



## Artikel 2: De onderneming verkoop klaar maken

In artikel 1 kwamen moment van verkoop en waarde van de onderneming aan bod. Als de stip aan de horizon is gezet moet een traject in gang worden gezet om de verkoop van de onderneming succesvol tot stand te brengen. De eerste stap in dit traject is het in kaart brengen van de lokale markt en de samenstelling van de omzet. Wat is het toekomstperspectief voor een opvolger?

### Kwaliteit van de locatie(s) nu en in de toekomst

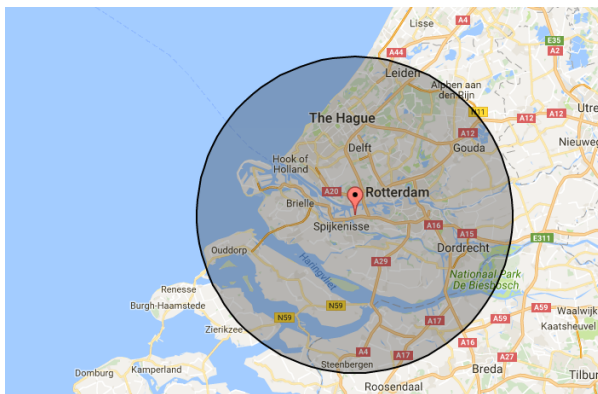
Bestaat de onderneming uit één winkel of zijn er meerdere winkels? Is er sprake van een centrale bakkerij of bevindt de bakkerij zich achter de winkel? Neem afstand van uw bedrijf en kijk er eens met de ogen van een potentiële opvolger naar. Is de opbouw van het bedrijf nog steeds even logisch als toen u begon, of is er in het marktgebied structureel iets veranderd. Met het marktgebied wordt het gehele verzorgingsgebied van de onderneming bedoeld. Wat is de kwaliteit van de verschillende verkooppunten? Dat wat vroeger een goede locatie was, hoeft dat nu niet meer te zijn. Is de bakkerij goed bereikbaar en hoe is de bevoorrading geregeld.

### Huurcontract

Is de doelgroep waar u zich altijd op heeft gericht nog steeds dezelfde of zijn uw klanten weggetrokken naar een ander deel van de stad? Hebben de klantenstromen zich verplaatst naar elders en blijkt het moeilijk om de omzet op peil te houden dan is misschien de locatie niet meer zo goed. Hoe zit het dan met het huurcontract? Mogelijk moet de huur worden opgezegd en moet u op zoek naar een locatie met meer perspectief. Een aflopend huurcontract biedt soms mogelijkheden om nieuwe betere condities uit te onderhandelen. Nu denkt u misschien: 'dat moet mijn opvolger dan maar doen', maar één mindere locatie of een te hoge huur in het geheel kan voor een potentiële koper reden zijn om af te zien van de koop. Ingeval van een eigen pand moet een plaatselijke makelaar worden ingeschakeld om de huur vast te stellen.

### Marktgebied en doelgroep in kaart

Het in kaart brengen van het marktgebied is letterlijk op een kaart of Google Maps intekenen waar uw klanten vandaan komen. Er moet ook worden vastgesteld wat de omvang van uw marktgebied is en welk marktaandeel u daarin heeft.



Hierbij worden vanzelfsprekend alle andere aanbieders in het marktgebied van soortgelijke producten in het onderzoek betrokken. Op basis van verschillende onderzoeken van het CBS is inzicht te krijgen in het bestedingspatroon van de consument, maar ook in de samenstelling van de bevolking in het marktgebied. Maak een beschrijving van uw doelgroep. Zijn dat jonge gezinnen, ouderen et cetera. Het is belangrijk dat u uw doelgroep goed kunt omschrijven. Hoe verhoudt uw positie zich ten aanzien van de andere aanbieders als het gaat om prijs, kwaliteit en servicegraad. Op basis van het

berekende marktaandeel en de overige gegevens kan de huidige marktprestatie worden beoordeeld en kan een inschatting worden gemaakt voor toekomstige groei. Dit laatste is voor een potentiële koper een belangrijk gegeven.

### Omzet derde kanaal

In veel bedrijven is niet alleen sprake van omzet via de winkel, maar wordt ook omzet gerealiseerd in het derde kanaal. Welk aandeel van de omzet is dat en in hoeverre is deze omzet persoonsgebonden. In de bakkerij is het meestal niet gebruikelijk dat wordt gewerkt met leveringscontracten. De basis tussen afnemer en leverancier is

er vaak één van vertrouwen. In 99 van de 100 gevallen wordt niets op papier gezet. Zet per afnemer de afspraken eens goed op een rij. Maak per afnemer een dossier aan en leg daarin vast wat is afgesproken over levertijden, assortiment, kortingspercentage, betalingstermijn en betaalgedrag. In een verkooptraject ontstaat overal waar onduidelijkheid is discussie. Discussie is meestal aanleiding voor de potentiële koper om de prijs die hij voor uw onderneming wil betalen te verlagen.

In een volgend artikel komen aspecten die aandacht moeten krijgen binnen de onderneming aan bod.



Aandachtspunten:

- ✿ Marktgebied omschrijven en marktaandeel bepalen
- ✿ Kwaliteit van de verkooplocaties en de bakkerij beoordelen
- ✿ Doelgroep en mogelijkheden omschrijven
- ✿ Afspraken derde kanaal vastleggen

Dit artikel werd eerder gepubliceerd in "Bakkerswereld" januari 2017