



INVESTEREN IN VAKANTIEWONINGEN **BUSINESS PLAN**

INTRO

Yes, wat gaaf en natuurlijk van harte gefeliciteerd!! Je hebt besloten om een vakantie-woning verhuurbedrijf te starten!

Je hebt een perfecte locatie gevonden en een mooi bod gedaan op het vakantiehuis van jouw dromen. Hoe je de woning gaat inrichten heb je al duizend keer uitgetekend tot zelfs de kleinste details als de foto's aan de muur...

Maar hoe nu verder? Je wilt tenslotte een verhuurbedrijf starten. Dus is de volgende stap het schrijven van een vakantie businessplan voor de verhuur.

Het maken van een businessplan (ondernemersplan ook wel genoemd) is niet zo ingewikkeld als dat het klinkt. Zie het als een routekaart van jouw bedrijf voor de komende jaren.

Wel is het heel belangrijk dat je er één maakt. Veel startende ondernemers onderschatten het belang van een businessplan. Ja natuurlijk kost het tijd en zeker als cijfers of te wel financiën niet jouw sterkste kant zijn. Maar vergeet niet, wil je een hypotheek afsluiten of andere manier van financiering regelen voor jouw onderneming dan is het heel belangrijk dat je de cijfers in kaart hebt gebracht. Cijfers, zoals verwachten inkomsten, eigen inbreng, misschien wel overwaarde uit huidige woning en noem maar op. Let wel op: een valkuil voor een businessplan is te veel informatie geven. Jouw businessplan hoeft in ieder geval geen dikke roman te worden!

Daarom, exact weten wat er in de inhoud van een businessplan moet staan, is heel belangrijk. Op die manier kun je het in kleine babystapjes doorlopen. Maak het simpel en begrijpelijk, vanaf de eerste pagina, voor ieder die jouw plan gaat lezen.

Waar gaat jouw vakantie verhuurbedrijf over? In korte zinnen zou het ieder nieuwsgierig moeten maken om verder te lezen. En daar willen wij jou graag mee helpen!

We hebben deze road map geschreven om toekomstige vakantiewoning eigenaren te helpen met drie onderwerpen waar zij tegen aan kan lopen:

- ◆ Reden waarom ik een plan nodig heb?
- ◆ Wat heb ik nodig om te beginnen met het maken van mijn businessplan?
- ◆ Welke onderwerpen moet ik zeker opnemen in mijn ondernemingsplan?

Werk elk onderwerp stap voor stap af en met deze tools ben je klaar voor een fantastisch businessplan voor jouw nieuwe vakantieverhuurbedrijf!

WAT IS DE REDE DAT JIJ EEN BUSINESS PLAN NODIG HEBT?

Bij het starten van een eigen onderneming komen verschillende onderwerpen aan bod. Het ondernemingsplan geeft jou handvaten en kan jou helpen, jouw doelstellingen te schetsen en wat jij wilt bereiken en in welk tijdbestek.

Een businessplan maken en het werkelijk op papier zetten van jouw ambities zullen naast het financiële gedeelte of te wel simpelweg de cijfers die helpen om jouw doelen te realiseren, een krachtig middel zijn om ervoor te zorgen dat jouw vakantiewoning verhuurbedrijf een succes wordt.

Daarnaast, ben jij op zoek naar investeerders of financiering via een bank of andere geldverstrekker dan sta je sterk als je jouw bedrijfsplan zodanig kan presenteren dat iedereen het kan begrijpen waar het geld voor wordt gebruikt.

STARTEN & VOORBEREIDING

Je wilt een vakantieverhuur business opzetten, dat is jouw plan maar je weet niet waar je moet beginnen?

Allereerst begint het met een stukje zelfkennis. Voordat je iets anders doet voor het bedrijfsplan en ja wel graag zo eerlijk mogelijk! Adviseren wij jouw dingen te gaan afwegen, zowel persoonlijk als professioneel.

Wat dat betekent, vertellen wij je op de volgende pagina!

HET ANALYSEREN VAN JOUW BEDRIJFSIDEE

Trouwens, dit is ook het moment om te onderzoeken wie jouw concurrentie is en hoe zij ondernemen. Onderzoek andere Rental/Verhuurbedrijven in jouw omgeving maar vergeet niet, ook de boekingsplatformen als Airbnb & Home Away of Booking.com, deze geven een schat aan informatie over de verhuur van vakantiewoningen in de buurt van jouw startup

Stel jezelf een aantal vragen tijdens het marktonderzoek op die manier ontdek je al snel of de markt ook geschikt is voor jouw vakantiewoning.

Er zijn een paar dingen die jij mee moet nemen in de beoordeling van jouw concurrentie:

- ◆ Hoe groot is de vraag naar andere vakantiewoningen op de locatie waar jij wilt investeren in een vakantiewoning?
- ◆ Heeft jouw concurrentie eigen websites?
- ◆ Welke platformen gebruiken zij?
- ◆ Hoe promoten zij hun woning?
- ◆ Wat is hun nachtprijs in laag, midden of hoogseizoen?
- ◆ Hoe omschrijven zij hun vakantiewoningen? Of te wel hoe worden deze aangeboden met welke tekst?
- ◆ En als laatste en wel belangrijkste, waar ga jij het verschil maken? Wat is de toevoeging van jouw vakantiewoning? Denk aan meer service of wacht dacht je van wellness mogelijkheden zoals een sauna, jacuzzi.

Voor een uitgebreid marktonderzoek zul je ook op volgende vragen antwoord moeten geven, zoals:

- ◆ Welke skills heb je nodig voor een vakantiewoning verhuurbedrijf?
- ◆ Is de woning geschikt voor vakantiewoning verhuur? Bijvoorbeeld, zijn er voldoende slaapkamers, hoe staat het met de regelgeving voor de locatie en noem maar op...
- ◆ Moet de woning verbouwd of gerenoveerd worden voordat je kan starten met verhuren?
- ◆ Hoe zit het met jouw financiën? Heb je draagkracht om zelfstandig een verhuur bedrijf op te zetten?


ZELFONDERZOEK

Door jouw bruisende enthousiasme met het vinden van een mooie vakantiewoning en mooie dromen over alle verhuurmogelijkheden en inkomsten, vergeten veel vakantie-woning eigenaren zichzelf ook onder de loep te houden. Vergeet echt niet, een goed zelfonderzoek, is een must voor het opzetten van een verhuur business.

Vraag jezelf eens af:

- ◆ Ben je klaar voor alle eisen, mentaal en fysiek voor het runnen van een vakantieverhuurbedrijf?
- ◆ Welke skills heb jezelf in huis die van waarde zijn voor een business als deze?
- ◆ Welke skills zul je moeten leren of misschien wel uitbesteden om jouw business te laten draaien?
- ◆ Wat zijn de minimale inkomsten die je nodig hebt?
- ◆ Wat zijn voor jou de voordelen en ook de nadelen van het starten van een vakantiewoning verhuurbedrijf?
- ◆ Ga je zelf de verhuur regelen, of juist iemand aannemen die het voor jou gaat regelen?

TOP TIP



Onthoud, voor het geven van de juiste klantenservice aan de komende gasten, kun je zeker wat ervaring gebruiken. Financiële kennis en ook kunnen werken met een kalender/planning spreekt eigenlijk voor zich. Daarnaast een stukje marketingkennis, management skills en niet te vergeten een beetje liefde voor interieur design.

*En dan komt het nog op doorzettingsvermogen, geduld en het vermogen om op lange termijn te denken om **jouw business een succes te maken.***

WELKE TOPICS ZET JIJ IN EEN VAKANTIEWONING BUSINESS PLAN?

Nadat je het onderzoek hebt gedaan en jij bent overtuigd dat het verhuurbedrijf een succes gaat worden dan ga jij starten met het schrijven van een businessplan. Voor de meeste onder ons is dit geen gesneden koek en lastig, waar moet je beginnen?

Wij, de Bnbverhuurcursus.nl willen jullie daar graag mee helpen en geven hier de juiste handvaten voor een goed bedrijfsplan aan startende vakantiewoningverhuurders.

Belangrijkste onderwerpen voor een vakantiewoning verhuur businessplan...

- LETS GET STARTED!

1. SAMENVATTING

Dit zijn de eerste pagina's van jouw bedrijfsplan. Maak een samenvatting, iedereen die dit leest moet in 1 oogopslag zien waar het overgaat. Daarnaast een kort overzicht van jouw verhuurbedrijf en diensten in de vakantiewoning verhuurmarkt. Ook moet deze samenvatting een aantal vragen beantwoorden:

- ◆ Waarom ga jij starten met ondernemen?
- ◆ Wat maakt jou speciaal in deze tak van sport, of te wel Wat is de toevoeging van jouw bedrijf op de markt? Welke onvervulde wens van vakantiegangers ga jij vervullen?
- ◆ Wat wordt jouw doelgroep?
- ◆ Welke eigenschappen van jouw vakantiewoning horen thuis in de branche?
- ◆ Hoe groot is het marktaandeel toerisme? Landelijk of regionaal?
- ◆ Wat zijn jouw bedrijfsdoelen? Wat wil jij graag bereiken in 1, 2, 5 jaar of langer?

TOP TIP



Schrijf de samenvatting pas aan het einde. Wanneer je alle onderwerpen hebt uitgewerkt en van A tot Z in jouw hoofd hebt zitten, weet jij ook welke belangrijke topics er zeker vermeld moeten worden in jouw samenvatting.

2. BEDRIJFSANALYSE

Hier wordt gevraagd uitgebreide informatie te geven over de 'USP's' of te wel Unique Selling Points van jouw nieuwe vakantieverhuur business.

- ◆ Wat heeft jouw vakantiewoning in huis dat het een succes wordt?
- ◆ Wat is de toegevoegde waarde van jouw vakantiewoning aan de markt?

3. ONDERZOEK

Hier geef je informatie over de huidige trends in de vakantieverhuursector naast een overzicht van de hedendaagse marktsituatie. Op die manier, help jij jezelf en ieder die dit businessplan leest de markt van vakantiewoningen verhuur te begrijpen.

Daarnaast overtuig je eventuele geldverstrekkers op deze manier van jouw gedegen kennis en inzicht van het onderwerp.

4. DOELGROEP

Bij het opzetten van een vakantiewoning business, is 1 van de belangrijke items om mee te starten, welk type vakantiegangers met andere woorden wat is jouw doelgroep of meerdere doelgroepen die jij wilt aanspreken?

Als je dit topic in kaart hebt gebracht, gaat het jou helpen met alle kanten van jouw toekomstige business zoals de marketing, boekingen genereren, de klantenservice en zelfs zaken als de faciliteiten van de woning of wat dacht je van het interieur. Eigenlijk heeft de doelgroep dus alles te maken met jouw vakantiewoning. Vaak is het ook niet 1 doelgroep waar jouw vakantiewoning geschikt voor is, dus belicht/schets alle doelgroepen die geschikt zijn voor jouw business. Ook dit is natuurlijk een belangrijk topic voor de geldverstrekkers, heb je hier een duidelijk verhaal dan kom je ook daar weer sterker over.

Voorbeeld doelgroepen:

- ◆ Stellen/echtparen
- ◆ Gepensioneerde vaak fiets toeristen
- ◆ Zakenreizigers
- ◆ Vakantiegangers met honden
- ◆ Expats
- ◆ etc...

Iedere vakantiewoning is uniek en zal om die reden dan ook verschillende doelgroepen aantrekken.

Om jouw doelgroepen in gericht in kaart te brengen adviseren wij jou goed na te denken over de volgende onderwerpen:

- ◆ De bevolkingsopbouw in de omgeving en wat valt je hier aan op
- ◆ Wat is het gemiddelde bestedingspatroon van de vakantieganger die jij wilt aantrekken?
- ◆ Geografische factoren of te wel, zaken als klimaat, urbanisatiegraad (wegtrekken van mensen van platteland naar stad)
- ◆ Wat zijn specifieke behoeften van deze doelgroep? En belangrijker nog waar kan je ze vinden vanuit een marketing perspectief (advertenties in reisbladen, online, zoekplatformen zoals Airbnb of misschien wel VVV-kantoren)

Omschrijf in het doelgroep onderzoek wat jij gaat ondernemen om te zorgen dat de vakantiewoning aansluit bij alle wensen van de doelgroepen die jij aan wilt trekken. Verplaats jezelf in de schoenen van jouw toekomstige gasten en vraag jezelf af:

- ◆ Waarom zou ik deze vakantiewoning willen boeken?
- ◆ Spreekt de locatie mij aan? Dicht bij de zee, stad of natuurgebied bijvoorbeeld: Zijn het de faciliteiten? Dat kan gaan om een afwasmachine, goede Wifi, wellness mogelijkheden? Zwembad in de buurt enz...
- ◆ Heeft het de aanvullende diensten, zoals mogelijkheid tot fietsuur, ontbijtservice, boodschappen pakket, korting op bezienswaardigheid in de buurt en noem maar op.

5. CONCURRENTIE

Concurrenten, oftewel ook wel genoemd collega vakantiewoning verhuurders. Voor een uitgebreid onderzoek naar jouw directe of indirecte concurrenten.

Denk aan vakantiewoningen in jouw omgeving met dezelfde voorzieningen en functies. Er zijn tal van platformen zoals Booking.com of Airbnb die jou kunnen helpen de concurrentie makkelijk te analyseren. Een strategisch marketingplan om de concurrentie goed in kaart te brengen is de SWOT-methode uit te werken:

- ◆ Strength (Sterke punten)
- ◆ Weakness (Zwakke punten)
- ◆ Opportunity's (Kansen)
- ◆ Threats (Bedreigingen)

Denk hier eens over na:

- ◆ Wie worden jouw concurrenten?
- ◆ Hoeveel vakantiewoningen verhuren zij en hoe succesvol zijn ze?
- ◆ Hoe zit het met de promotie van hun vakantiewoning, welke kanalen gebruiken ze en op welke manier?
- ◆ Doe ook eens onderzoek naar hun marketingstrategieën.
- ◆ Wat zijn de kenmerken van de gasten of doelgroepen waar zij hun pijlen oprichten?
- ◆ Richten zij zich op een specifiek doelgroep, de hele massamarkt toerisme of juist op een bepaalde sector? Denk aan, high end markt (luxueuze verblijven), jonge gezinnen, fietsende toeristen?
- ◆ En hoe gaat jouw vakantiewoning zich onderscheiden van de concurrentie? Wat is de toegevoegde waarde van jouw vakantiewoning?
- ◆ Welke zwakke punten van jouw concurrenten kan jij uitbuiten? Welke sterke punten moet jij gaan overwinnen om een succesvolle business op te zetten.
- ◆ Hoe gaat de concurrentie reageren wanneer jij jouw business start?
- ◆ Hoe spring je erop in wanneer een concurrent uit de markt valt?
- ◆ Op welke manier ga je daarvan profiteren?
- ◆ Hoe reageer jij als er nieuwe vakantiewoningen in jouw omgeving worden aangeboden?
- ◆ Wat is jouw reactie op het aangaan en overwinnen van nieuwe uitdagingen?

Wanneer je dit uitgewerkt hebt sta je weer sterker om degene die jouw plan lezen te overtuigen dat jouw business een weloverwogen succes wordt.

6. MANAGEMENT PLAN

Wordt ook wel genoemd operationeel plan, hierin is vastgelegd welke activiteiten erdoor wie en wanneer verricht moeten worden.

Het plan bestaat uit de fijnere details over hoe jij jouw bedrijf wilt gaan runnen. Beantwoord hier de volgende vragen:

- ◆ Op welke locatie staat jouw vakantieverhuurbedrijf
- ◆ Wie heeft de dagelijkse leiding?
- ◆ Hoeveel medewerkers wil jij in dienst nemen?
- ◆ Welke functies zullen zij vervullen? Waar zijn zij verantwoordelijk voor?
- ◆ Welke service ga jij verrichten?
- ◆ Welke handleidingen moet je maken?
- ◆ Welke leveranciers heb je nodig?
- ◆ Hoe ga jij de voorraad controleren?

TOP TIP



Onthoud voor wie jij het management plan schrijft. Heeft het meerdere doelen, of partijen (denk aan personeel) die dit lezen, kan dit jou helpen met het behandelen van specifieke onderwerpen en hoe uitgebreid.

7. MARKETING

De volgende stap, na het bepalen van jouw doelgroep (of doelgroepen) is om een strategisch plan te maken die jij kan gebruiken om deze groep te bereiken en de boekingen binnen te krijgen. Neem daar in de volgende vragen mee:

- ◆ Wanneer je kennis over marketing uit wilt breiden dan zijn daar genoeg online trainingen of boeken over om je daar mee te helpen.
- ◆ Welke middelen zet je in om jouw gasten aan te trekken?
- ◆ Wat is jouw aanpak gericht op iedere specifieke doelgroep die je wilt benaderen?
- ◆ Hoe gebruik je direct marketing?
- ◆ Welke plannen heb je met jouw vakantiewoning verhuur website?
- ◆ Wat zijn de acties die je onderneemt op het gebied van online marketing?
- ◆ Hoe ga je de SEO, SEM en Social Media Marketing tools gebruiken?
Welke offline promoties denk je aan?


8. DISTRIBUTIE

Vakantiebedrijven die al langer bestaan zijn vaak meer gewend dat zij directe boekingen ontvangen en zijn dan niet afhankelijk van boekingsplatformen.

Voor startende vakantiewoning verhuurbedrijven is dit een ander verhaal. Door jouw zichtbaarheid op de verschillende boekingsplatformen zoals Booking.com of Airbnb te verhogen is een sleutel tot succes bij het binnenhalen van boekingen. Google maar eens naar wat mogelijk is, welke onlineboekingskanalen jij kan gebruiken om jouw vakantiewoning aan te bieden? Hier een aantal van de meest populaire boekingsplatformen op dit moment:

- ◆ Airbnb
- ◆ HomeAway (and any of its sister companies)
- ◆ VRBO
- ◆ TripAdvisor
- ◆ Booking.com
- ◆ Roomorama
- ◆ Wimdu

TOP TIP



Wanneer je niet helemaal zeker bent welke site het beste is om jouw woning te promoten? Zet eens alle sites onder elkaar en noteer per site de informatie over, te betalen commissies en andere kosten waar je mee te maken krijgt en vergeet ook niet, wat hun bereik is, bijvoorbeeld regionaal, landelijk of wereldwijd.

Daarnaast, mocht jouw vakantiewoning op meerdere boekingsites aangemeld zijn dan is het van belang om ook een Channel manager hieraan te koppelen. Een Channel Manager scheelt jou veel tijd en gedoe met managen van alle verschillende sites door de kalenders te synchroniseren en boekingen. Ook zorgt het ervoor dat alle informatie up to date is.

9. PRIJZEN & TARIEVEN

Een van de lastigste zaken bij het starten van jouw vakantiewoning verhuur business, het bepalen van jouw nachtprijs en andere tarieven zoals extra services.

Schiet je deze te hoog in dan wordt jouw woning minder makkelijk verhuurd, te laag? Dan zijn de inkomsten vaak te laag om het bedrijf een succes te maken. In dit gedeelte van het bedrijfsplan schets je, de prijzen of opbrengst Managementtechnieken of tools die jij ervoor gaat gebruiken. Ook jouw betaling en annuleringsvoorwaarden worden hier genoteerd.

10. FINANCIËLE PLAN

Cijfers zijn heel belangrijk in jouw verhuur businessplan. In dit gedeelte moet jij omschrijven op wat voor manier jij jouw vakantiewoningverhuurbedrijf gaat financieren en daarbij een schatting maken van eventuele vermeerdering van uitgaven of omzet prognoses voor de toekomst.

Vergeet hier niet aan toe te voegen bijvoorbeeld:

- ◆ Opstartkosten van de vakantiewoning ook wel genoemd kapitaalinvestering
- ◆ Terugkomende bedrijfskosten voor onderhoud, reparaties, interieur (denk aan huishoudelijke artikelen etc.)
- ◆ Kosten die gemaakt worden om de verhuur te laten draaien, operationele kosten.
- ◆ Kosten van eventuele vergunningen en licenties voor het opzetten van jouw verhuurbedrijf
- ◆ Wat zijn de kosten voor extra diensten die u inhuurt (bijvoorbeeld troubleshooter, schoonmaak, sleutelbeheer)
- ◆ Wat zijn de geschatte inkomstenprognoses voor de komende 5 jaar
- ◆ Key Performance Indicators om bij te houden, zoals verwachte bezettingsgraad vakantiewoning, het gemiddelde nachttarief (Average Day rate) en opbrengst en wat levert jouw vakantiewoning per kamer op, ook wel GOPPAR genoemd.

GOPPAR = Gross Operating Profit per Available Room

Binnen de hospitality sector gebruikt men wel eens de afkorting GOPPAR. De afkorting komt van Gross Operating Profit Per Available Room. Wat we kunnen vertalen als Bruto operationele winst per beschikbare kamer.

TOP TIP



Vraag hulp! Als je nog nooit omzet prognoses hebt gemaakt voor een bedrijf en zeker geen vakantiewoning verhuurbedrijf of als cijfers gewoon niet jouw ding zijn, schakel een ervaringsdeskundige in zoals een accountant. Het bespaart je veel kopzorgen en zo kom je aan met een strak plan.

BELANGRIJKSTE MIJLPALLEN & DE TOEKOMST VAN JOUW BEDRIJF!

Iedere startende ondernemer die een businessplan schrijft moet ook kunnen nadenken op langere termijn. Neem deze informatie op in het plan samen met de mijlpalen die jij zult bereiken. Denk aan zaken als:

- ◆ Wat zijn mijn plannen voor de toekomst?
- ◆ Heb je een missie?
- ◆ Waar staat mijn bedrijf over 2,5 of 10 jaar?

Iedere startende ondernemer die een businessplan schrijft moet ook kunnen nadenken op langere termijn. Neem deze informatie op in het plan samen met de mijlpalen die jij zult bereiken. Denk aan zaken als:

- ◆ Een locatie
- ◆ Vergunningen en of licenties?
- ◆ Is de woning klaar voor de verhuur? Verbouwing of renovatie klaar?
- ◆ Website klaar en open voor boekingen?
- ◆ Break Even Point?
Het break-evenpunt is het punt waarop de totale opbrengst en de totale kosten gelijk zijn. Break-evenanalyse bepaalt het aantal eenheden of het bedrag aan inkomsten dat nodig is om de totale kosten van uw bedrijf te dekken.
- ◆ Bruto Operationele Winst Per Beschikbare Kamer?
- ◆ NOI?
Heb je het 10% EBITHA behaald?

*(NOI = (bruto-inkomen - bedrijfskosten/bruto-inkomen) *100. Bruto-inkomen omvat alle potentiële huurinkomsten die een woning genereert, zowel uit kamers als uit niet-kameractiviteiten.*

*EBITDA staat voor Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortisation.
Oftewel: winst vóór aftrek van rentekosten, belastingen, afschrijving en afboekingen)*

Bij iedere mijlpaal afgevinkt, neemt het risico voor geldverstrekkers af. Op het moment dat jouw laatste mijlpaal is bereikt, betekent dit dat jouw vakantieverhuur business heel goed op weg om succes te hebben op de lange termijn!

12. DE BIJLAGE

Wanneer je relevante informatie wilt toevoegen ter ondersteuning van al het andere beschreven in jouw businessplan dan adviseren wij jou, dit in de bijlage op te nemen. Zo blijft het overzichtelijk en met niet te veel details. Mocht degene die het leest wel op zoek zijn naar details dan weten ze die makkelijk te vinden.

Wat haal je weg:

- ★ Het schrijven van een ondernemersplan voor een vakantiewoning verhuurbedrijf hoeft niet te veel stress op te leveren. Het is een prachtig tool om jou te helpen inzicht te krijgen of jouw bedrijf succesvol zult worden?
- ★ Ook wanneer je nog nooit een businessplan hebt geschreven, kan je met iedere stap die wij jou hier hebben uitgelegd alle informatie snel eigen maken en op papier zetten.
- ★ Vergeet niet, ieder ondernemersplan is anders, waarschijnlijk hoef je dan ook niet alle specifieke vragen te beantwoorden. En het is ook helemaal okay als jij de ideeën aan past aan jouw persoonlijke zakelijke behoeftes.

BEN JE ER KLAAR VOOR?

Start nu met schrijven jouw vakantiewoningverhuur businessplan! Maak gebruik van de onderstaande checklist om aan te vinken welk deel van het plan je hebt voltooid.

- Vooronderzoek
- Bedrijfsanalyse
- Bedrijfstak analyse
- Doelgroep analyse
- Concurrentieanalyse
- Management plan
- Marketingplan
- Distributie plan
- Prijzen & tarieven
- Financieel plan
- Belangrijkste mijlpalen en zakelijke toekomst
- Bijlage
- Samenvatting Businessplan



**WIJ HOPEN DAT DEZE GIDS JOU HET
VERTROUWEN GEEFT OM JOUW EIGEN
BUSINESS PLAN VOOR
VAKANTIEVERHUUR TE ONTWIKKELEN
EN JOU HELPT MET HET BEREIKEN VAN
JOUW DOELEN,**

**DE BNBVERHUURCURSUS STAAT IN IEDER
GEVAL KLAAR OM JOU VERDER
OP WEG TE HELPEN!**

*groetjes,
Nikki & Priscilla
Bnbverhuurcursus.nl*



BNBVERHUURCURSUS.NL



BNBVERHUURCURSUS.NL



NIKKIPRISCILLA



NIKKIPRISCILLA