

Voka Open Bedrijvendag

Met je klas naar Open Bedrijvendag en omgekeerd

Inleiding voor de leerkracht

Gefeliciteerd!

Weldra ga je met de klas tijdens de Voka Openbedrijvendag op bezoek bij een onderneming. Vanuit Vlajo zijn we grote voorstander van initiatieven als deze waarbij jongeren de concrete, reële bedrijfsomgeving kunnen ontdekken.

Om de jongeren vooraf wat voor te bereiden en na het bezoek een gerichte verwerking te doen geven we vanuit onze organisatie op de volgende pagina's enkele tips die je in de klas kan gebruiken.

Dit document bestaat uit 2 delen:

- de voorbereiding van het bedrijfsbezoek, waarbij via internet informatie opgezocht wordt over het bedrijf.
- de verwerking na het bedrijfsbezoek, waarbij de leidraad uit deel 1 aan bod komt maar nu gekoppeld aan de opgedane ervaringen.

Binnen de Vlajo projecten staat groepswork steeds centraal. We zijn bij het aanreiken van de tips uitgegaan van hetzelfde principe. Dit betekent dat je de jongeren best onderverdeeld in kleinere groepen van 3 à 4 leerlingen. Daarbij krijgt elk lid van de groep een eigen verantwoordelijkheid:

- De organisator, de verantwoordelijke van de groep die zorgt dat de opdrachten duidelijk zijn en alles verloopt zoals het hoort.
- De tijdbewaker, diegene die de afgesproken tijden in het oog houdt en de anderen regelmatig op de hoogte houdt van de nog beschikbare tijd.
- De verslaggever, die het resultaat van de groep noteert of meedeelt aan de grotere groep.
- De materiaalmeester, die zorgt dat het benodigde materiaal beschikbaar is.
- De fotograaf, die het nodige beeldmateriaal verzamelt tijdens het bezoek.

Tip: Het is mogelijk om elke groep alles te laten opzoeken. Het is echter ook mogelijk om elke groep een onderdeel te geven waarna ze dit onderdeel zelf (via een presentatie) toelichten aan de rest van de klasgroep.

Je bent als leercoach uiteraard vrij om deze tips en wenken naar eigen goeddunken aan te passen of uit te breiden in functie van de specifieke school- of bedrijfsomgeving en de beschikbare tijd.

We wensen jullie alvast een uitdagend, boeiend en leerrijk bezoek toe.

DEEL 1: Voorbereiding en leidraad van het bedrijfsbezoek

Elke onderneming creëert van bij de start een businessplan. Dit is een gedetailleerd document dat beschrijft welke stappen je moet doorlopen om van je onderneming een succes te maken. Een doeltreffend plan legt niet alleen de nadruk op de sterke punten van de onderneming, maar houdt ook rekening met probleemsituaties en nieuwe uitdagingen. Een succesvol plan is het resultaat van een brede denkoefening waarbij meerdere mensen betrokken worden.

Een businessplan bestaat uit 4 grote delen:

1. De bedrijfsvoorstelling
2. De omgevingsanalyse
3. Het commerciële plan
4. Het financiële luik

Tijdens de voorbereiding van het bedrijfsbezoek gaan we met behulp van het internet op zoek naar de bedrijfsvoorstelling en de omgevingsanalyse die dan tijdens het bezoek in de praktijk afgetoetst kunnen worden. Het commerciële plan en het financiële plan komen bewust niet aan bod omdat dit vanuit bedrijven moeilijk in kaart te brengen is voor buitenstaanders.

TIP: Neem de volgende vragen mee naar het bedrijfsbezoek.

De gids van het bedrijf zal met veel plezier je vragen beantwoorden.

Wil je meer info rond het opstellen van een professioneel ogend businessplan? Op de website van Agentschap Ondernemen vind je een korte brochure:

www.agentschapondernemen.be/content/leidraad-voor-het-opstellen-van-een-ondernemingsplan

1. De bedrijfsvoorstelling

1.1 De identiteitskaart:

Bedrijfsnaam: -----

Maatschappelijk adres: -----

Telefoon: -----

E-mail: -----

Digitaal profiel (website, facebook, ...): -----

Sector: -----

Oprichtingsdatum: -----

Logo en eventueel baseline:

1.2 Product of dienst: Beschrijf het product of de dienst die het bedrijf aanbiedt:

Welke zijn de troeven van het product of de dienst?

Zijn er nadelen verbonden aan het product of de dienst? Zo ja, welke?

1.3 Bedrijfsmissie:

De missie van een bedrijf geeft in één alinea het doel en de bestaansreden van de onderneming weer.

Bv.: 'Vlajo heeft als missie alle jongeren vroegtijdig vertrouwd te maken met ondernemerschap en hiertoe bedrijven en scholen te mobiliseren in een win-win relatie en zodoende bij te dragen tot het welzijn en de welvaart in Vlaanderen.'

Omschrijving missie bedrijf:

2. De omgevingsanalyse

2.1 De doelgroep

Met de doelgroep bedoelen we de mogelijke klanten aan wie het bedrijf zijn product of dienst aanbiedt. Geef een omschrijving van het mogelijke klantenbestand van het bedrijf.

Volgende vragen en tips kunnen je hierbij helpen:

- Richt het bedrijf zich tot een bepaald marktsegment?
- Zijn er meerdere klantengroepen?
- Maak een portret van de klant: leeftijd, geslacht, beroep, gewoontes, hobby's...
- Zijn er nieuwe trends in de doelgroep waar het bedrijf op inspeelt?
- 'Mijn klant is iedereen' bestaat niet in een bedrijf!

Omschrijving doelgroep:

2.2 Geografische afbakening

In dit deel onderzoeken we de locatie van het bedrijf en de gevolgen hiervan. Welke voordelen zijn er door de ligging? (Bv. Nabijheid spoorweg,...)

Welke nadelen zijn er verbonden aan de ligging? (Bv. Vlak bij woonzone,...)

Hoe en waar biedt het bedrijf zijn product of dienst aan? Is er een winkel in het bedrijf? Kan de klant zelf terecht in het bedrijf? Webshop? Internationaal (Europa of wereldwijd)?

2.3 Koopmotieven

Koopmotieven zijn de redenen waarom de klant het product zal kopen. Welke koopmotieven zijn er voor de klant? Volgende vragen helpen je op weg om dit te achterhalen. Waarom koopt de klant het product? Wat is de toegevoegde waarde? Op welke behoeften en wensen speelt het bedrijf in? Welke voordelen biedt het product aan de klant?

2.4 Concurrentie

Concurrenten zijn bedrijven die dezelfde doelgroep hebben, hetzelfde product of dezelfde dienst aanbieden. Ga na wie de concurrenten zijn van het bedrijf. Schrijf er ook bij waarom.

2.5 Competitief voordeel

Met competitief voordeel bedoelt men dat klanten liever bij dit bedrijf kopen dan bij een ander. Is er een competitief voordeel aanwezig in het bedrijf? Zo ja, wat is dit voordeel?

2.6 Leveranciers

Leveranciers zijn andere bedrijven of ondernemingen die producten aanleveren waaruit het bedrijf zijn product vervaardigt. Welke grondstoffen/producten koopt het bedrijf zelf aan? Heeft het bedrijf vaste leveranciers?

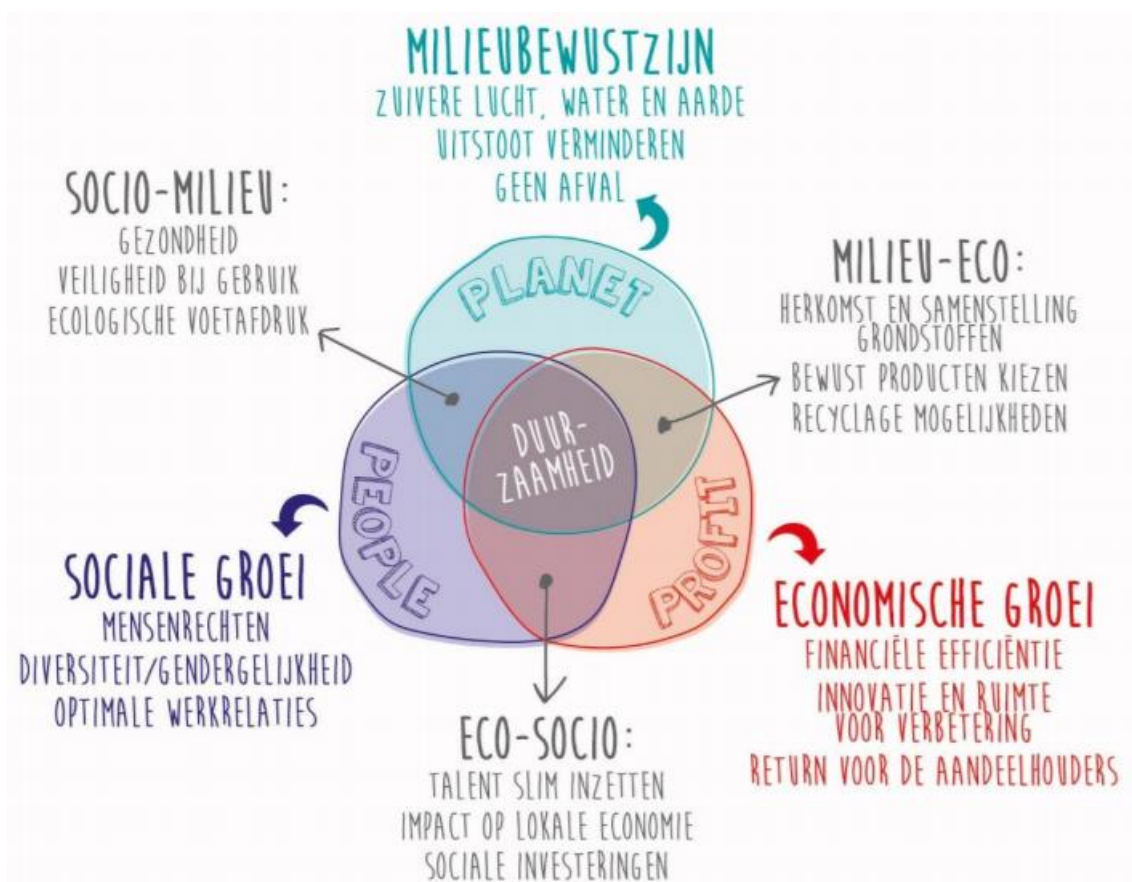
2.7 Partners

Een gezond bedrijf heeft vaak meerdere partners die het geheel mee versterken. Heeft het bedrijf dergelijke partners? Zo ja, welke?

EXTRA: Hoe duurzaam is het bedrijf?

Een volledig duurzaam bedrijf houdt rekening met de 3 P's People, Profit en Planet.

Bekijk onderstaande prent en ga na waar het bedrijf thuishoort.



DEEL 2: Verwerking van het bedrijfsbezoek

Je bracht een bezoek aan het bedrijf en hebt daar op alle vragen uit deel 1 een antwoord gekregen. Tijd voor een nieuwe uitdaging!

Opdracht:

Stel dat jullie het toekomstige management zijn van dit bedrijf.

Wat zouden jullie veranderen?

Wat zou je extra toevoegen?

Zie je aansluiting bij nieuwe trends?

Hoe zou het bedrijf er binnen 5 jaar uitzien? En binnen 10 jaar?

- Maak een korte presentatie om jullie ideeën vorm te geven.

Uitbreiding:

Neem de prent van duurzaam ondernemen er even bij. Maak dezelfde oefening als in de opdracht maar breng ideeën aan waardoor het bedrijf in de middencirkel geraakt en dus een echt duurzaam bedrijf of nog duurzamer bedrijf wordt.

Ben je dankzij het bedrijfsbezoek geboeid geraakt door de wereld van ondernemen?

Ga dan zeker ook eens een kijkje nemen op de website van Vlajo en ontdek wat onze organisatie allemaal voor de Vlaamse scholen doet: www.vlajo.org