

Productinformatie

Van Spronsen & Partners horeca-advies



Haalbaarheidsonderzoek - Grip & Groei - Marketing communicatieplan -
Conceptontwikkeling - Toekomstvisie - Andere producten



Haalbaarheidsonderzoek

Selectie recente opdrachten:



Café Olivier, Leiden
Voor Debuut BV is de haalbaarheid bepaald voor het Belgische bierconcept Café Olivier in het voormalig St. Elisabeth Ziekenhuis van Leiden.



Châteauhotel Coevorden
Voor de eigenaar van Château De Havixhorst is de haalbaarheid bepaald van de renovatie van kasteel Coevorden.



Ambiance, Veghel
Voor dit restaurant en zalencentrum is de haalbaarheid bepaald voor een nieuwbouw hotel met circa 60 kamers en een update van de zalen en restaurants.

Prijsindicatie:
Vanaf € 2.750,=

Kritische toetsing plannen

Een haalbaarheidsonderzoek beoordeelt plannen voor uitbreiding of nieuwbouw in de horeca en vrijetijdsector op haalbaarheid. Op basis van gesprekken met de ondernemer, het ondernemingsplan en eventueel tussenpersonen wordt deze marktstudie uitgevoerd.

Borgstellingkrediet

Als bij de financiering een borgstellingskrediet noodzakelijk is, zal de bank in veel gevallen om dit type studie vragen. Borgstellingskredieten voorzien de banken van zekerheid vanuit overheidswege zodat risicovollere financieringen mogelijk zijn.

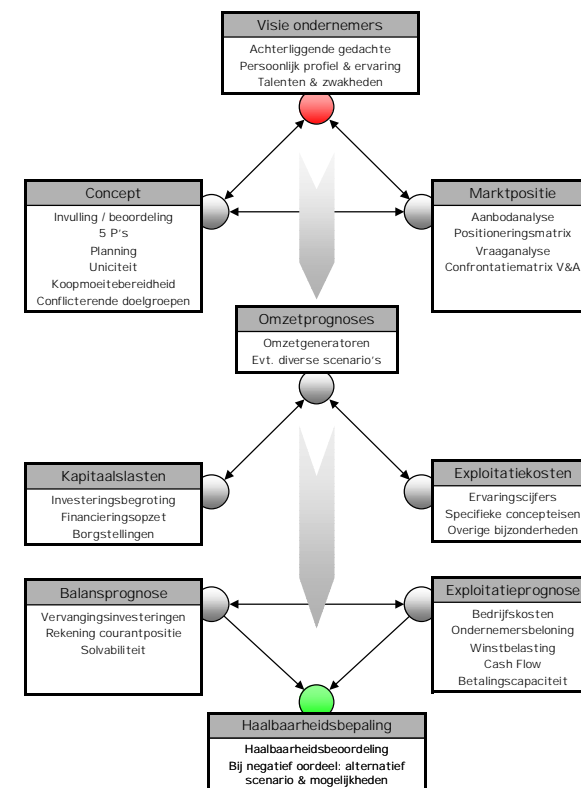
De onderdelen

De beoogde locatie en het pand, de capaciteiten van de ondernemer en het geplande concept brengen we in kaart. Uiteraard wordt de locatie uitgebreid bezocht en bekeken. In de marktanalyse wordt de vraag- en aanbodzijde geanalyseerd. De particuliere, zakelijke en toeristische vraag wordt in kaart gebracht. De precieze eigenschappen van de segmenten worden beschreven en waar nodig geënquêteerd. De concurrentie wordt bezocht en door middel van een positioneringmatrix wordt de marktpositie bepaald. Vanuit bovenstaande wordt de toekomstige marktpositie van het bedrijf bepaald.

Haalbaarheidsbepaling

De omzetspotentie wordt vastgesteld op basis van de studie, norm-, ervarings- en vergelijkingscijfers. Dan volgt een vijfjarige exploitatieprognose. Hierbij worden geplande investeringen en te verwachten bedrijfskosten getoetst en beoordeeld. De plannen dienen bedrijfseconomisch haalbaar te zijn; er moet voldoende verdiend worden. *Bij negatieve uitkomsten zullen alternatieve scenario's worden overlegd en geanalyseerd: Wat kunnen we aanpassen om het plan te laten slagen?*

Modelweergave



Grip & Groei Rendementsverbetering

Selectie recente opdrachten:



De Colonie
De bedrijfsvoering en het concept van dit wegrestaurant en zalencentrum langs de A2 is doorgelicht om het mogelijke rendement te bepalen en te verbeteren.



De Hoofdige Boer
Voor dit landhotel in Almen heeft de doorlichting tot de invoering van een nieuw restaurant-concept geleid.



Golden Tulip
Voor dit hotel met 63 kamers in Zevenbergen zijn de nodige kostenbesparende en omzetverhogende maatregelen vastgesteld.

Prijsindicatie:
Vanaf € 3.500,=

Rendementsverbetering is bij vrijwel ieder bedrijf mogelijk en noodzakelijk bij verliesgevende bedrijven. Bij sturing op 'grip' op de organisatie en focus op de 'groei'- mogelijkheden kan de situatie in veel gevallen succesvol worden verbeterd.

Analyse van de interne organisatie

De eerste stap is een grondige analyse van de organisatiestructuur, administratie, beleidsvoering, gastenbenadering, kwaliteit en gesprekken met het management.

Financiële analyse

De jaarrekeningen en verlies- en winstrekeningen vormen de basis van de financiële analyse. Het omzetverloop, de omzethoogte en de kostenstructuur van de onderneming worden geanalyseerd.

Marktanalyse

Afhankelijk van het bedrijf en de locatie wordt de vraag vanuit de diverse doelgroepen in beeld gebracht. Daarbij worden de concurrenten in kaart gebracht en geanalyseerd.

Uitgangspositie & SWOT

Wat is de huidige situatie? Waar vandaan wordt gewerkt? De SWOT geeft een overzicht van de uitkomsten van de analyses. Waar liggen de kansen? Welke zaken moeten worden aangepakt?

Strategie & doelstellingen

Vanuit de bovenstaande fases wordt een reële set doelstellingen voor de toekomst bepaald. Hoe gaan we de problemen aanpakken? Wat zijn de concrete doelen die moeten worden gehaald?

Maatregelen & planning

'Timing is everything'; de prioriteiten worden op een rij gezet. De maatregelen worden concreet omschreven zodat de ondernemer direct aan de slag kan. Dit wordt vertaald in een exploitatiebegroting. Waar nodig, wordt begeleiding geboden.

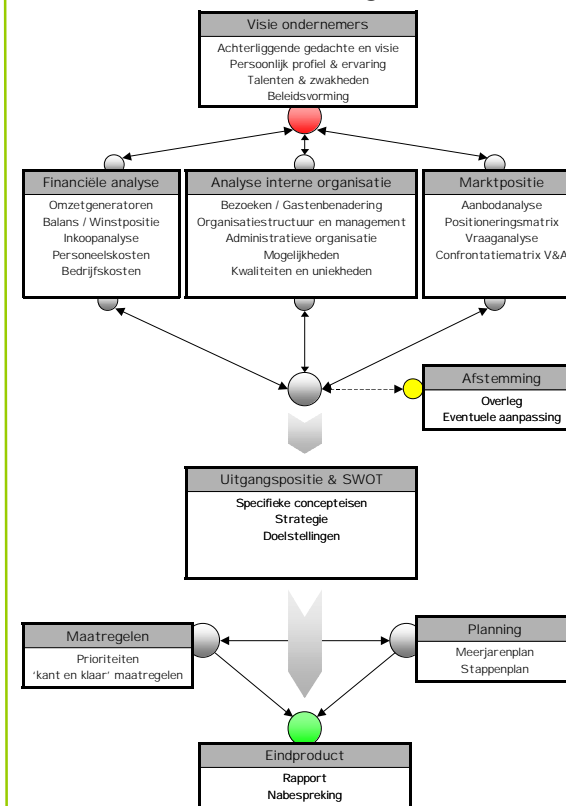
Grip

De gripverhogende maatregelen gaan over inkoop, calculeren, personeelskosten, leidinggeven, plannen, structuur aanbrengen.

Groei

De aanpak van relatiebeheer, promotioneel beleid en acties, 'rumor around the brand', de boodschap, arrangementen, up-selling, internet en vindbaarheid zijn voorbeelden van groei-maatregelen.

Modelweergave



Marketing communicatieplan

Selectie recente opdrachten:



De Meerhoeve
Voor dit restaurant is de marketing en communicatiestrategie opgesteld. Het bereikte doel is een verdere omzetgroei en verbetering van de naamsbekendheid.



Hotel de Borgh
Voor de opening en het eerste jaar van het bedrijf is een marketing en communicatieplan opgesteld waarmee het bedrijf een vliegende start heeft kunnen maken.



Noviteit
Voor dit vergader- en cateringbedrijf in Monster is een begeleiding opgezet ter verbetering van de omzet en controle van de bedrijfsvoering.

Prijnsindicatie:
Vanaf € 4.000,=

Marketing & Communicatie

Dit plan zorgt voor een verhoging van de naamsbekendheid en omzet en biedt begeleiding bij het opzetten of verbeteren van het 'salesbeleid'.

Uitgangspositie

Centraal bij het marketing communicatieplan staat de opdrachtgever. Wat is de visie op de organisatie? Wat voor uitstraling heeft men in gedachte? Met welke achterliggende gedachte is het ooit begonnen? De uitgangspositie vormt de kern van het onderzoek en wordt samen met de opdrachtgever vastgesteld.

Interne & externe analyse

De interne analyse bestaat uit een financieel en een organisatorisch onderzoek. Uiteraard wordt het bedrijf uitvoerig bezocht en geanalyseerd. Daarnaast wordt de marktsituatie in kaart gebracht vanuit aanbod- en vraagzijde. Indien nodig, wordt een nulmeting van de naamsbekendheid en het imago gedaan. Een SWOT analyse brengt de uitkomsten helder in beeld.

Missie, doelstellingen en strategie

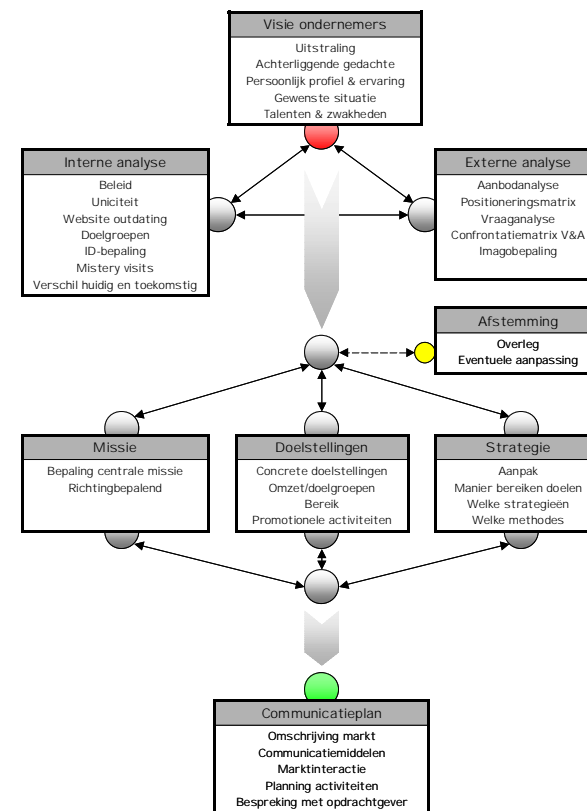
De missie wordt geformuleerd. De toekomstige gewenste identiteit wordt vastgesteld. Welke kansen liggen er voor het bedrijf? De doelstellingen die hieruit voortvloeien vertalen concreet het resultaat dat bereikt dient te worden. Dit wordt samen met de opdrachtgever doorgenomen en begeleid.

Communicatieplan

Het communicatieplan richt zich specifiek op de uitingen in de markt. Welke kanalen worden gekozen? Wat is de boodschap? Hoe presenteert het bedrijf zich? Welke momenten en arrangementen kiezen we? Het communicatieplan omvat veel visuele middelen en wordt in een sessie met de opdrachtgever gepresenteerd en besproken.

Vaak wordt een begeleidingsperiode afgesproken om dit traject van uitvoering te begeleiden.

Modelweergave



Conceptontwikkeling

Selectie recente opdrachten:



Compass Group
Voor de horeca-faciliteiten voor de bezoekers, patiënten en het personeel van het AMC te Amsterdam zijn nieuwe concepten ontwikkeld.



Ahoy Rotterdam
Conceptontwikkeling en -invulling van alle horeca-outlets na renovatie van het bedrijf. De behoefte van de bezoekers staan centraal bij de invulling.



Sir Winston Rijswijk
In opdracht van JP exploitatie hebben we het concept ontwikkeld voor dit leisure center. Hiervoor is tevens de haalbaarheid getoetst.

Prijsindicatie:
Vanaf € 4.000,=

Conceptbepaling

Eén van onze kernactiviteiten is conceptontwikkeling. Dit kan naar aanleiding zijn van een vraagstuk bij de gemeente over een braakliggend stuk grond of een leegstaand pand, een projectontwikkelaar met globale plannen op zoek naar concretisering of een ondernemer die zijn gastvrijheidsfilosofie vertaald wil zien in een concept.

Werkwijze

Samen met de opdrachtgever stellen wij de wensen en bepalende kaders vast. Vervolgens worden de randvoorwaarden van de locatie bepaald. De beperkingen en kansen geven een eerste richting voor het concept. Hierna wordt een uitvoerige marktanalyse gedaan. De eerste stap is het inventariseren van de vraag vanuit de verschillende doelgroepen. Vervolgens wordt het horeca- en leisure-aanbod in kaart gebracht. Positioneringmatrices geven een duidelijk beeld van de spelers in de segmenten. De benchmark brengt wereldwijd bruikbare concepten, trends en ontwikkelingen in allerlei branches in beeld. Ook ontwikkelingen binnen ruimtelijke ordening en mogelijke gevolgen hiervan worden in kaart gebracht. Alle handelingen worden veelvuldig afgestemd met de opdrachtgever.

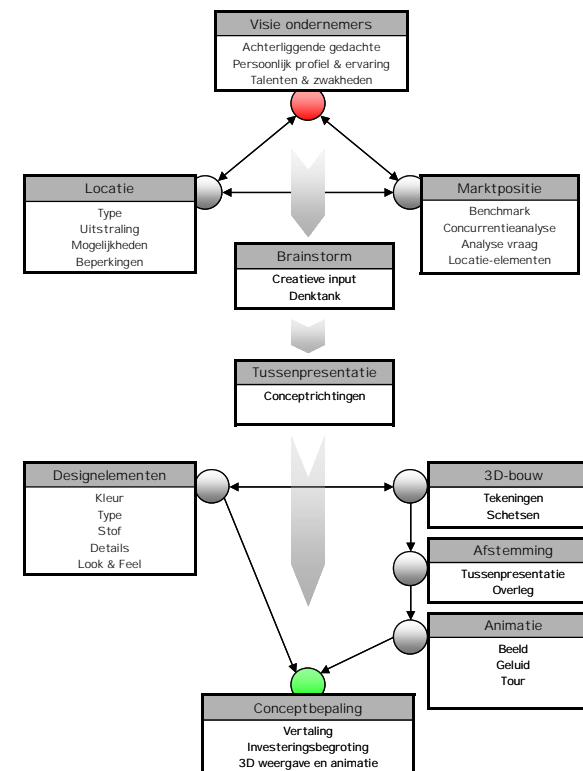
Uitvoering

Nu kunnen heldere keuzes worden gemaakt voor het concept. Het creatieve proces voeren we samen met de opdrachtgever uit. Het concept wordt tot in detail uitgewerkt, waarbij assortiment, inrichting, uitstraling, routing, vierkante meters en investeringsniveau worden bepaald. Tevens worden de promotionele activiteiten en personeelsbeleid voorbereid. De inrichting en uitstraling worden op detailniveau weergegeven en eventueel in een volledige 3D-weergave. We beschikken over professionele ontwerpsoftware waarmee beeld- en filmmateriaal gecreëerd wordt van nieuwe horecaconcepten. Zo zijn driedimensionale vluchten door en over het concept mogelijk.

Programma van Eisen (p.v.e.)

Inzake de grotere projecten en nieuwbouwprojecten behoort het tot de mogelijkheden een p.v.e. op te laten stellen van het concept. Deze dient als leidraad voor de architect, uitvoerder en overige betrokken partijen.

Modelweergave



Toekomstvisie

Selectie recente opdrachten:



SS De Rotterdam
Voor dit opzienbarende cruiseschip te Rotterdam is een vraagbepaling (aantal bezoekers) en een toekomstvisie tot 2040 uitgewerkt.



Hotel Drienerburgh
Voor dit conferentiehotel nabij de Universiteit van Twente is een toekomstvisie opgesteld en de haalbaarheid bepaald.



KNVB Zeist
Voor het sportcentrum in Zeist zijn een vijftal visies uitgewerkt met als doel de positie als 'Het voetbalcentrum van Nederland' te veroveren.

Prijsindicatie:
Vanaf € 5.000,=

Toekomstvisie

Veranderingen in de markt kunnen voor een organisatie de behoefte creëren aan een nieuwe toekomstvisie. Dit kan gewenst zijn bij bedrijfsuitbreiding, omzetstagnatie en rendementsverbetering, behoefte aan toekomstperspectief en een frisse blik.

Analyse van de interne organisatie & randvoorwaarden

Uit gesprekken met de opdrachtgevers, bestudering van plannen en een bezoek aan de locatie wordt een visueel en tekstueel profiel van de toekomstige situatie opgesteld, waarin de gedachte achter het concept en de beoogde voorzieningen zijn meegenomen.

Locatie, marktanalyse en SWOT

De (beoogde) locatie is een belangrijke factor bij de bepaling van de randvoorwaarden voor de toekomstige situatie. In de marktanalyse worden de diverse segmenten binnen de particuliere, zakelijke en toeristische markt in profiel gebracht. Het concurrerend aanbod wordt weergegeven en geeft inzicht in de toekomstige marktsituatie. Bovenstaand wordt samengevat in een SWOT analyse.

Identiteit & imago

In de ideale situatie komt de gewenste identiteit van het bedrijf overeen met het imago in de markt. Vaak is het imago anders dan de gewenste identiteit. Een imago-onderzoek geeft inzicht in het verschil tussen het gewenste imago en de perceptie in de markt.

Afstemming op elkaar

Tijdens het gehele traject worden diverse bijeenkomsten georganiseerd waarbij samen met de opdrachtgever de voortgang en uitkomsten worden besproken. Tevens worden belangrijke keuzes over de richting samen gemaakt. Het is voor ons van groot belang dat de opdrachtgever vanaf een vroeg stadium betrokken is en ook blijft.

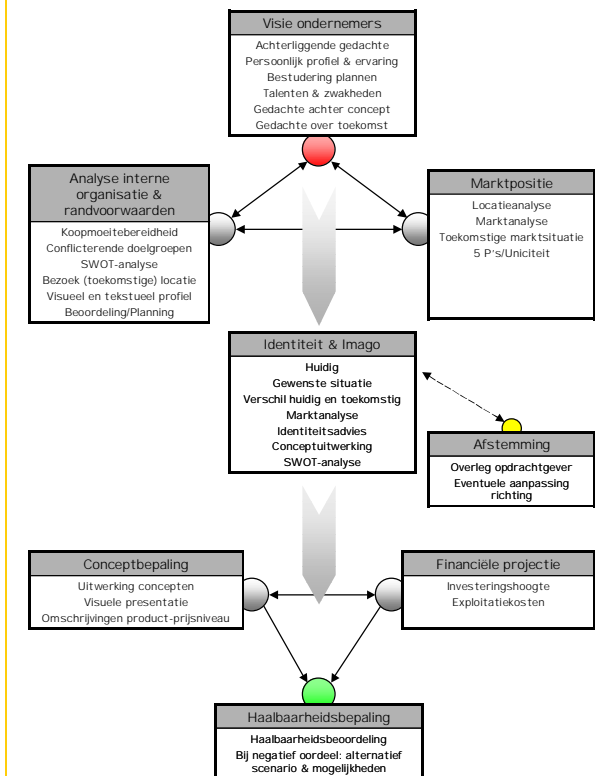
Conceptbepaling

Ieder concept wordt visueel gepresenteerd en uitgebreid verwerkt in omschrijvingen van het product- en prijsniveau, personele en promotionele invulling en de facilitaire voorzieningen. Hierbij kunnen de koopmoetebereidheid, amusementswaarde en onderscheidend vermogen van het concept apart worden behandeld.

Financiële projectie

Op de hoofdlijnen wordt een investeringshoogte vastgesteld en een exploitatieprognose opgesteld voor minimaal 5 jaar.

Modelweergave



Andere producten

Selectie recente projecten



Gemeente Den Haag
Voor de strandpaviljoens in Scheveningen is een huurwaardebepaling gedaan. Daarnaast zijn de mogelijkheden voor jaarrond-exploitaties onderzocht.



Compass Group - FC Zwolle stadion
Voor het nieuwe stadion van FC Zwolle is een omzetspotentie van de horeca bepaald. Daarbij is een huurwaardebepaling voor de horecafaciliteiten uitgevoerd.



Koninklijke BAM Groep
Er is een inspiratiesessie gehouden over de belangrijkste (inter)nationale trends in ontwikkelingen binnen de horeca, leisure en retail.



Gemeente Almere
Voor de prijs van het beste restaurant van Almere hebben we mystery visits gedaan bij de deelnemende restaurants en beoordelingsrapporten opgesteld.



Branding Beach
Voor dit strandpaviljoen in Noordwijk aan Zee hebben we een waardebeoordeling van het gehele bedrijf gedaan.

Mogelijkheden

Management Buy In/Out

Bij een 'Management Buy In/Out' bij horeca- en leisure-ondernemingen wordt het gehele proces inzake de begeleiding, strategische inzet en waardebeoordeling uitgevoerd.

Uitkoopsoembepaling

De uitkoopsoembepaling wordt in overleg met de opdrachtgever vastgesteld. Hierbij biedt een door derde verstrekt onafhankelijk advies uitzicht op reële waardebeoordeling en een goede onderhandelingspositie.

Mystery calls/Mystery visits

Door middel van onaangekondigde bedrijfsbezoeken of reserveringen wordt een objectief beeld van de feitelijke situatie voor gasten nagebootst. De rapportages zijn bondig en kritisch geschreven.

Schadesombepaling (art 49 WRO: Planschade)

Bij een schadesombepaling wordt de geleden schade vastgesteld, ontstaan door bijvoorbeeld een wijziging in het bestemmingsplan of een verslechterde marktpositie door omliggende bebouwing.

Paneldiscussies

Bij een paneldiscussie over horeca, bedrijfsvoering en ontwikkelingen wordt de discussie conceptueel verzorgd en voorzien van aansprekend dia-, film- en fotomateriaal.

Trendpresentaties en gastspreker congressen

De verzorging van trendpresentaties en inspiratiesessies inzake de nationale en internationale ontwikkelingen op het gebied van hospitality, marketing, leisure, retail en de beleveniseconomie. Energieke sessies met film, foto en geluidsmateriaal.

Externe publicaties

Van Spronsen & Partners horeca-advies publiceert met regelmaat vakgerelateerde artikelen, columns en onderzoeken in onder andere:

