

Inhoudsopgave



1 Jij & Onderneming: Waarom ben je ondernemer?	15
Hoe dochters je weer ondernemer maken	
Hoe een geïrriteerde woningverkoper de nieuwe standaard voor makelaars zet	
De essentie en praktische tips	
2 Sweet Spot: Waar overlapt de marktbehoefte jouw sterkte en passie?	37
Porsches, partners, miljoenen en opportunisme	
De geheime machine met patent-pending	
De essentie en praktische tips	
3 Fundament: Hoe creëer je gewilde producten?	59
Af en helemaal terug naar start	
Hoe je van wit poeder een succesvolle business maakt	
De essentie en praktische tips	
4 Positionering: Waar sta en ga je voor?	85
Zo'n dikke rode draad die zo dik is dat je hem niet ziet	
Wat van buiten dertien in een dozijn lijkt	
De essentie en praktische tips	
5 Ondernemers modus operandi: Hoe doe en ben je als ondernemer?	105
Sh*t! Nog maar vier weken!	
Van snel naar ver. Hoe kom je tot nieuw ondernemersgedrag?	
De essentie en praktische tips	
6 Marketing & Sales: Waar vind je en hoe overtuig je klanten?	129
Hoe doe je natuurlijke sales?	
Het verrassende samenspel tussen Twitter, het AD en onze partners	
De essentie en praktische tips	
7 Financiën: Hoe wijs ben je met financiën?	151
Sh*t, waar vind ik binnen week één week 8.946 euro?	
Bij welke waarde voel jij je senang?	
Groei door afscheid van je grootste klant	
De essentie en praktische tips	
8 Opschalen: Hoe werk je tegelijk aan & in je zaak?	171
Het piept en kraakt. En het eerste arbeidscontract	
De noodbrief aan de hamster in de molen	
De essentie en praktische tips	
Over de auteur	191

Auteur is zelf succesvol ondernemer geweest

Inleiding



“Ik dacht dat hier een groot bedrijf zat, klopt het adres wel?”, vraagt de verbaasde vrachtwagenchauffeur. Voor mijn oprit en midden in onze straat staat een gigantische vrachtwagen met een enorme oplegger die al het verkeer blokkeert. De inpakdozen gaan te snel op, dus ik heb voor een veel betere prijs een hele pallet besteld. Auto's beginnen te toeteren.

Opeens besef ik dat deze 'side-hustle' naast mijn baan aan de Zuidas geen 'side-hustle' meer is. De burens klagen ook al dat er geen oppas meer te krijgen is. Die zijn allemaal bij ons aan het werk. Wat kort geleden was gestart vanuit een persoonlijke drijfveer en enorme irritatie over tekortkomingen van anderen, loopt nu de spuigaten uit.

Dit gaat zo niet meer. Dit moet anders. Maar hoe? Hoe kom ik aan een bedrijfspand? Waar vind ik meer klanten om ook dat te betalen? Welk platform is het juiste? Hoe kom ik uit de alledaagse mallemolen en houd ik eens tijd over aan het einde van de dag? En op vakantie zonder laptop wil ik ook, en dat de zaak dan toch doordraait. Kan dat ook een keer?

Komend uit een nuchtere Drents-Friese ondernemersfamilie weet ik dat iedereen valt. Het grote verschil maak je door slimmer opstaan en doorgaan. En zo vind ik steeds het wiel weer uit... Vaak gaat het goed, maar soms gaat het ook faliekant mis. Zoals bijna failliet gaan als het uitbesteden van de logistiek enorm fout gaat en de onderneming plots weken tot stilstand komt.

Het duurde drie jaar, maar nu draait de zaak (bijna) als vanzelf. De spannende stap naar personeel en dat bedrijfspand zijn gemaakt. Door verregaande automatiseringen en een gepassioneerd team kan ik met mijn gezin eindelijk weer écht op vakantie. Twee weken off-line en de omzet draait gewoon door. Wat een verschil met de eerste jaren!

Geen suf studieboek.

Wel inspirerende verhalen en praktische tips

Dit boek zal helpen om van jouw passie een gewild product en een sterke onderneming te maken. Het zal de weg wijzen waarop jij kan doorgroeien naar het volgende niveau zodat jij niet tientallen, maar voor duizenden klanten het verschil kan maken. Het zal je vertellen hoe je niet alleen moe, maar ook rijk en tevreden van je zaak kan worden. Het zal je helpen om niet alleen 'in' je zaak, maar vooral 'aan' je zaak te werken.



Dit is geen suf studieboek. Wel is het een praktisch boek voor ondernemers. Logisch onderverdeeld in acht hoofdstukken. De acht groeithema's die voor elke ondernemer en dus ook voor jouw business werken.

Elk hoofdstuk bestaat uit vier delen, vier paragrafen, en diept zo heel gericht één groeithema uit.

De eerste paragraaf is steeds een persoonlijk ondernemersverhaal, meestal een geval waarin ik vastloop, faal of juist iets goed doe. De tweede paragraaf is een verhaal waar een uitdaging van één van mijn ondernemers centraal staat die ik vervolgens met hen oplos. Samen maken deze twee paragrafen je in detail deelgenoot van échte worstelingen, f*ck-ups en natuurlijk de successen. Zo zie je gedetailleerd wat werkt en krijg je antwoord op de vraag: 'Hoe pak je dit (of dat) dan aan en hoe los je het op?'

De derde paragraaf bevat kort de essentie van dit groeithema. Dit is een (minimaal) beetje theorie, zodat je zelf het grotere plaatje van elk groeithema ziet. De vierde paragraaf staat helemaal vol met praktische tips die je direct kunt toepassen.

Alles bij elkaar krijg je meer dan vijfenzeventig praktische ondernemerstips die je vandaag nog kunt toepassen in jouw onderneming. En dat zijn stuk voor stuk tips waarvan ik dankzij mijn ondernemers en mijn eigen ervaring weet dat ze werken.

Jouw sleutel tot ondernemerssucces ligt zelden in één actie of tip. Iedereen die jou, veelal op Instagram, de magische oplossing tipt, verkoopt eigenlijk de blauwe pil uit 'The Matrix'. Er verandert niets. Deze groeithema's, gecombineerd

Meer dan 15 echte ondernemersverhalen

6.1

Hoe doe je natuurlijke sales?



Leeftijd: 48 jaar.
Ondernemer: Ervaren ondernemer die op natuurlijke wijze klanten werft.
Onderneming: Training & coachingsbureau.
Omzet: € 72.000.

Veel ondernemers worstelen met marketing & sales. Het wordt te vaak onnodig moeilijk gemaakt. En al het jargon helpt ook niet. Het is nooit iets losstaands, zoals Google ads dat werkt. Wil je echt doorgroeien? Dan gaat het om een combinatie van factoren, om een samenspel dat werkt voor jouw markt en jouw onderneming. Je zult je eigen aanpak moeten vinden om meer klanten te vinden en ze overtuigen om van je te kopen.

Daarom dit verhaal: Hoe werkt een marketing & sales-aanpak in de praktijk?

“Dat herken ik zeker, interessant. Maar kun je me wat meer vertellen wat we dan precies op de Kickstart-dag gaan doen? En welke andere ondernemers komen?”. Dat zijn de vragen van kritische Bindia. Zij is al enige tijd ondernemer

Meer dan 75 praktische tips

2.4

Praktische tips voor jouw Sweet Spot



De kern is dat je focust op een eigen niche, op dat deel van de markt waar jij ook op 'aan' gaat. En dan is het zaak dat je tijdig je onderneming aanpast, wanneer jij of je markt verandert.

Alleen zo groei je op de langere termijn door als succesvol ondernemer. Na acht jaar vol met commitment en groei bezig te zijn geweest in de 'mama en baby'-markt, koos ik bewust voor een andere uitdaging. En dus voor de verkoop van de e-commerce-business.

Praktische tips voor succesvol ondernemerschap:

1. Zoek jouw ideale hulpvraag.

De kortste weg naar het vinden van je Sweet Spot is het beantwoorden van de ideale hulpvraag. Stel je voor: Een potentiële klant zoekt contact met je en stelt je een vraag. Welke hulpvraag stelt hij waar je blij van wordt? Welke vraag los je heel graag voor hem op? Bedenk er minimaal vijf. Dit is de meest concrete en praktische vorm van je Sweet Spot. Deze vragen vormen kern van jouw (volgende) onderneming.

2. Doe de 'ambassadeurstest'.

Zeggen mensen die jou echt kennen tegen je: "Ja, dat ben je echt. Echt wat voor jou, dat kun je als geen ander!"? Dan ben je op de goede weg. Raden ze je ook van harte aan bij anderen aan? Brengen ze je actief in contact met andere klanten als een échte ambassadeur? Dan zit je goed.

3. Herijk je onderneming jaarlijks.

De markt verandert, soms langzaam en soms met schokjes en soms, zoals met corona razendsnel. Het kan heel goed dat je beseft dat je een unieke kracht hebt die je ook in andere markten kunt inzetten. Een herkenbaar voorbeeld is Coolblue. Als je denkt vanuit hun kracht

Hoe kom je aan die eerste 10 klanten?

3.1

Af en helemaal terug naar start



Heee Jeroen, alles goed? Ik wil je wat vragen. Ik heb een bedrijf waarmee ik met een zakenpartner een jaar geleden gekleurde poedersuiker op de markt heb gebracht met de naam Poeder Pret. Voor kinderen, om op pannenkoeken te doen. En nu hebben we een nieuw produkt ontwikkeld waarvoor we willen weten of kinderen het leuk vinden: gekleurde stroop in 3 kleuren. Ik zoek gezinnen met kinderen in 'een pannenkoeken-leeftijd' (ca 4-8 jaar) die het willen proberen. Ik kom dan langs en bak lekker een middag/avond pannenkoeken bij jullie en de kids kunnen dan eten. Dat mogen je eigen kinderen zijn, maar vriendjes/vriendinnetjes zijn absoluut welkom. Hoe meer hoe beter! En dan kijken of ze het spontaan pakken en proberen. Mag dit bij jou thuis? Ik begrijp van Wim/Esther dat jij kids hebt in de juiste leeftijd. Zou ik leuk vinden. Fijne dag, willem

Leeftijd: 47 jaar.
Ondernemer: Ervaren ondernemer die weer vanaf nul start.
Onderneming: Training en coachingsbureau.
Omzet: Van nul naar € 50.000 in het eerste jaar.

Hoe kom je aan die eerste tien klanten? Dit is een van de lastigste stappen van ondernemerschap. Van tien naar honderd is veel makkelijker. Als corona mijn Sweet Spot en onderneming wegvaagt, zit ik plots zonder omzet. Ik ben terug bij af en moet snel elders nieuwe klanten vinden voordat mijn reserves op zijn. In welke niche? Met wat voor product? Het antwoord vind je in dit, iets langere verhaal. Er bestaat namelijk geen wondermiddel zoals vele Instagram-advertenties je willen doen geloven. Wel bestaat er een aanpak waarmee ik drie nieuwe gewilde producten creëer. Het is een procesmatige aanpak die ook voor jou werkt.

Daarom dit verhaal: Hoe maak je een gewild product? Hoe kom je aan die eerste tien klanten?

Korte theorie die je verder helpt

3.3

De essentie van het Fundament

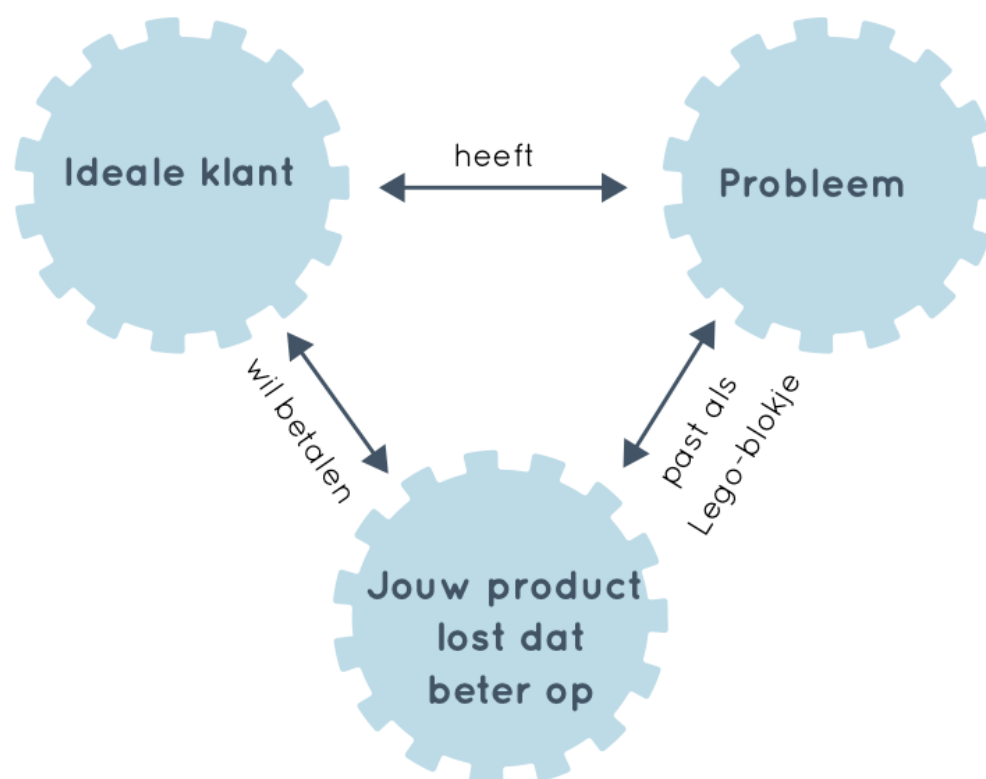


Alleen door een behoefte van een klant op te lossen creëer je waarde. Door hier via 'slim doen' een product van te maken, groei je uit tot een succesvol ondernemer. Slim doen is doen, testen, leren en het beter doen. **Het is geen eenmalige actie voor starters, het is een fundamenteel proces om groot te groeien.** Als starter doe je het voor het eerst. Als ervaren ondernemer groei je door, door steeds via dit proces sneller nieuwe producten te ontwikkelen. Maak je klanten onderdeel in dit proces.

De fundamentele drie-eenheid van ondernemerschap

Ga net zolang door totdat deze 'drie-eenheid' van ondernemerschap in balans is:

Figuur: Het fundament van elke gewild product en daarmee succesvolle onderneming.



Meer dan 75 praktische tips

6. Zie positionering als de turbo-boost voor marketing & sales.

Het gaspedaal van marketing en sales werkt pas echt als je positionering resoneert. Is het niet echt onderscheidend? Dan zul je voor hetzelfde resultaat ontzettend veel meer euro's aan marketing en sales moeten uitgeven. Zonde, repareer liever eerst je positionering.

7. Plan en produceer content voor structurele zichtbaarheid.

A. Maak een contentkalender.

Doel is frequent zichtbaar te zijn met de juiste content zodat je doelgroep met je in aanraking komt en geïnteresseerd raakt.

B. Hergebruik content en posts.

De algoritmes van de sociale netwerken maken dat niet iedereen in je bereik je content ziet. Je kunt posts dus vaker gebruiken. Dat scheelt je dus tijd.

C. Bespaar tijd door vooruit werken.

Herken je erin dat dit wordt uitgesteld? En dat je er weer in moet raken? Plan dan tijd eens per bijvoorbeeld twee weken in om je uitingen in één keer te maken. Publiceer tegelijk de posts op een specifiek tijdstip met een tool zoals Hootsuite. Zo leg je een effectieve basis voor je zichtbaarheid en hoef je je er maar eens per twee weken toe te zetten.

D. Denk altijd aan de CTA.

Denk bij elke uiting die je doet wat de vervolgstap is die je de klant wil laten maken. Voeg deze als de Call To Action toe onderaan elke uiting.

8. Denk groot. Sta voor een aansprekende bedrijfsnaam.

Als je per se niet je eigen naam wilt gebruiken, of als je nu al zeker weet dat je heel groot zal gaan worden (en je markt niet met personen zaken doet) moet je hier goed over nadenken. Bedenk wel dat je deze naam vanaf nul moet laden en zo'n nieuwe naam niet altijd noodzakelijk is. Zelfs de corporate-markt werkt graag samen met ondernemingen die aan de buitenkant 'maar' een éénpitter lijken. Mijn ervaring is dat ze de kwaliteit van je flexibele schil prima vertrouwen. Wanneer is een heel andere naam wel zo verstandig? Dat is met name als je ook nog andere zakelijke activiteiten ontplooit.

Korte theorie die je verder helpt, zoals OPSCHALEN

De essentie van Opschalen



Je groei wordt belemmerd. Je loopt tegen grenzen aan, de grenzen van je onderneming omdat de capaciteit beperkt is, maar ook tegen de grenzen van jezelf, van jou als ondernemer omdat je altijd meer tijd wil.

Piept en kraakt het? Kun je niet nog meer klanten erbij hebben zonder dat het mis gaat? Of wil je met veel minder tijd dezelfde omzet halen? Dan wordt het tijd voor het opschalen van je onderneming.

Opschalen brengt meer tijd, vergroot je capaciteit en brengt vaak ook meer professionaliteit.

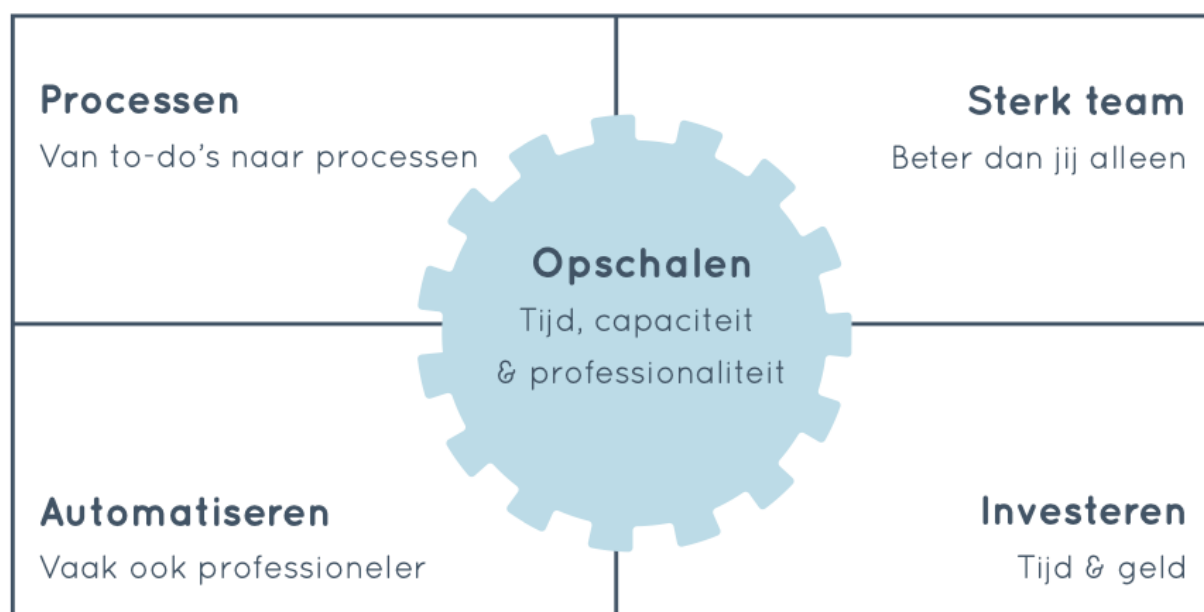
Voorwaarde voor opschalen

Soms zien ondernemers marketing & sales als de manier om op te schalen. Dat is niet juist.

Als boud statement zeg ik dat ondernemers maar twee type problemen hebben: je hebt te weinig klanten of je hebt te weinig capaciteit.

Heb je te weinig klanten? Dan heb je geen opschaal-uitdaging, maar een marketing & sales-uitdaging.

Figuur: De vier werkgebieden van opschalen.



Verhalen uit de echte ondernemerspraktijk

2.2

De geheime machine met patent-pending



Leeftijd:	38 en 39 jaar.
Ondernemers:	Starters, een ervaren manager en een gedreven ingenieur.
Onderneming:	Revolutionaire verpakkingsmachine met ontelbare toepassingen.
Geïnvesteed:	Meer dan € 25.000.

Aan de borreltafel komen duizenden fascinerende ideeën ter sprake.

Slechts enkele ambitieuze mensen pakken door. En dat naast hun betaalde baan. Dromend van ondernemerssucces, zeggen ze gedag tegen die gouden armboeien. Neem bijvoorbeeld Frank en Berndt-Jan die samen alle kaarten voor succes in handen hebben. Met inzet en overtuiging ontwikkelen ze hun borrel-idee in het diepste geheim door tot een uniek prototype. Met patent.

Daarom dit verhaal: Wat is de basis voor succesvol ondernemerschap?

“Kun jij ons helpen met het vinden van investeerders?” Het belletje van Frank verrast me aangenaam. Ik ken hem uit een ver verleden. Als ervaren corporate-man, kiest hij zijn woorden weloverwogen en doet hij geheimzinnig over een bijzonder concept. Al geruime tijd hebben ze, Frank samen met ingenieur Berndt-Jan, hier heel gefocust aan gewerkt. Dit alles naast hun reguliere werk. Ondertussen hebben ze reeds serieus privé-geld geïnvesteerd.

Ik ben geïntrigeerd. Frank is een gedreven en ambitieus persoon. En uit ervaring weet ik, dat deze mensen die al een carrière bij een groot bedrijf hebben gehad, dingen goed doordenkt. Soms denken corporate mensen ook een beetje té veel. Maar ze denken altijd groot en dat is gaaf.

Ik leg hem kort uit hoe zo’n traject ongeveer werkt. Maar tegelijk zet ik hem juist aan het denken over de andere wegen die er zijn voor hun onderneming. **Heel vaak is geld, namelijk niet de grootste uitdaging om van een idee een succesvol bedrijf te maken.**