

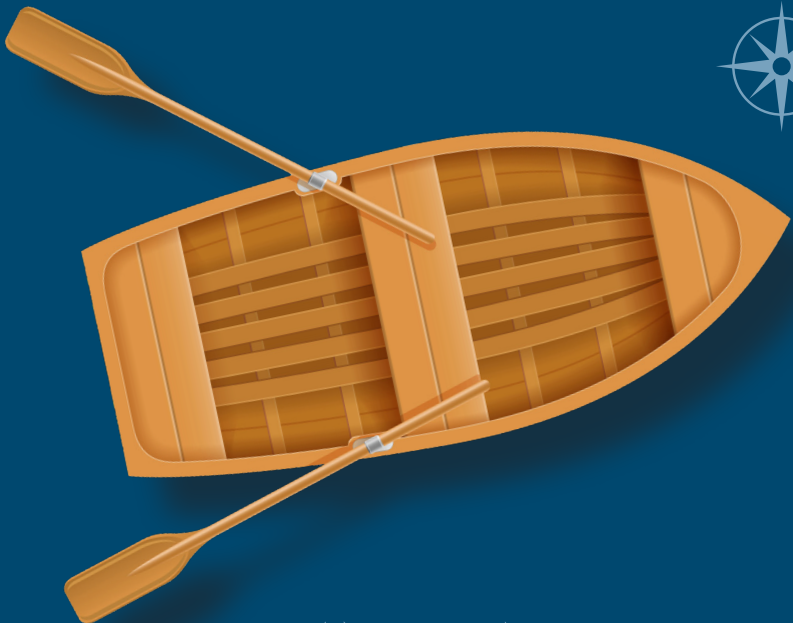
---

Jos Burgers

---

# Wacht niet op de wind, ga roeien!

DE KLANT  
ALS REDDINGSBOEI



VANDUUREN  
MANAGEMENT

# Inhoud

Inleiding	8
<b>Deel 1 Vecht in plaats van te vluchten of te bevriezen</b>	<b>12</b>
<hr/>	
1. De economie is geen lelijke eend	14
2. Afvallen dankzij een blik op de weegschaal	18
3. Hopen is een slechte strategie	22
4. Een blik erin is een blik eruit	26
5. Waarom je van afslankboeken niet afvalt	30
<b>Deel 2 Relaties met klanten worden vanzelf slechter</b>	<b>34</b>
<hr/>	
6. Spullen verkopen waar geen behoefte aan is	36
7. Alles went, zelfs een leuke vent	40
8. Luisteren zonder voorbedachten rade	44
9. Ik zou het gewoon vragen	48
10. Poeslief tegen een kat in het nauw	52
<b>Deel 3 Zwicht niet voor 'meer voor minder'</b>	<b>56</b>
<hr/>	
11. Het boek <i>Vraag nooit korting!</i> heb ik nooit geschreven	58
12. Het schaap van Oisterwijk en de slager uit Oirschot	62
13. Tegen wil en dank tekenen bij het kruisje	66
14. Hoe meer lettergrepen, hoe duurder	70
15. Niet met minder thuis willen komen	74

---

**Deel 4 Vergroot de kans op toevallig succes** **78**

---

16. Meer loten, meer kans op prijs	80
17. Omzet dankzij of ten koste van klanten?	84
18. Juichverhalen over ondernemen in zwaar weer	88
19. Chrysanten met dikke stelen en dito marges	92
20. Van zolderkamer tot miljoenenbusiness	96

---

**Deel 5 Heb het lef om sterker uit de crisis te komen** **100**

---

21. Het dak repareren als het regent	102
22. Geld stroomt naar waarde, niet naar hard werken	106
23. Kiezen om gekozen te worden	110
24. Afspraken nakomen, dat doet niemand	114
25. Niets doen is ook een risico	118

Dankwoord	122
Over de auteur	124
Van Jos Burgers verschenen eerder de volgende boeken	126

# Inleiding

Dankzij mijn leeftijd heb ik al meerdere recessies meegemaakt. Niet die uit de jaren 30 van de vorige eeuw, zo oud ben ik nu ook weer niet, maar mij staat de oliecrisis uit de jaren 70 nog helder voor de geest. Alleen al vanwege de autoloze zondagen die veel indruk maakten. Begin jaren 80 was er de tweede oliecrisis en in 2008 brak met het omvallen van Lehman Brothers de kredietcrisis uit. En nu dan de recessie die voortvloeit uit de coronapandemie.

We spreken van een recessie of crisis als er sprake is van een terugval van de economische groei. Ondernemers voelen dat direct door een afnemende vraag. Het gevolg daarvan is dat de trouw van klanten niet langer vanzelfsprekend is en onder spanning komt te staan. Mensen zijn sneller geneigd het eens elders te proberen, in een poging een betere deal te sluiten. Ook nieuwe klanten werven is vaak lastiger, omdat de spoeling nu eenmaal dunner is en iedereen zich op die paar klanten stort. En daar komt dan dikwijls nog de nodige prijsdruk bij, omdat kopers elke cent omdraaien voordat die wordt uitgegeven. Alles bij elkaar is dat zonder meer rampzalig voor het rendement van bedrijven.

Natuurlijk is het dan geweldig dat veel partijen ondernemers de helpende hand bieden: overheden die met steunmaatregelen komen, banken die soepeler omgaan met rente- en aflossingsverplichtingen, leveranciers die

betalingstermijnen verlengen, medewerkers die bereid zijn een loonoffer te brengen, ga zo maar door. Maar hoe fijn ook, uiteindelijk brengen al die acties maar tijdelijk verlichting. Ze verlagen je kosten of geven je de mogelijkheid betalingen uit te stellen. De enige echte reddingsboei is je klant. Die zorgt voor euro's die niet tijdelijk zijn of terugbetaald hoeven te worden. Dankzij de omzet van klanten komt er geld binnen. Als je die reddingsboei niet grijpt, zijn alle andere steunmaatregelen zinloos.

Dit boek heb ik geschreven om ondernemers en medewerkers in bedrijven een steuntje in de rug te geven tijdens een recessie of wat voor soort crisis dan ook. Om hen aan te zetten in beweging te komen. Te beschermen wat mogelijk is en nieuwe kansen te pakken waar die zich voordoen. Want mogelijkheden zijn er altijd. Als een economie 5% krimpt, worden er immers van de honderd euro van voor de crisis nog altijd vijfennegentig wél uitgegeven. Misschien niet aan jouw producten of door jouw klanten, maar de uitdaging is nu juist om na te gaan waar dan wel en hoe jij daarvan kunt profiteren. Door te denken in mogelijkheden in plaats van in problemen.

Neem als voorbeeld dit boek. Begin 2020 verscheen mijn vorige boek, *Thuis ben ik niet zo leuk!*, over klanten en humor. Hoewel die titel perfect aansloot op het gevoel van velen bij het gedwongen thuiswerken tijdens de coronacrisis, werd het niet de bestseller die ik voor ogen had. Dan kun je wachten tot de crisis voorbij is en hopen dat de verkopen wel weer zullen

aantrekken. Maar ik heb geleerd dat hopen een slechte strategie is. En dus besloot ik op zaterdag 13 juni 2020 om een nieuw boek te schrijven over de klant als reddingsboei in tijden van recessie. Vijf weken later, ik was nog aan het schrijven, waren bij Managementboek.nl de eerste vijf exemplaren verkocht. De euforie van zo'n klein succesje is onbetaalbaar. Het laat zien dat het kan lonen om niet af te wachten, maar in beweging te komen. De titel *Wacht niet op de wind, ga roeien!* gebruikte ik begin deze eeuw al voor presentaties voor een sprekersbureau en dat advies bleek perfect bij dit thema te passen.

Mijn doel was een praktijkboek te schrijven waar ondernemers, managers en medewerkers van bedrijven meteen mee aan de slag kunnen. Vandaar dat elk hoofdstuk praktijkvoorbeelden en persoonlijke ervaringen bevat en steeds wordt afgerond met een advies en opdracht om in actie te komen. Uit te voeren door de ondernemer zelf, samen met het management-team of met een team van medewerkers.

Gaat elke ondernemer die het moeilijk heeft het nu redden door het kopen en lezen van dit boek? Dat zou ik heel graag willen, maar ook zonder dat er sprake is van een crisis of recessie gaan er in Nederland jaarlijks zo'n drie- tot vierduizend bedrijven failliet. Het is natuurlijk wel mijn bedoeling dat dit boek eraan bijdraagt de groei van dat aantal beperkt te houden in tijden dat bedrijven het zwaar hebben.

*Wacht niet op de wind, ga roeien!* is geschreven voor ondernemers die zelf graag de regie houden en zich niet willen overleveren aan wat er om hen heen gebeurt. Dat is niet zo

gemakkelijk als het lijkt. Sterker nog, zo nu en dan is dat afzien. Ik ondervond dat zelf toen ik besloot niet op de wind te wachten, maar in maximaal vijf, zes weken tijd dit boek te schrijven. Te gaan roeien met de riem die ik heb: mijn vulpen. Het manuscript voor mijn boeken schrijf ik altijd met de hand. Het gevolg was een pijnlijke blaas op een van m'n vingers tegen het einde van het schrijfproces. Maar die maakte snel plaats voor voldoening toen het was gelukt en klanten blij bleken te zijn met het resultaat.

Ik wens je veel leesplezier, maar vooral ook inspiratie voor het bedenken van eigen acties om heelhuids door de crisis te komen. Vaststaat dat elke recessie overgaat, maar ook dat er altijd wel weer een volgende komt. Met alle plezier wil ik er over pakweg twintig jaar nog wel eentje meemaken.

Oisterwijk, augustus 2020  
Jos Burgers



### 3. Hopen is een slechte strategie

Deurwaarders en schuldhulpverleners kennen het fenomeen: als mensen klem komen te zitten als gevolg van torenhoge schulden, komt er een moment waarop ze letterlijk de ellende niet meer onder ogen willen zien. De enveloppen met rekeningen en aanmaningen blijven vanaf dat moment ongeopend en belanden ergens in een la. E-mails verhuizen ongelezen naar de map 'Verwijderd'.

Je bent waarschijnlijk wel bekend met het principe van *fight-flight-freeze*. Ons oerbrein reikt ons drie mogelijke reacties aan als er gevaar dreigt: vechten, vluchten of bevriezen. Die eerste twee spreken voor zich, die laatste staat voor stijf staan van de angst.

In de tijd dat we nog met een speer achter een hert aan moesten om 's avonds iets op de barbecue te kunnen leggen, hebben onze hersenen zich gevormd. Je kon de pech hebben dat je een oogje had op een niet al te snel hert, en dat een leeuw eenzelfde soort plan had, waardoor je oog in oog kwam te staan met een concurrent. Je brein adviseerde je dan razendsnel wat te doen. Als je de indruk had dat die leeuw net gegeten had en hij er vast geen zin in had jou met een volle maag achterna te rennen, was vluchten een prima strategie.



Bevriezen was een goede optie als je de kans groot achtte dat hij dat hert lekkerder zou vinden dan jou, of makkelijker te vangen. De leeuw zou dan na die vangst vanzelf wel weer holwaarts gaan, dus je kon beter even niets doen. Vechten, of daarmee dreigen, was alleen verstandig als die andere twee strategieën geen kans van slagen hadden.

Dat oerbrein hebben we nog altijd. Ik constateer dat ook regelmatig bij mezelf. Zo ben ik al vele jaren een verwoed amateurbelegger: zo iemand die denkt de markt te kunnen verslaan, ondanks het feit dat onderzoeken keer op keer uitwijzen dat dat vrijwel niemand lukt. Maar, denk ik dan, ik ben niemand niet.

Als ik dus leuke rendementen maak, is dat vooral mijn eigen verdienste. Tja, je hebt er gewoon kijk op, of niet. Is er sprake van forse verliezen, dan komt dat vooral door oorzaken van buitenaf. 'Ja kijk, die coronacrisis, die heeft natuurlijk helemaal niemand zien aankomen. Ook die hele grote jongens niet.'

Die coronacrisis, die heeft natuurlijk helemaal niemand zien aankomen.

Maar dan gebeurt er nog iets. Als de resultaten steeds slechter worden, kijk ik op den duur niet meer naar de omvang van de verliezen. Ik bevries als het ware. Ik moet er zelfs voor waken om op een goede, of beter gezegd slechte, dag niet alles in één klap de deur uit te doen. Beleggingstechnisch gezien is dat namelijk vaak het domste wat je kunt doen. Maar dat vluchtgedrag lijkt dan op dat moment aantrekkelijk.

In tijden van recessie doet zich net zoiets voor. Je zit in de shit of je ziet een bak ellende op je afkomen. Dan is het zaak om vooral niet te vluchten of te bevriezen, maar te vechten. In actie te komen. En wel snel. Dat is niet eenvoudig, want we zijn nogal eens geneigd om moeilijke beslissingen of omvangrijke klussen voor ons uit te schuiven. Het is vaak lekkerder om eerst de inbox maar eens leeg te maken en wat dingen van de to-dolijst af te werken.

Natuurlijk is in actie komen gemakkelijker gezegd dan gedaan. Zeker als er groot onheil dreigt. Je hebt dan niet zo veel aan goedbedoelde adviezen als: 'Je kunt de windrichting niet veranderen, maar wel de stand van je zeilen.' Ja, leuk en aardig allemaal, maar wat nu als de wind is gaan liggen? Dan zul je moeten roeien, wil je vooruitkomen. Met de riemen die je hebt: je klanten!

Wat zou nog veel erger zijn geweest dan de situatie waarin je nu zit?

Hoe doe je dat? Raak om te beginnen niet in paniek. Verstijf niet en blijf relaxed. Wat daarbij goed kan helpen is relativeren. Collega-spreker Pacelle van Goethem zei eens in een podcast dat ze van iemand had geleerd hoe je elk probleem kleiner kunt maken. Simpel: bedenk een groter probleem! Wat zou nog veel erger zijn geweest dan de situatie waarin je nu zit?

Blijf vooral ook helder denken. Neem voldoende rust en zorg ervoor dat je mentaal en fysiek topfit bent. Een minister kreeg in een radio-interview eens de vraag hoe hij omgaat met lastige tijden waarin de werkdruk en stress abnormaal hoog zijn. Zijn antwoord: 'Dan ga ik vroeger naar bed.' Wat 'n wijsheid!

Tot slot, kom in beweging, doe iets! Maak bijvoorbeeld een actieplan. Ik hoop dat dit boek je helpt bij het bedenken van acties om de crisis door te komen en daar zo mogelijk sterker uit te komen. Bedenk eens hoe dat eruit zou zien. Blijf niet hopen dat het ooit wel weer de goede kant op zal gaan. Hopen is in tijden van recessie een slechte strategie.

Motiveer jezelf om in beweging te komen, bijvoorbeeld door dat uiteindelijke succes te visualiseren. Opdat je dagelijks herinnerd wordt aan je goede voornemens en aan de dag waarop je die hebt waargemaakt. Waarmee je dat doet mag je zelf bedenken. Een suggestie van mijn kant? Koop een dure fles champagne en zet die op een prominente plek in de koelkast. Zo kijk je elke dag uit naar het moment dat de fles ontkurkt mag worden.

**Mijn advies aan jou:**

Bedenk hoe jij jezelf kunt motiveren om in actie te komen en te blijven.