

'DE GROTE KRACHT VAN BIZIDEE SCHUILT IN DE COACHING'

'Zonder Bizidee hadden we ons idee nooit kunnen uitwerken tot een startklaar bedrijf. We zijn ingenieurs, en van businessplannen en dergelijke hadden we geen kaas gegeten. Het is precies de begeleiding die Bizidee zo waardevol maakt.' Aan het woord zijn Johan Coosemans en Bart Hermans, de laureaten van de editie 2005-2006. Binnen enkele maanden gaan ze met hun eigen bedrijf van start. Naast het commercialiseren van Zenzo zal het ook elektronika-ontwikkelingen op maat aanbieden.

Coosemans en Hermans zijn beiden burgerlijk elektrotechnisch ingenieur. Ze leggen op dit ogenblik de laatste hand aan hun doctoraat aan de Katholieke Universiteit Leuven. In 2006 waren ze de laureaten van de Bizidee-wedstrijd met Zenzo, een draadloze, compacte, geïntegreerde electrocardiogram- en ademhalingsmonitor. 'Cardio-respiratoire monitors zorgen voor een continue elektronische bewaking

van de ademhaling en de hartslag van pasgeborenen met verhoogd risico op wiegendood', legt Johan Coosemans uit.

'Het feit dat we de wedstrijd gewonnen hebben, is een visitekaartje. Men kent ons.'

'De systemen die in de handel beschikbaar zijn, zijn echter niet comfortabel. Noch voor de baby, noch voor de verpleging en de ouders. Zij zorgen bovendien voor huidirritaties. Zenzo is op al deze vlakken aanzienlijk gebruiksvriendelijker.'

COACHING

'We hebben lang nagedacht en gesleuteld aan ons idee tot we ervan overtuigd waren dat het op punt stond', aldus Bart Hermans. 'Uit een slecht idee kan immers onmogelijk een goed businessplan groeien. Wat de wedstrijd en onze coaches ons hebben bijgebracht, is hoe we het konden realiseren. Van de commerciële analyse tot zaken als patenteerbaarheid. Bizidee is een traject dat we stap voor stap aangereikt kregen. Het gaf ons structuur.'

Een term die hen vooral is bijgebleven, is "unique selling proposition". De kracht van hun product zit in het feit dat het zich onderscheidt van de andere op de markt, door gebruiksvriendelijkheid en comfort. 'De grote meerwaarde van de Bizidee-wedstrijd zit in de coaching', voegt Coosemans eraan toe. 'Je moet weliswaar alles zelf doen, maar je wordt daarbij geholpen. De coaches - in ons geval waren dat Reineke Vandevenne en Frederik Loecx van het Vlaams Agentschap Ondernemen (VLAO) - zetten je op weg. Zo leer je het best.'

VISITEKAARTJE

Zodra beide versiers hun doctoraatsthesis verdedigd hebben, gaan ze van start met hun eigen zaak. Het netwerk dat ze tijdens de wedstrijd hebben opgebouwd, zal daarbij goed van pas komen. Contacten via het internet, maar ook en vooral persoonlijke contacten. 'Bijvoorbeeld op het vlak van de financiering en de patenteerbaarheid hebben we intussen een aanspreekpunt', aldus de laureaten. Wat klanten en leveranciers betreft, moeten de relaties nog worden opgebouwd, maar ook daar opent Bizidee deuren. 'Het feit dat we de wedstrijd gewonnen hebben, is een visitekaartje. Men kent ons. We hebben alvast op papier bewezen dat we een succesvolle zaak kunnen opstarten. De volgende stap is de praktijk.' 1 april 2007 is de voorlopige startdatum. En dat is allesbehalve een aprilgrap.



Bart Hermans en Johan Coosemans, versiers KU Leuven - Kortrijk

KOM ACHTER DAT BUREAU VANDAAN!

Wie meedoet aan Bizidee onderwerpt zijn businessidee aan het oordeel van een achttienhoofdig jury. Dat hoort nu eenmaal bij een wedstrijd. De deelnemers kunnen er alvast op rekenen dat het professionals zijn die zich objectief en in alle vertrouwen over hun geesteskind buigen. Wat het belangrijkste is, de juryleden leveren ook nuttige feedback en helpen de deelnemers in elke fase van de wedstrijd op weg. Bart Walterus, Partner KPMG Advisory, geeft alvast enkele nuttige tips.



Bart Walterus, Partner KPMG Advisory

Om te beginnen, wie zit er precies in de verschillende jury's van de Bizidee-wedstrijd?

Bart Walterus: 'Er is telkens een gezond evenwicht tussen bedrijfsadviseurs, durfkapitalisten en bedrijfsleiders. Bij het samenstellen van de jury's wordt gezocht naar mensen en ondernemingen die de wereld en de problematiek van de starters heel goed kennen en aanvoelen.'

Hoe kunnen de deelnemers de juryleden charmeren?

Bart Walterus: 'Er is geen toverformule. Elk jurylid wordt telkens door andere zaken gecharmeerd. Vanuit mijn ervaring kan ik de kandidaat-ondernemers wel een aantal algemene tips meegeven. Dat is trouwens ook het soort feedback dat we de deelnemers geven. Zo zijn we op zoek naar mensen die geloven in hun initiatief, die aanvaarden dat ondernemen risico's inhoudt en dat er geen zekerheden bestaan. Creativiteit is ook heel belangrijk, vooral in combinatie met een gezonde dosis realisme. Een innovatief idee spreekt nu eenmaal meer tot de verbeelding dan een doordeweekse idee. Dat belet niet dat eenvoudige ideeën soms bij de beste kunnen gerekend worden. Men hoeft het niet noodzakelijk ver te gaan zoeken.'

Wat zijn voor u de sleutelwoorden in elke fase van de wedstrijd?

Bart Walterus: 'In de fase van het idee: originaliteit. In de fase van de haalbaarheid: realisme en gegrondheid. Wat tenslotte het businessplan betreft: het moet volledig, onderbouwd en praktisch zijn.'

Op welke vlakken moeten de deelnemers het vaakst worden bijgestuurd?

Bart Walterus: 'Soms zijn de ingediende projecten nog teveel een

theoretische oefening, en worden de ideeën onvoldoende op voorhand getest. Vandaar mijn advies: toets je idee aan de realiteit en bespreek het met zoveel mogelijk mensen die kunnen helpen. Ook met je coach, maar niet alleen met je coach. Aspirant-ondernemers moeten zowel de markt als de concurrentie goed analyseren. Zij moeten vooral niet achter hun bureau blijven zitten, maar hun ogen en oren zoveel mogelijk te luisteren leggen! Pas dan kunnen zij een geloofwaardig project uitwerken, en ons ervan overtuigen dat er een gat in de markt is voor hun product.'

'Eenvoudige ideeën zijn soms de beste. Men moet het niet noodzakelijk ver gaan zoeken.'

Waarom wil KPMG Advisory zetelen in de jury van Bizidee?

Bart Walterus: 'Heel de dienstverlening van KPMG is erop gericht bedrijven en organisaties te ondersteunen bij het succesvol starten en professioneel uitbouwen van hun activiteiten. Dat begint bij het onderzoek van de haalbaarheid, over de organisatorische uitwerking en de financiering, tot het wapenen van de organisatie met de juiste instrumenten om de ondernemingsrisico's op te volgen en in te perken. Vandaag wil slechts één derde van de Belgen ondernemer worden. In de Verenigde Staten is dat bijvoorbeeld 60%. Het is dan ook niet meer dan normaal dat KPMG wil bijdragen tot het promoten van een cultuur die het professioneel ondernemerschap stimuleert en ondersteunt. Vandaar onze steun aan Bizidee.'

www.kpmg.be

GEEF JE BUSINESSIDEE EEN VLIEGENDE START

Vlamingen scoren goed op het vlak van technologische innovatie. Op het gebied van ondernemerschap en creativiteit is er nog ruimte voor verbetering. Dat bleek midden november nog maar eens op het Creativity World Forum, uit een analyse van het Flanders District of Creativity (FDC) kenniscentrum.

Daarom vind ik Bizidee een waardevol initiatief. De wedstrijd voor het beste ondernemingsplan heeft als doel zoveel mogelijk beloftevolle businessideeën te doen uitgroeien tot succesvolle bedrijven. De wedstrijd kadert trouwens binnen de campagne 'Jij bent Flanders' Future! die creativiteit wil loswaken in het dagelijks leven van iedereen. Bizidee biedt de aspirant-ondernemers een netwerk van partners. De jonge starters die nood hebben aan ervaring en vaardigheden, kunnen rekenen op de kennis en de begeleiding van deze specialisten. Het is ook veel meer dan een vrijblijvende oefening. Wie alle stappen doorloopt, ziet zijn beloftevolle project groeien van een idee naar een professioneel, financierbaar businessplan. De feedback die de juryleden vanuit hun ervaring leveren, is voor de toekomstige ondernemers erg waardevol. Bizidee kent alleen winnaars, geen verliezers. De grootste beloning vormen niet zozeer de prijzen, wel de ervaring en kennis die de deelnemers opdoen en de netwerken die zij uitbouwen. Die zullen hen goed van pas komen wanneer zij de stap naar het echte ondernemerschap zetten, of in hun verdere carrière.

Ik hoop van harte dat Bizidee ook dit jaar zal leiden tot een groot aantal jonge, startende bedrijven. Dat komt het imago van ondernemend Vlaanderen ten goede. Bovendien kunnen de laureaten uitgroeien tot



rolmodellen voor de deelnemers aan toekomstige edities van de drie ondersteunde ondernemingsplannwedstrijden in Vlaanderen, namelijk Bizidee, Enterprize en NFTE (Network for Training Entrepreneurship). Voelt u zich aangesproken door Bizidee als coach of als deelnemer? Of kent u mensen in uw omgeving die hier geknipt zouden voor zijn? In dat geval kan ik iedereen alleen maar aanmoedigen om deel te nemen via www.bizidee.be

Ik wens langs deze weg alle aspirant-ondernemers veel succes toe. Fientje Moerman
Vice-minister-president van de Vlaamse Regering.
Vlaams minister van Economie, Ondernemen, Wetenschap, Innovatie en Buitenlandse Handel

GEEN DRESSCODE, NAAMKAARTJES VERPLICHT

Sinds juni 2005 organiseert het Leuvense communicatiebureau Edison tweemaandelijks 'Cafédison'. Op de gastenlijst van deze informele ontmoetingen staan interessante contacten, zakenrelaties en huidige klanten. De naam van het event drukt uitstekend de bedoeling uit: mensen bij elkaar brengen in een aangenaam kader, waar zij elkaar kunnen ontmoeten en van gedachten wisselen. Zoals op café.

'De idee van netwerken staat daarbij centraal', zegt managing director Guido Everaert. 'Zakendoen kun je nu eenmaal niet op je eentje. Daar heb je zoveel mogelijk contacten voor nodig. Relaties zijn als het ware de hefboom voor business.'

'Om het nuttige met het aangename te paren, wordt steeds een bepaald thema als uitgangspunt genomen. Dat kan bijvoorbeeld 'wereldwijnen', 'fotografie' of 'Marktrock' zijn. Dergelijke regelmatige ontmoetingen zijn trouwens niet alleen in het voordeel van Edison, maar van

alle deelnemers. 'Het is een win-win-situatie. In de aanpak van Edison staat netwerken trouwens altijd centraal', onderstreept Everaert. 'Het is de bouwsteen van het ondernemingsleven. Zowel op het vlak van zakendoen als interne en externe communicatie.'

BIZIDEE

Cafédison is trouwens maar een begin. Voortaan zal het event ook op locatie worden georganiseerd. De inhoud zal dan worden uitgebreid, met de klemtom op de vier 'P's' van de marketing: Prijs, Product, Plaats en Promotie. Een eerste ontmoeting

heeft plaats op 7 februari 2007, met als thema 'interactieve communicatie'.

'Het doet ons erg veel plezier dat we in de toekomst nauwer zullen kunnen samenwerken met Bizidee', aldus nog Everaert. 'Netwerken is ook een belangrijke pijler van Bizidee. Aspirant-ondernemers leren in de loop van de wedstrijd zoveel mogelijk interessante mensen kennen. Die kunnen hen dan later helpen wanneer zij effectief een bedrijf willen opstarten. Het komt er voor de beginners op aan zoveel mogelijk zakenrelaties te hebben. Voor een gevestigd bedrijf als Edison is dat trouwens niet anders.'

www.edison.be

25% VAN DEELNEMERS AAN BIZIDEE START EIGEN BEDRIJF OP EEN KWEKVIJVER VAN TALENT

Van alle aspirant-ondernemers die de voorbije jaren deelnamen aan de Bizidee-wedstrijd, begon ongeveer een kwart ook daadwerkelijk met een bedrijf. Binnen de diverse sectoren waarin de nieuwe ondernemingen actief zijn, zijn 'algemene dienstverlening' en 'media, entertainment en communicatie' het populairst.

Bizidee is de voorbije jaren erin geslaagd steeds meer potentiële ondernemers aan te trekken. Tussen de eerste editie in 2002-2003 en de vierde editie in 2005-2006 steeg het aantal ingediende projecten in de eerste ronde van 247 naar 396. Het aantal projecten dat werd voorgesteld aan de eindjury, groeide in dezelfde periode van 43 naar 89.

Een belangrijke vaststelling is dat het aantal daadwerkelijk opgestarte bedrijven in verhouding nog meer is gestegen. Uit de 43 ondernemingsplannen van de eerste editie groeiden binnen de twee volgende jaren 6 ondernemingen. Van de 57 deelnemers aan de eindronde in 2005 mogen intussen al 17 zichzelf 'ondernemer' noemen. 'Dit is een gemiddelde start-up rate van 25%', aldus alge-

meen directeur Tomasz Gzil. 'Als we die aanhouden, betekent dit dat vanaf de eerste editie ruim 60 ondernemingen werden opgezet door Bizidee-alumni. Een mooi resultaat.' Een ander opvallend punt is dat het aandeel van deelnemende teams versus individuele aspirant-ondernemers toeneemt, aldus nog Gzil. 'Dat leidt tot betere resultaten. Door de complementariteit van talenten en vaardigheden staat een team nu eenmaal sterker dan een individu.' De sectoren waarin de jonge bedrijven actief zijn, zijn uiterst gevarieerd. Ze zijn ook vrij evenwichtig verdeeld over elf sectoren. De meest populaire zijn 'algemene dienstverlening' (20%) en 'media, entertainment en communicatie' (15%).

www.bizidee.be

Welke concrete elementen evalueren de juryleden?

Fase 1:

- de innovativiteit en creativiteit van het idee
- het profiel van de onderneming
- de eerste indicatie van de doelgroep
- de algemene indruk
- de samenvatting

Fase 2:

- de algemene beschrijving van het product
- klanten en marktpositionering
- de concurrentieanalyse
- de aanwezigheid van alternatieven op de markt

- de partners en leveranciers waarmee men wil werken
- de winstgevendheid
- de algemene indruk

Fase 3:

- dezelfde punten als in fase 2, plus
- het managementteam en de profielen van de leden
- het marketingplan
- het implementatieplan
- het financieringsplan
- het vijfjarenplan
- de risico's en opportuniteiten

Maak kennis met Bizidee.be en win 25.000 euro

- Schrijf je in op Bizidee.be
- Abonneer je op de nieuwsbrief die je alles vertelt over Bizidee, de deadlines en de prijzen
- Download kosteloos het handboek van McKinsey & Company
- Raadpleeg online video's en presentaties van gerenommeerde sprekers
- Maak kennis met de laureaten van de vorige edities

Eerste afspraak: dien vóór 8 januari 2007 je innovatief idee in op Bizidee.be

Stap 1: zet je businessidee op papier

08
2007

- Leg je idee uit op maximum twee A4-pagina's
- Maak gebruik van de innovatiemethodiek van Creax om je idee te toetsen en eventueel te verbeteren (je leert hem kennen via online-presentaties op Bizidee.be)
- Start je eigen netwerk
- Kom naar de eerste prijsuitreiking op 24 januari 2007
- De 'prijzenpot' ziet er als volgt uit:
 - algemene categorie: 1.000, 750 en 250 euro
 - studentencategorie: 500, 350 en 200 euro
 - prijzen in natura

Stap 2: stel je idee in vraag

05
2007

- Schrijf een haalbaarheidsplan van maximum tien A4-pagina's
- Gebruik hiervoor de feedback van de jury na stap 1
- Schakel je persoonlijke coach in om je te begeleiden
- Neem deel aan diverse seminaries
- Maak gebruik van de tips en ervaringen van vorige laureaten op Bizidee.be
- Breid je eigen netwerk uit
- Kom naar de tweede prijsuitreiking op 22 maart 2007
- De volgende prijzen zijn er te verdienen:
 - algemene categorie: driemaal 1.000 euro
 - studentencategorie: driemaal 500 euro
 - prijzen in natura

Stap 3: schrijf je idee helemaal uit

02
2007

- Overtuig de finale jury met een volwaardig businessplan van maximum dertig A4-pagina's
- Maak ook hier gebruik van de suggesties van de jury na stap 2
- Schakel opnieuw je persoonlijke coach in
- Wend je (via je coach) tot de experts op het Bizidee-forum voor specifieke vragen
- Neem ook hier deel aan diverse seminaries
- Vervolledig je netwerk
- Kom naar de derde prijsuitreiking op 24 mei 2007
- Win één van de volgende prijzen:
 - algemene categorie: 25.000, 10.000 en 5.000 euro
 - studentencategorie: 5.000, 2.000 en 1.000 euro
 - prijzen in natura



Bizidee is een initiatief gesteund door de Vlaamse Regering en McKinsey & Company, met de medewerking van:



McKinsey & Company



KPMG



DE TIJD



unizo

Unie van Zelfstandige Ondernemers

Het Nieuwsblad

BIZZ
www.bizzmagazine.be

metro

kanaal

MUSIC

CREAX
creativity for innovation

vlaO
Vlaams Agentschap Ondernemen

BAN
Vlaanderen

Linklaters

EDISON
CONSULTATION

Bizidee werkt samen met:

