

Bedrijfsplan

Eyckenduyn



10 april 2013

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

De ondernemer de heer Verkoelen heeft per januari 2012 Eyckenduyn overgenomen. Vanaf dat moment is hij voornemens om van deze gesloten golfclub een complex te maken dat voor iedereen toegankelijk is en niet voor alleen de golfer. Op het landgoed met de golfbaan ligt het grote landhuis met een brasserie, vergaderruimte, gewelven kelder, clubhuis, vergaderruimtes en restaurant . Gelegen aan een doorgaande recreatieroute, is het een ideale locatie voor fietsers en wandelaars voor een drankje, lunch of diner. De doelgroep bestaat dan ook uit bedrijven, golfers en niet golfers, passanten en toeristen.

In de toekomst wil de ondernemer het complex verder uitbouwen met familiegolf en een driving range met trainingscentrum en van het landgoed een openbaar complex maken wat voor alle doelgroepen toegankelijk is om te sporten of te ontspannen.

De ondernemer, de heer Verkoelen met zijn partner mevrouw Hirsch, hebben aanvullende kwaliteiten en ruime ervaring in de horeca en het ondernemerschap. De missie die de ondernemers zichzelf gesteld hebben is de volgende:

“ Het verder ontwikkelen van de golfbaan met brasserie en restaurant die voor iedereen toegankelijk is en een plek van ontspanning vormt, waarbij zowel de kwaliteit van de dienstverlening als de kwaliteit van de service hoog in het vaandel staan en de gast centraal staat”

Inhoud

Voorwoord	2
Inhoud	3
1. Inleiding	4
1.1 Aanleiding onderzoek	4
1.2 Organisatie	4
1.3 Branche en doelgroep	7
1.4 De ondernemer	8
1.5 Persoonlijke sterkten en zwakten	9
1.6 Persoonlijke motivatie	9
2. Interne organisatieanalyse	11
2.1 Organisatieopbouw	11
2.2 Huidige visie, missie en kernwaarden	11
2.3 Dienst en product	12
2.4 Certificaten en diploma's	15
2.5 Hulpmiddelen en automatisering	15
2.6 Medewerkers	15
2.7 Processen	16
2.8 Conclusies intern	17
3. Markt- en omgevingsanalyse	20
3.1 Marktomschrijving	20
3.2 Marktbewerking	23
3.3 Bedrijfstakanalyse	23
3.4 Omgevingsontwikkelingen	24
3.5 Conclusies extern	26
4. SWOT analyse	28
5. Strategie	30
6. Samenwerkende bedrijven	32
7. Bronnen	32
8. Bijlage	33
8.1 Sfeerimpressie	33
8.2 Voorbeeld flyer	36
8.3 Toelichting SWOT analyse	37

1. Inleiding

1.1. Aanleiding onderzoek

1.1.1. Werkwijze en aanpak

Door middel van diverse afspraken met de ondernemer zijn de wensen en plannen kenbaar gemaakt. Daarnaast heeft onderzoek plaatsgevonden om het plan te onderbouwen. Als eerste is er een interne analyse uitgevoerd, vervolgens een externe analyse en tot slot is er een SWOT analyse uitgevoerd met daaropvolgend een strategisch plan voor de korte, middellange en lange termijn. Uit deze strategische planning volgen acties die de ondernemer stapsgewijs zal uitvoeren. In een aparte bijlage is de financiële paragraaf toegevoegd.

1.1.2. Resultaat

Het resultaat van dit onderzoek is een goed onderbouwd bedrijfsplan met logische opbouw. Uit de exploitatiebegroting komt naar voren dat er voldoende omzet gegenereerd wordt om in het inkomen van de ondernemer te voorzien en winst te maken voor investeringen in de toekomst.

1.2. Organisatie

1.2.1. Kernactiviteit

Eyckenduyn is een 9 holes golfbaan met C-status met een driving range met een totale oppervlakte van 10 hectare welke beide gedurende het hele jaar bespeelbaar zijn. Eyckenduyn beschikt over gekwalificeerde golfpro's, inclusief indoor golfcentrum dat beschikt over speciaal ontwikkelde apparatuur, waardoor professionele begeleiding zowel binnen als buiten mogelijk is. Ook worden er regelmatig diverse golftoernooien georganiseerd en is er een golfvereniging actief met een jeugdafdeling. Naast het bieden van gemoderniseerde golfbanen voor de golf liefhebber wil Eyckenduyn tevens toegankelijk zijn voor de niet golf liefhebber. In de toekomst wil Eyckenduyn uitbereiden met familiegolf (supagolf) op eigen terrein of in de directe omgeving, om zo meer laagdrempelig te worden voor families met kinderen, vrienden groepen, bedrijfsuitjes enz. en wil hiermee samenwerking gaan zoeken met recreatie boerderij Hanssenhof. Naast de golfbaan is er een clubhuis, brasserie, restaurant, vergaderruimtes, gewelven kelder en terrassen. De brasserie zal voornamelijk simpel bereide gerechten serveren gedurende de hele dag vanaf het ontbijt, waar het restaurant zich meer richt op gerechten van een iets hoger niveau dan de brasserie, vanaf de lunch. Bij de bereiding van gerechten wordt gebruik gemaakt van regionale producten. Regelmatig worden er speciale avonden georganiseerd zoals een ladies night, wijnproeverij, cursus personal branding, fashion weekend, modeshow, expositie, kookcursus of een Italiaanse avond. Kortom, voor ieder wat wils en genoeg te doen. Het volgende filmpje geeft een perfecte samenvatting weer over alles wat mogelijk is binnen Eyckenduyn. Dit filmpje is tevens beschikbaar gesteld op de website, zodat potentiële bezoekers een accurate indruk krijgen;

http://www.youtube.com/watch?v=4ZTtHsk3UBA&feature=player_detailpage

Daarnaast geeft ook de website uitgebreide informatie; www.eyckenduyn.nl

De locatie bevindt zich langs een doorgaande recreatieroute waardoor fietsers en wandelaars snel bij Eyckenduyn terecht komen voor een drankje, lunch of diner. Eyckenduyn is gelegen in een prachtige natuurlijke omgeving, vol bloemen, planten, bomen en dieren, welke rust en ruimte

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

uitstraalt. Dit geldt tevens voor de verschillende golfbanen die gelegen zijn tussen hoge bomen en diverse waterpartijen. Eyckenduyn beschikt over terrassen, zowel aan de voorzijde als aan de achterzijde, waardoor gasten in alle rust kunnen genieten en Eyckenduyn zich de ideale plek voor ontspanning mag noemen. De nadruk ligt dan ook voornamelijk op verwennerij en service.

In het verleden bestond op deze locatie Golf & Company Club Eyckenduyn, echter was deze club alleen toegankelijk voor zakelijke bezoekers die een hoge prijs betaalden om gebruik te mogen maken van de 9 holes golfbaan. Sinds de overname door de heer Verkoelen begin 2012 richt Eyckenduyn zich op een veel bredere doelgroep. De omzet van de bestaande Golf & Company Club Eyckenduyn nam aanzienlijk af door de toename van andere golfgelegenheden voor de zakelijke markt in de omgeving, waardoor de ondernemer besloten heeft het roer om te gooien. Momenteel is deze golfbaan bekend onder de naam Eyckenduyn en is nu toegankelijk voor alle burgers, waaronder ook de zakelijke doelgroep. Daarnaast worden er betaalbare tarieven gehanteerd. Laagdrempeligheid staat centraal in dit nieuwe concept waarvan het succes reeds bewezen is, zoals terug te vinden is in paragraaf 7.1 van de bijlage. Een duidelijke toename van de winst is constateerbaar, wat bewijst dat de ondernemers in staat zijn Eyckenduyn op korte termijn tot een succesvolle zaak te maken.

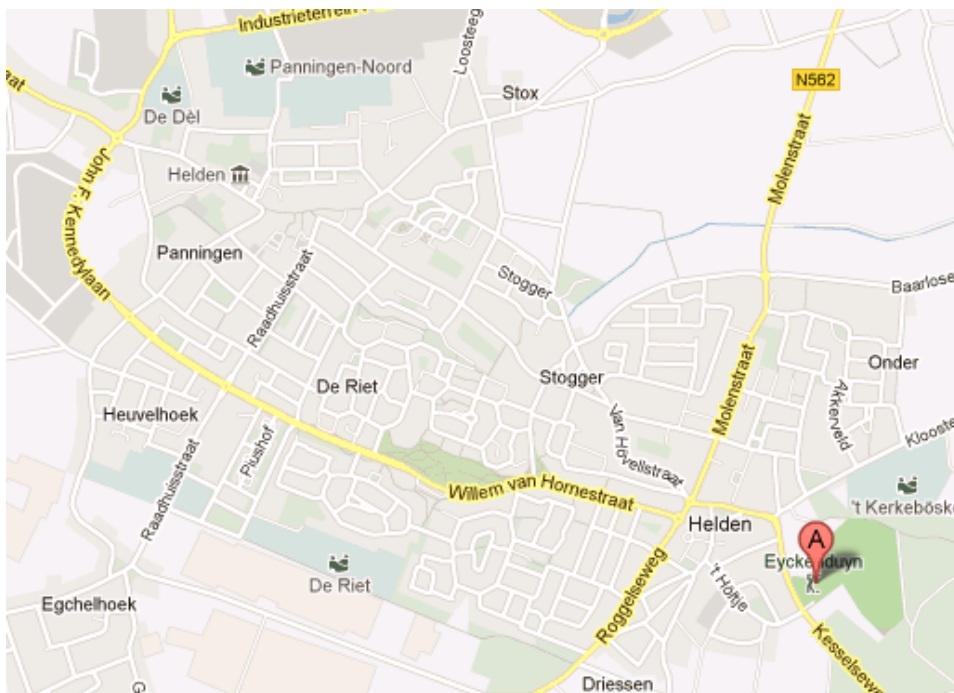
1.2.2. Vestigingsplaats

Eyckenduyn is gevestigd in een pand gelegen aan de Kesselseweg 9 te Helden. Op afbeelding 1 tot en met 4 is zichtbaar waar Eyckenduyn gelegen is. Het pand is gelegen aan een verbindingsweg tussen de dorpen Helden en Kessel. Op het huidige terrein bevindt zich een 9 holes golfbaan met een driving range van 10 hectare. In het daarnaast gelegen landhuis bevindt zich een brasserie, restaurant, vergaderruimtes, kantoren en een gewelven kelder. De brasserie beschikt over ongeveer 100 zitplaatsen, deels binnen en deels buiten. Dit aantal geldt tevens voor het restaurant. Het terrein van Eyckenduyn is gelegen aan een doorgaande recreatieroute en is goed bereikbaar voor zowel de wandelaar, fietser als automobilist. Eyckenduyn is gelegen naast een centrale weg, waardoor Eyckenduyn eveneens voor gasten die van wat verder weg moeten komen goed bereikbaar is. Naast het landhuis op eigen terrein is voldoende gratis parkeergelegenheid. Zeker gezien de ideale ligging en mooie natuurlijke locatie van Eyckenduyn is het van belang deze golfbaan en horecagelegenheid weer goed op de kaart te zetten.

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

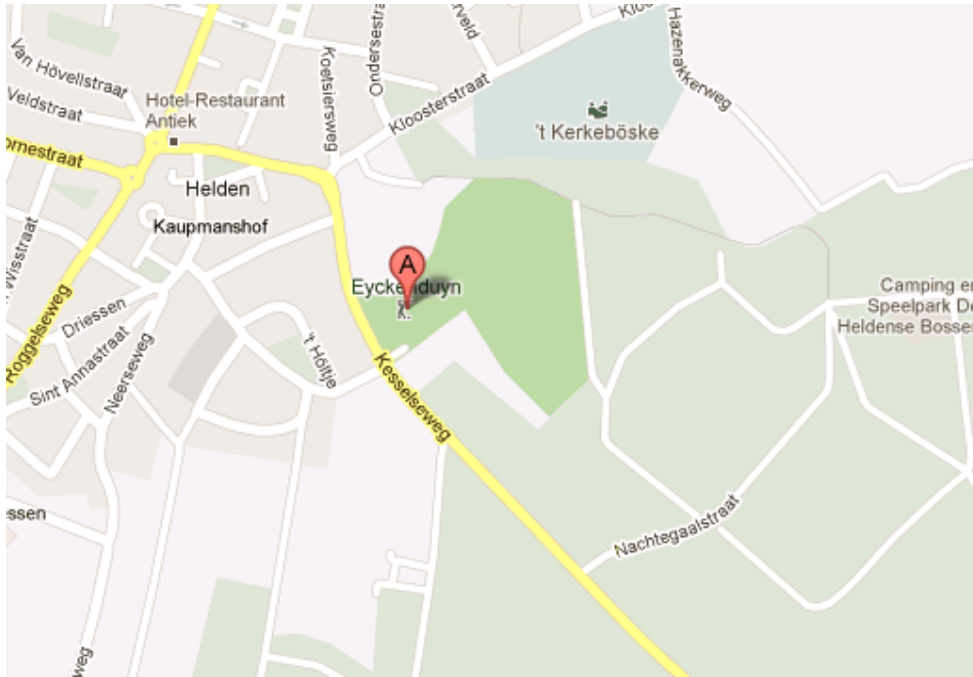


Afbeelding 1: Ligging van Helden



Afbeelding 2: De stad Helden

Bedrijfsplan – Eyckenduyn



Afbeelding 3: De wijk in Helden waar Eyckenduyn gevestigd is



Afbeelding 4: Landhuis gelegen naast de golfbaan

In paragraaf 7.2 van de bijlage zijn meerdere foto's te vinden om op deze wijze een goede sfeerimpressie te creëren.

1.3. Branche en doelgroep

De branche waarin Eyckenduyn opereert is de branche horeca en recreatie. Specifiek valt Eyckenduyn onder de subbranche golfbanen en restaurants. De sector horeca en recreatie kent een grote verscheidenheid aan ondernemingen. De voornaamste groepen zijn hotels, vakantiecentra, restaurants, cafés, cafetaria's, fitnesscentra, jachthavens, golfbanen en wellness-centra. Maar ook

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

bowlingcentra, bioscopen, attractieparken, kinder-speelparadijzen, zwembaden, kartbanen, skihalles en outdoor bedrijven behoren tot de sector.

Bij de subbranche golfbanen is een onderscheid te maken naar verenigingsbanen (niet-commerciële), commerciële banen en openbare banen. Verenigingsbanen hebben niet het oogmerk om winst te maken. Commerciële banen hebben deze doelstelling wel. Openbare banen zijn verplicht de baan voor een deel open te stellen voor het publiek. Onderscheid is ook te maken naar de grootte van een baan, bijvoorbeeld 9, 18 of 27 holes. Eyckenduyn valt wat de golfbaan betreft onder commerciële banen die voor iedereen toegankelijk is en waarbij sinds de overname van Eyckenduyn door de heer Verkoelen op laagdrempeligheid is gericht.

De branche restaurants kent eveneens een grote verscheidenheid aan typen bedrijven. Naast restaurants worden ook bistro's, café-restaurants en wegstaurants tot deze maaltijdverstrekkers gerekend. Tevens wordt onderscheid gemaakt in type keukens. Eyckenduyn beschikt tevens over een restaurant als over een brasserie waar verschillende soorten gerechten bereid en geserveerd worden.

De doelgroep voor Eyckenduyn is erg breed te noemen. De ondernemer benadrukt dan ook dat Eyckenduyn toegankelijk is voor iedereen en dat er ook voor niet golf liefhebbers genoeg te doen is. Voor dit plan wordt onderscheid gemaakt tussen een aantal groepen, respectievelijk; bedrijven, golfers, niet golfers, passanten. Deze groepen zullen verder worden toegelicht onder paragraaf 2.3.1.

1.4. De ondernemer

1.4.1. NAW gegevens van de ondernemer

NAW gegevens	
Naam:	Gerie Verkoelen
Geboortedatum:	22-11-1958
Adres:	Kerkstraat 25
Postcode:	5768 BH
Woonplaats:	Meijel
Telefoonnummer:	0654375364
E-mailadres:	gerie@eyckenduyn.nl

Tabel 1: NAW gegevens van heer Verkoelen

1.4.2. Opleidingen van de ondernemer

Jaar:	Opleiding: Gerie Verkoelen
1974-1979	Mavo / Havo
1979-1982	Cios Sittard / diverse specialisaties
1982 tot heden	Hoger management

Tabel 2: Opleidingen van de heer Verkoelen

1.4.3. Werkervaringen van de ondernemer

Jaar:	Werkervaring Gerie Verkoelen
1982 tot heden	Zelfstandig ondernemer met o.a.: Tennisschool Gerie Verkoelen Oprichting sportcentrum Helden – Tegelen – Sittard Snooker – poolcentrum Helden Hotel Stad Coblenz Ladyline Duitsland Manager Flaminco Casino Horst - Tegelen

Tabel 3: Relevante werkervaringen van Gerie Verkoelen

1.5. Persoonlijke sterkten en zwakten

Onderdeel:	De heer Verkoelen
Marktkennis	Sterkte
Commercieel	Sterkte
Organiseren	Sterkte
Met mensen omgaan	Sterkte
Gevoel voor service	Sterkte
Doorzettingsvermogen	Sterkte
Aandacht voor details	Sterkte
Mensenkennis	sterkte
Vakbekwaamheid	Sterkte
Branche ervaring	Sterkte
Logisch redeneren	Sterkte
Omgaan met risico's	Sterkte
Administratie	Sterkte
Initiatief nemen	Sterkte
Innovatief	Sterkte
Samenwerken	Sterkte

Tabel 4: Sterktes/zwaktes van de ondernemer

Bovenstaande tabel laat zien dat de ondernemer goed heeft nagedacht over zijn sterke en zwakke punten. Een erg sterk punt van de ondernemer is zijn marktkennis, commercieel inzicht, omgang met mensen en gevoel voor service. Dit zijn zaken die zeker gezien de kernwaarden van Eyckenduyn erg relevant zijn. Verwennerij en service richting de gasten staat namelijk centraal in dit concept. Daarnaast heeft de ondernemer ervaring in deze branche wat uiteraard niet onbelangrijk is.

1.6. Persoonlijke motivatie

De motivatie om aan dit project te beginnen is dat het een “once-in-a-lifetime” kans is. Ik ben al ondernemer en weet dat het zeker niet altijd gemakkelijk is, maar dit weegt niet op tegen de uitdaging en het doel dat ik voor ogen heb. Ik ben ervan overtuigd van Eyckenduyn een bruisend centrum kan maken. Golf wordt steeds toegankelijker en wordt tegenwoordig beoefend door alle leeftijden. Daarnaast zal het culinair genieten een grote rol spelen. Ik wil de gasten een heerlijk

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

avondje of dagje uit bieden. Dit vindt ik het mooie aan deze uitdaging, mensen te laten genieten van natuur, beweging(sport), beweging als ontspanning en recreatie.

Ik ben ook een echte team-player en laat mijn collega's graag meedenken, vaak geeft dit een verfrissende een blik op zaken.

Kortom ik ben enorm gemotiveerd om van Eyckenduyn een succes te maken en verder te ontwikkelen en uit te bouwen voor de toekomst met onder andere familiegolf en driving range met trainingscentrum.

2. Interne organisatieanalyse

2.1. Organisatieopbouw

Zoals elk bedrijf heeft ook Eyckenduyn: Taken, Bevoegdheden en Verantwoordelijkheden. De TBV matrix is als volgt opgebouwd. De heer Verkoelen zal als directeur – manager alle verantwoordelijkheden op zich nemen. De afhandeling van de administratie wordt uitbesteed aan een erkend administratiekantoor. Indien de ondernemers door ziekte of tijdelijke afwezigheid niet in staat zijn de vaste taken uit te voeren, dan is het personeel bereid en gekwalificeerd om deze tijdelijk over te nemen. Toelichting op het personeel zal volgen in paragraaf 2.6.

Taak:	Verantwoordelijk:	Bevoegd
Inkoop:	De heer Verkoelen	De heer Verkoelen
Administratie:	De heer Verkoelen en Administratiekantoor	De heer Verkoelen
Marketing	De heer G. Verkoelen en de heer B. Verkoelen	De heer Verkoelen en mevrouw Hirsch
Directie:	De heer Verkoelen	De heer Verkoelen

Tabel 5: TBV matrix Eyckenduyn

2.2. Huidige visie, missie en kernwaarden

2.2.1. Visie

Om de missie te bereiken zijn de volgende zaken van belang:

- 1 een hoge mate van kwaliteit en service bieden
- 2 richten op het behoud van vaste gasten
- 3 telkens op zoek zijn naar verbeteringen
- 4 streven naar omzetgroei
- 5 een begrip worden in hun branche
- 6 onderscheidend zijn ten opzichte van de concurrenten
- 7 de gast een gevoel van waar voor hun geld geven

2.2.2. Missie

Uit deze visie is een missie ontstaan. De missie die de ondernemer zichzelf gesteld heeft is de volgende:

“ Het verder ontwikkelen van de golfbaan met brasserie en restaurant die voor iedereen toegankelijk is en een plek van ontspanning vormt, waarbij zowel de kwaliteit van de dienstverlening als de kwaliteit van de service hoog in het vaandel staan en de gast centraal staat”

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

2.2.3. Kerncompetenties en doelstellingen

Om tot deze missie te komen heeft de ondernemer de volgende doelstellingen verbonden aan de visie:

1. Eyckenduyn biedt een hoge mate van kwaliteit en service
 - a. 85% van de gasten is erg tevreden over de kwaliteit van de producten
 - b. 90% van de gasten is erg tevreden over de geboden service
2. Eyckenduyn richt zich op het behoud van vaste gasten
 - a. 90% van de vaste gasten is tevreden en blijft terugkomen
 - b. 90% van de nieuwe gasten is tevreden en blijft terugkomen
3. Eyckenduyn is telkens op zoek naar verbeteringen
 - a. De ondernemer is steeds op zoek naar verbeteringen om aan te bieden aan zijn gasten
 - b. De ondernemer meet de tevredenheid van gasten via kwaliteitsenquêtes. De resultaten hiervan zullen gebruikt worden om de kwaliteit te verbeteren
4. Eyckenduyn streeft naar omzetgroei
 - a. Elke kwartaal zal de omzet met 3% groeien
 - b. Na 5 jaar is een constante omzet bereikt
5. Eyckenduyn wordt een begrip in de branche
 - a. 90% van de doelgroep in de branche is bekend met het bestaan van Eyckenduyn
6. Eyckenduyn is onderscheidend ten opzichte van de concurrentie
 - a. 85% van de gasten heeft het gevoel dat de kwaliteit en service beter is dan bij de concurrentie
 - b. 90% van de gasten ervaart een hoge mate van service bij Eyckenduyn
7. Bij Eyckenduyn heeft de gast een gevoel van waar voor zijn geld
 - a. 90% van de gasten heeft een gevoel van waar voor zijn geld te krijgen bij Eyckenduyn
 - b. 85% van de gasten vindt Eyckenduyn een ideale plek voor ontspanning

Door jaarlijks een enquête te houden onder hun gasten kunnen er metingen worden verricht op de gestelde doelstellingen. Hieruit kunnen de volgende acties voortvloeien:

1. Handhaving van norm
2. Verbetering van norm
3. Verbeterplan om tot norm te komen

2.3. Dienst en product

2.3.1. Doelgroepen

In paragraaf 1.3 zijn de doelgroepen van Eyckenduyn weergegeven. Zoals gezegd is de doelgroep van Eyckenduyn onder te verdelen in vier groepen, namelijk: bedrijven, golfers, niet golfers en passanten. Deze groepen worden weergegeven en toegelicht in de onderstaande tabel.

Marktgroep:	Omschrijving:
Bedrijven	Bedrijven die gebruik willen maken van de dienstverlening van Eyckenduyn. Hiervoor staan diverse vergaderarrangementen ter beschikking; arrangement basis, arrangement golf, en arrangement koken. Deze arrangementen bieden de mogelijkheid een activiteit te combineren met vergaderen in één van de daarvoor bestemde ruimtes. Daarnaast bestaan er diverse mogelijkheden voor

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

Golfers	bedrijven om een bedrijfslidmaatschap af te sluiten. Golf liefhebbers die voornamelijk gebruik willen maken van de golfbaan van Eyckenduyn. Binnen de golfschool worden diverse leswijzen onderscheiden, waaronder privélessen, golf-clinics, business golf en cursussen. Voor de golf liefhebbers bestaan ook diverse arrangementen zoals golf met BBQ, golf met 3-ganger diner of golf met koffie en gebak.
Niet golfers & passanten	Niet golf liefhebbers, waaronder natuurliefhebbers gezien de locatie, die voornamelijk gebruik willen maken van de diverse te verhuren ruimtes voor diverse feesten en partijen, de georganiseerde activiteiten en de horecagelegenheden van Eyckenduyn. Eyckenduyn ligt aan een doorgaande recreatieroute waardoor er ook toeristen, wandelaars en fietsers langs zullen komen. Deze doelgroep zal voornamelijk terecht komen bij Eyckenduyn voor een hapje of drankje in de brasserie of een uitgebreide maaltijd in het restaurant.

Tabel 6: De doelgroepen van Eyckenduyn

2.3.2. Producten

Productgroep:	Omschrijving:
Golfbaan	De golfbaan bestaat uit 9 holes met C-status met een driving range met een totale oppervlakte van 10 hectare welke beide gedurende het hele jaar bespeelbaar zijn. Voor de golfers bestaan diverse arrangementen en tevens is er een golfschool aanwezig inclusief indoor golfcentrum welke beschikt over speciaal ontwikkelde apparatuur om de techniek te verbeteren. Daarnaast worden voor de golf liefhebbers diverse toernooien georganiseerd waarvan de inschrijving open is voor iedereen.
Business leden	Zakelijke gasten kunnen lid worden van de golfclub en betalen hiervoor maandelijks contributie. Er zijn bronzen, zilveren en gouden lidmaatschappakketten te onderscheiden. Daardoor heeft Eyckenduyn een vast maandelijks inkomen uit lidmaatschappen.
Restaurant & Catering	Eyckenduyn beschikt momenteel over een brasserie en het restaurant. In de brasserie kan men dan terecht voor simpel bereide gerechten, waar het restaurant gerechten serveert van een iets hoger niveau dan de brasserie. Op het terras of binnen kunnen mensen uiteraard ook terecht voor alleen een hapje en een drankje. Eyckenduyn beschikt over meerdere ruimtes, waaronder de kelder met bar en de vergaderruimte, die afgehuurd kunnen worden voor diverse partijen en feesten of vergaderingen. Er zullen hier ook regelmatig diverse activiteiten en speciale avonden georganiseerd. Voorbeelden hiervan zijn een ladies night, wijnproeverij, modeshow, expositie, fashion weekend, cursus personal branding, kookcursus of een Italiaanse avond.

Tabel 7: Producten van Eyckenduyn

2.3.3. Product markt combinatie

In de onderstaande matrix staan de producten en diensten die Eyckenduyn aanbiedt aan haar gasten. Daarnaast zijn de verschillende markten aangegeven waarop zij zich richten. Allereerst zal

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

worden aangegeven welke gradaties er aan worden opgedragen en daarna zal gekeken worden naar het rendement van de verschillende producten.

Gradatie:	Betekenis:
2	Goed Passend
1	Gemiddeld passend
0	Minder passend

Tabel 8: Gradaties

PMC	Bedrijven	Golfers	Niet golfers	Totaal
Golfbaan	2	2	0	4
Business leden	2	1	0	3
Restaurant & Catering	2	2	2	6
Familiegolf	2	1	2	5
Totaal	8	6	4	18

Tabel 9: Product markt combinatie

Zoals in bovenstaande tabel is af te lezen variëren de diensten die Eyckenduyn aanbiedt bij de verschillende marktgroepen qua passendheid. Het restaurant en de cateringdiensten zijn het meest passende product voor alle doelgroepen. Voor de niet golfers en passanten geldt dat zij niet deelnemen aan activiteiten op het moment van bezoek. Op een later moment kunnen zij eventueel wel gebruik maken van de golfvoorzieningen als de uitbereiding met het familiegolf een feit is.

2.3.4. Rendement per product

Nu is vastgesteld welke producten aan welke marktgroepen wordt aangeboden, zal er gekeken worden hoe het rendement per product eruit ziet. In onderstaande matrix staat aangegeven welke gradaties daaraan verbonden zijn.

Gradatie:	Betekenis:
3	Hoog rendement
2	Gemiddeld rendement
1	Laag rendement

Tabel 10: Gradaties rendement

Het rendement op de producten is erg hoog. Dit rendement wordt vermenigvuldigd met de waarden uit bovenstaande PMC matrix. Dit is gebeurd op basis van waardering door ervaringscijfers. Dit resulteert in de volgende verdeling:

PMC	Rendement	Bedrijven	Golfers	Niet golfers	Totaal
Golfbaan	3	6	6	0	12
Business leden	3	6	3	0	9
Familiegolf	3	2	4	6	12
Restaurant & Catering	2	4	4	4	12
Totaal		18	17	10	45

Tabel 11: Product markt combinatie gecombineerd met rendement

Zoals in de tabellen is af te lezen vormen de rendementen een sterk punt van de onderneming.

2.3.5. Prijsbepaling

Product	Prijs (incl. BTW)	Omschrijving
Golf 9 holes	€ 24,-	Dagkaart
Golf 18 holes	€ 36,-	Dagkaart
Contributie golfbaanleden	€ 575,-	Jaarkaart
Business leden brons	€ 850,-	Per jaar
Business leden zilver	€ 1550,-	Per jaar
Business leden goud	€ 3100,-	Per jaar
Hole sponsoring	€ 500,-	Per hole
Gemiddelde omzet lunch	€ 15,-	IWO 35%
Gemiddelde omzet diner	€ 30,-	IWO 35%
Gemiddelde omzet drank	€ 3,-	IWO 30%
Gemiddelde omzet catering	€ 6,-	IWO 25%

2.4. Certificaten en diploma's

Bij het runnen van een dergelijk bedrijf zijn geen specifieke certificaten en/of diploma's nodig. Echter zijn voor het uitvoeren van kwalitatief goede werkzaamheden ervaring en competenties een vereiste. De heer Verkoelen heeft hier dan ook de beschikking over ruime ervaring als zelfstandig ondernemer. De heer Verkoelen is ervaren in het runnen van succesvolle ondernemingen. De overige certificaten en/of diploma's van deze ondernemen zijn terug te lezen onder paragraaf 1.4.

2.5. Hulpmiddelen en automatisering

Hulpmiddelen bij de aansturing en verbetering van het bedrijf zijn te vinden in een zelf te ontwikkelen rapportage ter ondersteuning en aansturing. Dit programma is een kwaliteitsmeting programma wat prestatie-indicatoren genereert op basis van input. Deze input komt uit kwaliteitsmetingen. Hierbij kan gedacht worden aan vragen omtrent de kwaliteit van de producten en diensten die door Eyckenduyn geleverd worden. Deze gegevens zijn afkomstig van de gasten van Eyckenduyn. Aan de hand van de output van deze rapportage wordt op verbeteringen gestuurd zoals aangegeven in de doelstelling.

2.6. Medewerkers

Zoals uiteengezet in paragraaf 2.1. neemt de heer Verkoelen en partner buiten de administratie, alle taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden op zich. Uiteraard heeft Eyckenduyn personeel in dienst, aangezien het een vrij grote onderneming betreft. Kwalitatief goede gerechten zijn erg belangrijk, vandaar dat de koks beschikken over veel ervaring.

Op dit moment zijn circa 10 medewerkers in vaste dienst (waaronder een met een arbeidshandicap) en is er de beschikking over circa 10 oproepkrachten. Daarnaast werken er veel bedrijven uit de directe omgeving voor en samen met Eyckenduyn.

Met de toekomstontwikkelingen (familiegolf en trainingscentrum) en verdere groei verwachten de ondernemers een personeelsgroei van nog circa 10 medewerkers.

2.7. Processen

2.7.1. Openingstijden

Het restaurant zal geopend zijn gedurende vijf dagen per week van woensdag tot en met zondag van 11.00 tot 23.00, echter zal keuken om 21.00 sluiten. Voor de brasserie geldt hetzelfde, alleen deze opent zijn deuren om 09.00 om gasten een ontbijt te kunnen serveren. De golfbaan zal geopend zijn vanaf het moment dat het licht wordt en sluit wanneer de zon onder gaat. De ondernemer is bereid veel uren te maken en zal dan ook een groot deel van de tijd aanwezig zijn.

2.7.2. Acquisitie en marketing

De ondernemer is zelf verantwoordelijk voor de acquisitie en marketing en besteden daar dan ook erg veel tijd aan. Zeker gezien het concept sinds januari 2012 gewijzigd is, is het relevant de nieuwe doelgroep hiermee bekend te maken.

- Zij maken gebruik van free publicity, waarvan de opnames van het tv-programma Lekker Leuk Leven van SBS6 recent geleden een voorbeeld is. Foto's hiervan zijn terug te vinden op de website. De ondernemers zullen voortdurend op zoek zijn naar nieuwe vormen van free publicity om zo potentiële gasten te bereiken en bekend te maken met het gewijzigde concept van Eyckenduyn.
- De ondernemers organiseren regelmatig diverse extra activiteiten. Dit om potentiële gasten aan te trekken en kennis te laten maken met het nieuwe concept van Eyckenduyn. Voorbeelden hiervan zijn eerder genoemd: modeshows, ladies nights, exposities, Italiaanse avonden etc. Dit zal zeker van toegevoegde waarde zijn voor de binding met gasten. Door diverse activiteiten aan te bieden voor verscheidene typen personen wordt er een brede doelgroep bereikt wat de ondernemers erg belangrijk vinden. Gebleken is dat deze activiteiten succesvol zijn. Naast dat de website (www.eyckenduyn.nl) als belangrijk marketing –en acquisitietool fungeert wordt er ook actief gebruik gemaakt van social media, waaronder Facebook (www.facebook.com/eyckenduyn) en Twitter (www.twitter.com/eyckenduyn). Hierdoor kunnen potentiële gasten snel accurate informatie inwinnen over Eyckenduyn.
- In de omliggende steden en dorpen rondom Eyckenduyn worden regelmatig flyers uitgedeeld. Niet alleen met betrekking tot de kernactiviteiten van deze onderneming golfen, eten en drinken, maar ook met betrekking tot de activiteiten die plaats gaan vinden binnen Eyckenduyn. Dit om potentiële gasten te informeren over de wijziging die heeft plaats gevonden in het concept van Eyckenduyn. Een voorbeeld van een dergelijke flyer is toegevoegd aan paragraaf 7.3 van de bijlage.
- De laatste methode is de telefonische benadering van bedrijven die zijn gevestigd in de omgeving van Eyckenduyn. Dit om deze kennis te laten maken met het gewijzigde concept en daarmee de diverse mogelijkheden van Eyckenduyn.

Met al deze activiteiten hopen de ondernemers positieve mond-tot-mond reclame tot stand te brengen. Naamsbekendheid bestond al gezien Eyckenduyn al jaren geleden is opgericht, echter was deze eerst alleen toegankelijk voor de zakelijke markt.

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

2.7.3. Inkoop

De inkoop van Eyckenduyn zal voornamelijk bestaan uit eten en drinken. Voor deze inkoop staat de kwaliteit centraal en probeert Eyckenduyn zoveel mogelijk producten in te kopen bij lokale en regionale ondernemers. Overige producten worden ingekocht via horeca groothandels. Alle producten worden afgeleverd bij Eyckenduyn.

2.7.4. Boekhouding

De administratie van Eyckenduyn wordt deels uitbesteed. Het kasboek zal echter worden bijgehouden door de heer Verkoelen zelf. Hierdoor weet hij goed wat er zoal binnenkomt en uitgaat binnen het bedrijf en blijven ze goed op de hoogte van wat zich afspeelt binnen het bedrijf, wat de kans op onverwachte verrassingen kleiner maakt. De overige zaken worden afgehandeld door een administratiekantoor.

2.7.5. Relatiebeheer

Een goede vertrouwensband met gasten is erg belangrijk. De ondernemer is daarom van mening dat relatiebeheer hierin erg belangrijk is. Vaste gasten vormen namelijk de belangrijkste kapitaalgoederen van de onderneming. Niet alleen garanderen zij Eyckenduyn van een omzet, ook zullen zij voor mond-tot-mondreclame zorgen. Daarom zal de ondernemer altijd sturen op relatiebeheer, waarbij de persoonlijke benadering het belangrijkste aspect is. De ondernemer vindt service richting de gasten erg belangrijk. Hij zal de relaties goed in kaart brengen en rangschikken naar hun rol in het netwerk. Uit die rangschikking zal blijken op welke manier ze hun waarde hebben voor de onderneming.

2.7.6. Kwaliteitsmetingen

Kwaliteit is een speerpunt van de onderneming. Middels jaarlijkse enquêtes worden kwaliteitsmetingen verricht om de doelstellingen te toetsen. Naar aanleiding van de uitkomst van deze enquêtes worden acties ondernomen zoals vermeld in paragraaf 2.2.3. Hierbij kan gedacht worden aan een klanttevredenheidsonderzoek over de producten en over de service en de dienstverlening. Om kwaliteit richting klanten te garanderen wordt elke klacht over de kwaliteit van producten naar de leverancier teruggekoppeld. De verantwoordelijkheid voor het leveren van een vervangend product met een betere kwaliteit ligt in deze bij de leverancier.

2.7.7. Klachten

Loyaliteitsverlies wordt vooral veroorzaakt door een ongunstige locatie, een (te) hoge prijs, onvoldoende kwaliteit en ontevredenheid met de klachtenafhandeling (Bron: Rabobank). Daarom is klachtenafhandeling een belangrijk punt. Bij Eyckenduyn is de klant altijd koning en verwennerij staat centraal. Als er klachten zijn van klanten dan zullen deze altijd adequaat en snel geholpen worden. Om de kwaliteit te toetsen kan gedacht worden aan een klachtensysteem waarin klachten worden bijgehouden.

2.8. Conclusies intern

De conclusies van de hoofdstukken hierboven worden in de interne sterkte-zwakte analyse opgesomd en gekwantificeerd. Deze worden vervolgens in de SWOT analyse tegen de externe kansen en bedreigingen weggezet. De kwalificatie is als volgt:

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

Waardering	Kwalificatie
1	Zeer zwak
2	Zwak
3	Sterk
4	Zeer sterk

Tabel 12: Kwalificaties

2.8.1. Sterke interne punten

Punt:	Sterkte	Waardering
Uniek	Eyckenduyn is met haar concept en de ligging uniek te noemen	4
Diversiteit	Eyckenduyn biedt een diversiteit aan activiteiten en probeert naast het bieden van een golf- en horecagelegenheid ook wat extra's te doen	4
Totaalpakket	Eyckenduyn biedt het totaalpakket aan de gast gezien zij genoeg mogelijkheden tot consumptie bieden, diverse ruimtes verhuren en extra activiteiten regelmatig georganiseerd worden	4
Cijfers	De kwartaalcijfers vanaf 2012 laten een succesvolle stijging zien en beloven dus wat voor de komende periode	4
Acquisitie & marketing	De ondernemer besteedt erg veel aandacht aan het plegen van marketing en acquisitie	4
Locatie	Eyckenduyn is gelegen midden in de natuur. Dit geldt tevens voor de golfbanen waardoor Eyckenduyn op een unieke locatie is gelegen	4
Werkbereidheid	De werkbereidheid van de ondernemers is hoog, eveneens als de flexibiliteit. Ze zijn bereid veel uren te maken	4
Website	Doordat Eyckenduyn gebruik maakt van een website kunnen potentiële gasten snel accurate informatie inwinnen	4
Naamsbekendheid	Ondanks dat Eyckenduyn eerst alleen toegankelijk was voor de zakelijke markt was er al enige naamsbekendheid opgebouwd. Het veranderen van het concept zal hierdoor de interesse wekken	4
Regionale producten	Bij de bereiding van de verschillende gerechten wordt gebruik gemaakt van regionale producten	3
Rendement	Het rendement op de geleverde producten is hoog te noemen	3
Kwaliteitsmetingen	Via kwaliteitsmetingen wordt de kwaliteit van de dienstverlening gewaarborgd	3

Tabel 13: Sterke interne punten

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

2.8.2. Zwakke interne punten

Punt	Zwakte	Waardering
Privéleven ondernemers	De openingstijden van Eyckenduyn zijn erg ruim. Dit kan invloed hebben op het privé leven van de ondernemer.	2
Omstandigheden	De winstgevendheid van het horeca gedeelte zal onder invloed staan van weersomstandigheden en vakantieperiodes.	2

Tabel 14: Zwakke interne punten

3. Markt- en omgevingsanalyse

3.1. Marktomschrijving

3.1.1. De markt

In dit hoofdstuk zal worden beschreven hoe de markt is samengesteld waar Eyckenduyn in actief is. Hierbij zal er gekeken worden naar de kansen en bedreigingen van de markt en naar de verschillende omgevingsfactoren die van invloed zijn op de onderneming. Zoals weergegeven onder paragraaf 1.3 is Eyckenduyn actief in de branche horeca en recreatie, echter specifiek in de subbranche restaurants en golfbanen.

Trends

Restaurant

- Toenemend gebruik internet en social media bij gasten en restaurants
- Groei buitenhuisconsumptie en meer eetmomenten
- Belangstelling voor gezonde en duurzame voeding
- Het gebruik van authentieke (streek)producten raakt meer in trek
- Aandacht voor duurzaamheid bij gasten en ondernemers.

Golfbanen

- Het aantal golfbanen neemt toe en zij worden gemiddeld groter en professioneler
- Flexibilisering lidmaatschappen, betalingsvormen en prijzen
- Ontwikkeling naar golfbanen met een ruimere opzet en mogelijkheden voor recreatief medegebruik
- Het aantal 'vrije golfers' groeit sneller dan het aantal clubgebonden golfers.

Deze trends brengen een aantal kansen en bedreigingen met zich mee. De heer Verkoelen zal deze goed analyseren en zodoende inspelen op de ontwikkelingen in de markt.

Kansen en bedreigingen

Restaurant

- Een goede website is een uitstekend uithangbord voor een restaurant. Meer dan de helft van de potentiële gasten raadpleegt eerst het internet voor een bezoek aan een restaurant.
- Toename van het aantal kapitaalkrachtige (alleenstaande) ouderen met veel vrije tijd die een belangrijke doelgroep kunnen zijn voor restaurants.
- Het belang van een goed terras neemt toe. Ook omdat mensen een plek zoeken waar ze nog wel mogen roken.
- Branchevervaging. Een toenemend aantal foodconcepten positioneert zich tussen de traditionele supermarkt en de horeca. Deze concepten spelen vaak in op de behoefte aan snelheid in een aantrekkelijke omgeving.
- De consumenten zijn voorzichtiger met uitgaven buiten de deur. Zowel het aantal gasten als de bestedingen per gast nemen af.

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

- Totaal aantal restaurants stijgt ondanks volumedaling in de branche. Er is een afname van Chinese en Nederlands-Franse restaurants en een toename van Japanse, Internationale en Zuid-Europese keukens.

Golfbanen

- Golf is een nog altijd groeiende sport
- Meer aandacht voor klantenbinding bij vrije golfers en daardoor meer herhalingsbezoek
- Golf heeft ook een sociale functie en fungeert als zakelijk netwerk. Het oprichten van een businessclub kan de omzet verhogen
- De horeca biedt nog ruimte voor rendementsverbetering. De omzet kan bijvoorbeeld omhoog door meer arrangementen aan te bieden
- In sommige delen van Nederland (vooral in meer dunbevolkte gebieden buiten de Randstad) ligt verzadiging in het aanbod op de loer
- Afname aantal clubleden door vergrijzing
- Verder ontwikkelen van de golfsport met uitbereiding van de golfbaan aan de overzijde van de Kesselseweg met Familiegolf (Supa golf)

Perspectief

Restaurant

Er is toenemende concurrentie van branchevreemde aanbieders. Door de afname in koopkracht zal de consument minder gaan uitgeven in de horeca. Restaurants zullen in 2012 meer dan ooit de strijd met de fast service, supermarkten en warenhuizen moeten voeren. De consument kiest steeds vaker voor 'uit eten thuis (bezorgd)'. Het aanbod in maaltijd(componenten) die eenvoudig thuis genuttigd kunnen worden is uitgebreider en luxer geworden. Restaurants moeten daar iets tegenover zetten om herkenbare meerwaarde te bieden. Meer onderscheidend vermogen is nodig, omdat de consument niet meer vanzelf komt. Vers en verantwoord, regionaal of juist exotisch, beleving en gastvrijheid; daar moeten restaurants het op gaan winnen. In Nederland zijn het vooral warenhuizen die eigen restaurants exploiteren, maar ook supermarkten kunnen hierop inspringen. De concurrentie zal dan ook nog heviger gaan worden. Naar verwachting zal de omzet in 2012 een lichte daling laten zien.

Daarnaast stijgen de inkoopkosten en personeelslasten. De gemiddelde besteding daalt en de consument let scherp op de prijs-kwaliteit verhouding. Een goede menucalculatie, slimme inkoop en creatieve promotieacties zijn nodig om de consument met een betaalbaar product te (blijven) verleiden en verrassen. Die trend vraagt om vernieuwende oplossingen binnen bestaande en nieuwe concepten. Dat kan onder andere leiden tot smallere assortimenten, meer zelfbediening, meer vaste menu's en meer inzet van arbeidsbesparende technieken en apparatuur (Rabobank, 2012).

Golfbanen

De verwachte daling van de koopkracht van de consument heeft de stemming in de golfbranche weer wat versomberd. 2011 werd met een stijgende omzet afgesloten en de branche zag vooral de zakelijke markt weer aantrekken. De ontwikkeling in deze markt is door de recessie ook onzeker geworden. We verwachten voor 2012 geen verdere omzetgroei. Golfbanen zullen hun uiterste best

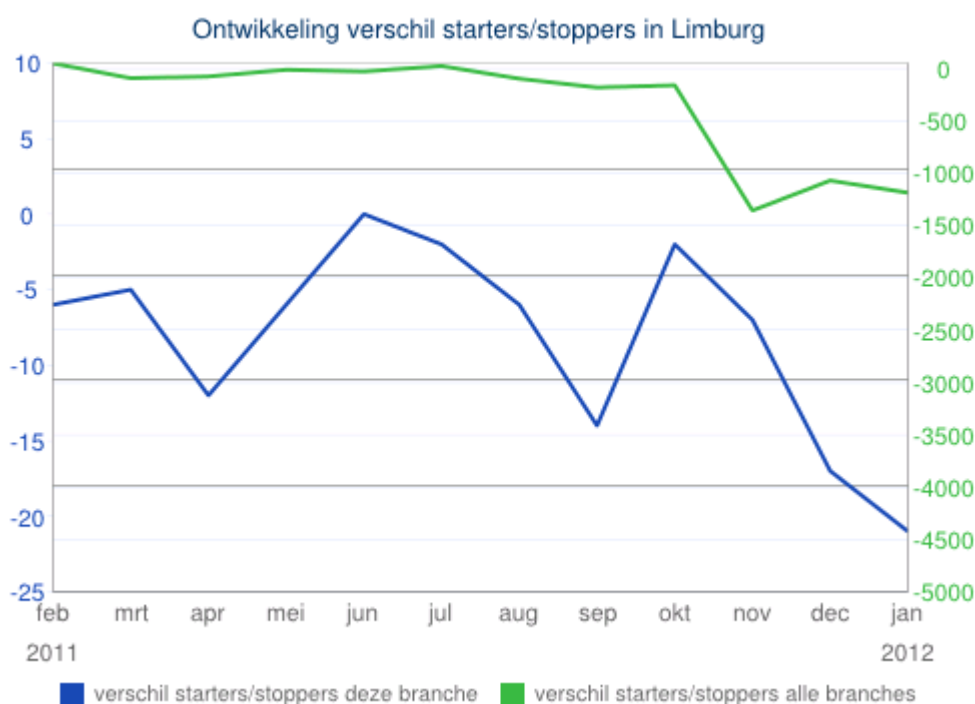
Bedrijfsplan – Eyckenduyn

moeten doen om het omzetniveau van 2011 te behouden. Het langetermijnperspectief voor de golfbranche is nog wel relatief gunstig door de blijvende groei van het aantal golfers.

Het aantal golfbanen is de afgelopen jaren doorgegroeid. Bovendien zijn er nog nieuwe banen gepland, al duurt de realisatie soms lang vanwege het trage vergunningentrajec. Het gevaar van overaanbod ligt op de loer waardoor het risico op prijsconcurrentie en verdringing toeneemt. Dat is negatief voor de bezettingsgraad en winstgevendheid. De marktpotentie is daarom zeker niet in alle regio's even groot. Het rendabel exploiteren van een golfbaan is niet eenvoudig. Nieuwe banen dienen rekening te houden met forse aanloopverliezen. Voor alle banen geldt dat een goede positionering steeds belangrijker wordt. Daarbij moet de prijs-kwaliteitverhouding goed zijn. Verder is aandacht vereist voor ledenwerving en –behoud.

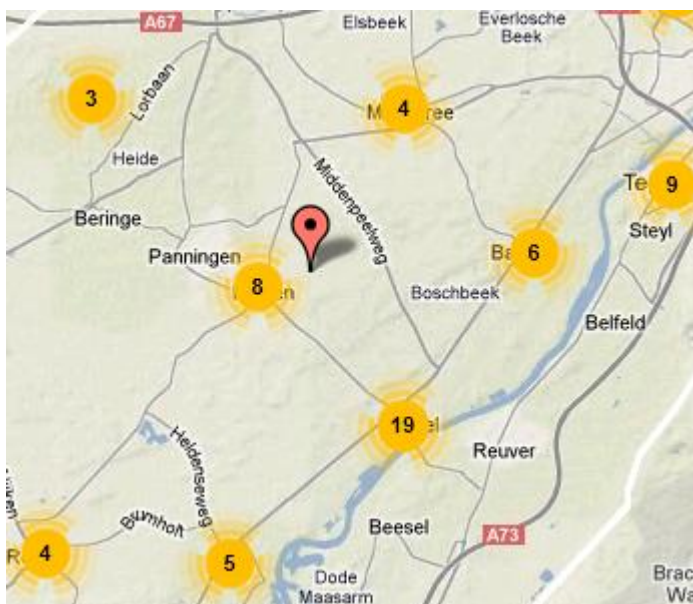
3.1.2. Cijfers

In de onderstaande afbeelding is de ontwikkeling te zien binnen de subsector restaurants. Deze cijfers zijn afkomstig van de Kamer van Koophandel (2012).



Afbeelding 5: De ontwikkelingen omtrent starters en stoppers binnen de subsector restaurants

Zoals te zien is, is het aantal ondernemingen binnen deze sector eind 2011 afgenomen. Echter wordt deze trend ook geconstateerd binnen de overige branches waardoor deze afname niet alleen te wijten is aan ontwikkelingen binnen deze branche specifiek. Binnen heel Nederland zijn er in de maand januari 2012 83 ondernemingen gestart binnen deze branche, echter zijn er ook 355 ondernemingen gestopt. Dit verklaart het negatieve verschil van 272 ondernemingen in januari 2012.



Afbeelding 6: Aantal horecagegelegenheden rondom Helden

In de bovenstaande afbeelding zijn het aantal restaurants in de omgeving van Helden zichtbaar.

3.2. Marktbewerking

3.2.1. Naamsbekendheid

Gezien Eyckenduyn jaren terug is opgericht is er al enige naamsbekendheid tot stand gekomen. Echter was Eyckenduyn voorheen alleen toegankelijk voor de zakelijke markt en daarnaast niet betaalbaar voor iedereen. Ondanks dat het concept gewijzigd is, is er gedurende de jaren wel enige naamsbekendheid ontstaan. Nu is het van belang dat de doelgroep bekend raakt met de nieuwe naam, het nieuwe concept en daarmee de laagdrempeligheid die Eyckenduyn handhaaft. Het opbouwen van naamsbekendheid is erg belangrijk. De ondernemers besteden veel tijd aan het vinden van nieuwe klanten via het huidige netwerk en het vergroten van de naamsbekendheid, zoals besproken is onder paragraaf 2.7.2. Middels de hier beschreven acties zal de naamsbekendheid zich verder ontwikkelen. Met deze acties zal een groot deel van de doelgroep bereikt worden en mond-tot-mond reclame tot stand komen.

3.2.2. Marktaandeel

Eyckenduyn heeft al een zeker marktaandeel gezien zij al beschikt over verschillende vaste gasten die gebruik maken van de dienstverlening en producten van deze onderneming. Zo lang de vaste gasten tevreden zijn heeft Eyckenduyn voldoende marktaandeel. Met de acties die de ondernemers zullen ondernemen om de naamsbekendheid te vergroten zal het marktaandeel alleen maar toenemen.

3.3. Bedrijfstakanalyse

3.3.1. Concurrentie

In de omgeving van Eyckenduyn zijn meerdere golflocaties te vinden. De Peelse Golf is gelegen in Evertsoord – Sevenum, slechts 10 kilometer van Eyckenduyn en is daarmee een directe concurrent.

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

Naast de gebruikelijke golfarrangementen zijn er ook horeca voorzieningen.

Vlabij Roermond (25 km van Eyckenduyn) ligt Burggolf Herkenbosch welke ook een vergelijkbaar pakket aanbiedt. Op 15 kilometer afstand, in Reuver, is het Golfodome te vinden. Zij richten zich vooral op beginners en op groepen amateur golfers en bieden een laagdrempelig, beperkt menu aan.

3.3.2. Leveranciers

Voor deze inkoop staat de kwaliteit centraal en probeert Eyckenduyn zoveel mogelijk producten in te kopen bij lokale en regionale ondernemers. Overige producten worden ingekocht via horeca groothandels. Alle producten worden afgeleverd bij Eyckenduyn.

3.3.3. Afnemers

Zoals uitgebreid omschreven onder paragraaf 2.3.1. wordt er voor de doelgroep van Eyckenduyn onderscheid gemaakt tussen vier groepen; bedrijven, golf liefhebbers, niet golf liefhebbers en passanten en toeristen.

3.3.4. Substituten

Voor de golfbaan bestaat er geen substituuat gezien het vrijwel onmogelijk is deze in de achtertuin te plaatsen. Echter bestaat er wel een aan te wijzen substituuat voor de horecagelegenheden van Eyckenduyn. Gezien Nederland momenteel kampt met naweeën van de economische crisis en buitenhuisconsumptie kosten met zich mee brengt is een aan te wijzen substituuat voor de horecagelegenheden van Eyckenduyn thuis consumeren voor een lagere prijs. Deze dreiging is dan ook relatief hoog te noemen.

3.3.5. Toetreders

Er is op dit moment niets bekend van potentiële toetreders in de branche.

3.4. Omgevingsontwikkelingen

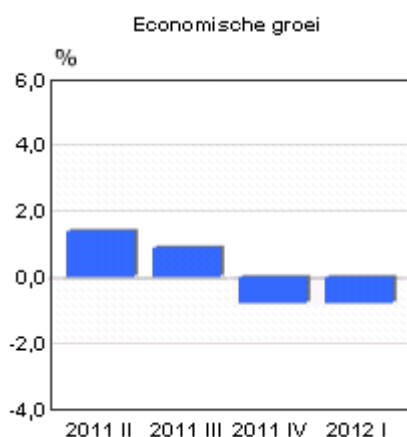
3.4.1. Demografische ontwikkelingen

Momenteel is er sprake van vergrijzing binnen Nederland. Dit biedt kansen voor bedrijven die producten of diensten aanbieden die interessant zijn voor deze groep mensen. Vaak zijn dit mensen met veel financiële ruimte en om deze reden besteden ze ook vaker zaken uit. Dit is een positieve ontwikkeling voor het horecagedeelte van Eyckenduyn. Kapitaalkrachtige ouderen zijn vaak een belangrijke doelgroep van in dit geval de brasserie en het restaurant. Anderzijds is deze ontwikkeling van minder positief effect op het aantal clubleden.

3.4.2. Economische ontwikkelingen

Zoals te zien is op de onderstaande afbeelding was er gedurende het afgelopen jaar sprake van een negatieve economische groei. Echter zoals zichtbaar is blijft deze in het eerste kwartaal van 2012 gelijk. Ondanks dat deze groei gelijk is gebleven kampt men nog steeds met de naweeën van een hevige economische crisis. Economen in de hele wereld zijn er tot op heden niet over uit wanneer deze crisissituatie zal afnemen. Echter op dit moment vinden er veel onderhandelingen plaats om maatregelen treffen om deze crisis te bestrijden.

Bedrijfsplan – Eyckenduyn



Afbeelding 7: De economische groei

3.4.3. Sociaal Maatschappelijke ontwikkelingen

Een aantal interessante sociaal maatschappelijke ontwikkelingen zijn de moeite waard om mee te nemen in dit plan. Hieronder zullen deze puntsgewijs worden weergegeven:

- Bedrijven en particulieren oriënteren zich steeds via internet bij de inkoop van producten. Mede door de gehaaste samenleving is internet voor bedrijven een belangrijk en vooral snel middel om zich te oriënteren op aankopen. Eyckenduyn speelt hier goed op in door actief gebruik te maken van een website.
- De ontwikkeling die hierbij aansluit is het feit dat mensen steeds meer communiceren via social media als Twitter, Hyves en Facebook. Dit opent kansen voor bedrijven om marketingactiviteiten te ontplooiën op deze vormen van social media. Daarnaast kan via het internet mond-tot-mond reclame makkelijker plaats vinden. Eyckenduyn speelt hier goed op in door gebruik te maken van zowel Facebook als Twitter.
- Een laatste interessante ontwikkeling is het veranderde consumentengedrag. Voor de consument wordt de afkomst van een product, de duurzaamheid en het 'groen' produceren steeds belangrijker.
- Een laatste sociaal maatschappelijke ontwikkeling heeft betrekking op het gedrag van de consument, waarbij er steeds meer nadruk op gemak komt te liggen. Hiermee hangt ook de opkomst van de zogenaamde one-stop-shoppers. Mensen willen dus één bedrijf aan doen voor al hun problemen, vragen en inkopen. Eyckenduyn speelt hierop in door naast verschillende faciliteiten aan te bieden op golfgebied tevens diverse horecagelegenheden en activiteiten aan te bieden, waardoor de consument voldoende keus heeft en voor alle vragen terecht kan.

3.4.4. Technologische ontwikkelingen

Er zijn op dit moment geen relevante technologische ontwikkelingen in deze branche, zover bekend.

3.5. Conclusies extern

De kwalificatie is als volgt:

Waardering	Kwalificatie
1	Zeer zwak
2	Zwak
3	Sterk
4	Zeer sterk

Tabel 15: Kwalificaties

3.5.1. Kansen extern

Punt:	Sterkte	Waardering
Recreatief gebruik	Binnen de golfbranche wordt er steeds meer belang gehecht aan het recreatieve gebruik van golfbanen. Eyckenduyn speelt hier sinds het nieuwe concept op in door de golfbanen toegankelijk te maken voor iedereen.	4
Social media	De opkomst van Social Media opent kansen voor ondernemers om op deze manier nieuwe klanten te winnen. Eyckenduyn speelt hier goed op in door diverse social media tools te gebruiken.	4
Buitenhuisconsumptie	Men kiest er steeds vaker voor buiten het huis te consumeren. Dit is positief voor Eyckenduyn gezien het over zowel een brasserie als over een restaurant beschikt.	4
One-stop-shoppers	Mensen willen tegenwoordig liever één bedrijf aan doen voor allerlei zaken. Eyckenduyn speelt hier goed in door het totaalpakket te bieden aan de klant.	4
Sociale functie	Golfbanen hebben steeds vaker een sociale functie. Eyckenduyn gaat hier zeker in mee gezien alle activiteiten die regelmatig georganiseerd worden.	4
Klantenbinding	Men hecht in de golfbranche steeds meer waarde aan klantenbinding. Voor de ondernemer staat service en verwennerij richting de klant toe centraal, waardoor hij goed inspeelt op deze verandering.	4
Terras	Klanten hechten meer waarde aan het hebben van een terras. Dit is een kans voor Eyckenduyn; het heeft ongeveer 100 zitplaatsen ter beschikking op het terras.	4
Flexibilisering	Flexibilisering van prijzen en lidmaatschappen in de golfbranche wordt momenteel als belangrijk ervaren. Eyckenduyn past dit ook toe sinds het nieuwe concept laagdrempeligheid en toegankelijkheid voor iedereen centraal staat.	4
Rendementsverbreding	Er bestaat binnen de golfbranche steeds meer ruimte voor rendementsverbreding. Dit kan worden gerealiseerd door het aanbieden van diverse arrangementen. Eyckenduyn	4

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

	maakt hier al goed gebruik van.	
Internet	Door het stijgende gebruik van Internet zullen potentiële klanten eerder terecht komen bij de website van Eyckenduyn. Het belang van het hebben van een website is ook aanzienlijk toegenomen.	3
Kapitaalkrachtige ouderen	Eyckenduyn speelt hierop in door de menukaart voor deze ouderen aantrekkelijk te maken en zo deze doelgroep naar zich toe te trekken.	3
Streekproducten	Men hecht steeds meer waarde aan het gebruik van steekproducten in gerechten. Voor de bereiding van gerechten in de brasserie of in het restaurant worden deze soort producten gebruikt.	3

Tabel 16: Externe kansen

3.5.2. Bedreigingen extern

Punt	Zwakte	Waardering
Afname besteding	Momenteel hebben consumenten een lager bestedingspatroon, waardoor ze minder snel gebruik maken van de producten van Eyckenduyn. Dit zorgt tevens voor meer concurrentie binnen de horecabranche.	2
Dreiging overaanbod	Momenteel bestaat er een gevaar voor overaanbod in de golfbranche, voornamelijk buiten de Randstad waar Eyckenduyn ook gelegen is.	2
Vergrijzing	De vergrijzing binnen Nederland neemt toe. Dit heeft een negatief gevolg voor het aantal clubleden.	2
Substituten	Voor het horecagedeelte van Eyckenduyn zijn er aan te wijzen substituten.	2

Tabel 17: Externe bedreigingen

4. SWOT analyse

In deze SWOT-analyse worden de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van de heer Verkoelen en Eyckenduyn uiteengezet in een SWOT-matrix. Deze matrix bestaat uit de volgende velden: groeiveld, verbeterveld, verdedigveld en problemenveld (zie bijlage 7.4.). De velden met de meeste potentie zijn de groeivelden en verbetervelden. Onderstaand is de SWOT-matrix van de Eyckenduyn.

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

<i>Sterkte:</i>																		
	Waarde:		4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3		2	2	2	2
	Sterkte:																	
Uniek	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Complementair	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Diversiteit	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Totaalpakket	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Cijfers	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Acquisitie & Marketing	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Locatie	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Werkbereidheid	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Website	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Naamsbekendheid	4		8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7		6	6	6	6
Regionale producten	3		7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6		5	5	5	5
Rendement	3		7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6		5	5	5	5
Kwaliteitsmetingen	3		7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6		5	5	5	5
	Zwakte:																	
Privéleven	2		6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5		4	4	4	4
Omstandigheden	2		6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5		4	4	4	4
			105	105	105	105	105	105	105	105	98	98	98		83	83	83	83

Tabel 20: SWOT analyse

5. Strategie

5.1. Strategie op korte termijn

Actie:	Omschrijving:	Kwartaal:
A	Acquisitie plegen	1
B	Restaurant uitbouwen	1
C	Mond-tot-mond reclame	1
D	Marketingacties ondernemen	1
E	Uitwerken plannen Familiegolf en trainingscentrum	1

Tabel 21: Strategie op korte termijn

5.2. Strategie op middellange termijn

Actie:	Omschrijving:	Kwartaal:
F	Contact met gasten onderhouden	2
G	Acquisitie plegen	2
H	Metten van tevredenheid van gasten door middel van enquêtes.	2
I	Website en informatiebronnen up to date houden	2
J	Realiseren Familiegolf en driving range	4

Tabel 22: Strategie op middellange termijn

5.3. Strategie op lange termijn

Voor de lange termijn is het belangrijk binnen het bedrijf gasten te werven en te behouden. In eerste instantie zal dit gebeuren door de huidige gasten tevreden te houden, zodat deze gast blijven van Eyckenduyn. De tevredenheid onder gasten kan gemeten worden door enquêtes aan het eind van het jaar. Op basis hiervan kunnen de ondernemers gerichte acties ondernemen. Daarnaast zullen tevreden gasten zorgen voor naamsbekendheid en mond-tot-mondreclame. Op die manier zal het gastenbestand worden uitgebreid. Tevens is het heel belangrijk om goed om te gaan met klachten. Meteen als er klachten komen moet daar adequaat op worden geanticipeerd. Verder zal er continue moeten worden gezocht naar potentiële nieuwe gasten. Het is ook belangrijk dat de informatievoorziening altijd up to date is, waarbij de website en social media een belangrijk middel is. Ook zijn er al tv-opnames geweest van Lekker Leuk Leven van SBS 6 en Puberuil. Onlangs is de aftrap voor het familiegolf geweest in het PSV stadion in Eindhoven zie <http://www.eyckenduyn.nl/wervelende-aftrap-supa-golf-in-psv-stadion/>

Hotel

Vorig jaar is er door de eigenaar van het landgoed onderzoek gedaan naar de mogelijkheden om een hotel te vestigen op het landgoed van Eyckenduyn en is hiervoor een studie uitgewerkt. In de toekomst kan er verder onderzocht worden of er mogelijkheden zijn om deze plannen verder uit te werken en kan er gekeken worden of hiervoor geïnteresseerde investeerders of hotelketens zijn. Op deze manier zou Eyckenduyn een nog verdere groei door kunnen maken en nog meer in kunnen

Bedrijfsplan – Eyckenduyn

spelen op bedrijven en toeristen wat zowel Eyckenduyn een impuls kan geven als de gehele regio en kan daarbij nog verder gaan samenwerken met andere bedrijven in de regio.



6. Samenwerkende bedrijven

Eyckenduyn heeft het afgelopen jaar een samenwerking gezocht met de volgende regionale bedrijven:

- Hotel Antiek
- B&B De Oude Pastorie
- Chateau de Raaij
- Lenders Bouwadvies
- Carcleaning Shine Meijel
- Ideal Standaard
- Kapelkeshof

7. Bronnen

- Rabobank Cijfers en Trends
- www.kvk.nl
- www.cbs.nl
- www.googlemaps.nl

8. Bijlage

8.1 Sfeerimpressie



Bedrijfsplan – Eyckenduyn



Bedrijfsplan – Eyckenduyn





8.2 Voorbeeld flyer

Peel en Maas Christmas Event

Glitz & Glam

Eyckenduyn en Change catwalk trends en mode voor heren, dames en kinderen

Kinderhoek tijdens Glitz&Glam

zondag 25 november 13.00-19.00 uur

make-up proeven kleding nagels accessoires sieraden haartrends brillen interieur golfclubs

EYCKENDUYN Kerscheveneg 9 Helden T (077) 851 28 68
www.eyckenduyn.nl www.changeconcept.nl

change

8.3 Toelichting SWOT Analyse

	Kansen	Bedreigingen
Sterkten	Groeiveld	Verdedigveld
Zwakten	Verbeterveld	Problemenveld

Tabel 23: Toelichting op de SWOT analyse