DIFFERENCIÉS

1 PAIN  
3 PRIX



- Parce que j'en ai les moyens
- Pour proposer le PRIX BLEU
- ...



- Parce que c'est le prix qui me convient le mieux
- ...



- Parce que j'ai un petit budget en ce moment
- Parce que je trouve les 2 autres prix trop chers
- ...

ET POUR PAYER ALORS ?

C'EST FACILE

CHOISIS 1 COULEUR



PASSE À LA CAISSE



LE MONTANT EST CALCULÉ SUR BASE DU PRIX CHOISI

# Omzet: sleutelbegrippen

## EN U?

Wat is uw geraamde omzet?

- Hoe hebt u dat bepaald?
- Op basis van welke diensten?
- Op basis van welke prijzen?
- Op basis van welke hoeveelheden?

BEDANKT & VEEL SUCCES!

