

SUCCES
MET DE
ZAAK
VERZEKERD

GEERT DEHOUCK
SUCCES



MET DE
ZAAK
VERZEKERD



LANNOO
CAMPUS

D/2014/45/266 – ISBN 978 94 014 1829 4 – NUR 740

VORMGEVING COVER Peer De Maeyer
VORMGEVING BINNENWERK Keppie & Keppie

© Geert Dehouck & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt, 2014.
Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,
de boeken- en multimediodivisie van Uitgeverij Lannoo nv.

Alle rechten voorbehouden.

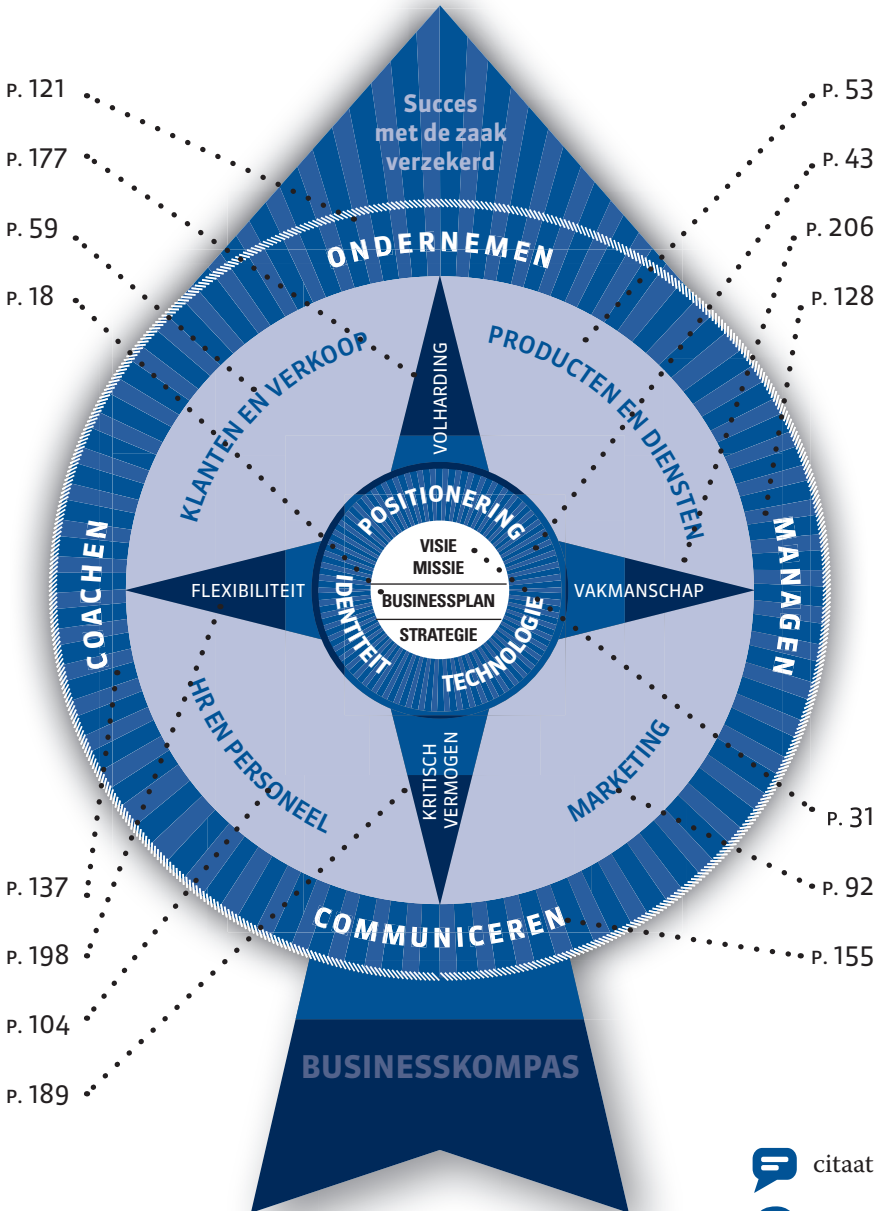
Niets van deze uitgave mag verveelvoudigd worden en/of
openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie, microfilm,
of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus
Erasme Ruelensvest 179 bus 101
3001 Leuven
België

www.lannoocampus.be

INHOUDSTAFEL

WOORD VOORAF	9
INLEIDING.....	13



 citaat

 zelfreflectie

*‘Niets is sterker
dan een idee
waarvoor de tijd
gekomen is.’*

VICTOR HUGO

the *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) and the *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA).

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the application of behavior analysis to various fields, including education, mental health, and social work. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

The *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the experimental and applied aspects of behavior analysis. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

Both journals are highly respected in the field of behavior analysis and provide a platform for researchers to share their findings and advance the science of behavior.

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) and the *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA) are both published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the application of behavior analysis to various fields, including education, mental health, and social work. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

The *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the experimental and applied aspects of behavior analysis. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

Both journals are highly respected in the field of behavior analysis and provide a platform for researchers to share their findings and advance the science of behavior.

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) and the *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA) are both published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

the *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) and the *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA).

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the application of behavior analysis to various fields, including education, mental health, and social work. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

The *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the experimental and applied aspects of behavior analysis. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

Both journals are highly respected in the field of behavior analysis and provide a platform for researchers to share their findings and advance the science of behavior.

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) and the *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA) are both published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the application of behavior analysis to various fields, including education, mental health, and social work. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

The *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the experimental and applied aspects of behavior analysis. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

Both journals are highly respected in the field of behavior analysis and provide a platform for researchers to share their findings and advance the science of behavior.

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) and the *Journal of Experimental and Applied Behavior Analysis* (JEA) are both published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

The *Journal of Applied Behavior Analysis* (JABA) is a peer-reviewed journal that publishes research on the application of behavior analysis to various fields, including education, mental health, and social work. It is published by the Society for Applied Behavior Analysis (SABA).

WOORD VOORAF

Zoek jij een nieuwe wegwijzer doorheen de complexiteit van het zakendoen? Dan wordt het *BusinessKompas* jouw handige, inspirerende gids.

Wil jij ook de geur van succes ontdekken? Gebruik dan het *BusinessKompas* zorgvuldig, weeg alle richtingen af en volg dan de aangewezen richting van inspirerende ideeën en adviezen om succesvol te zijn. Het staat buiten kijf: succes is geen toeval maar is wel het resultaat van een constante intelligente inspanning.

Dit boek leidt jou langs bekende en minder bekende wijsheden en onthult jou zo veel mogelijk geheimen van succesvol zakendoen. Het is er om jou aan het denken te zetten, adviezen te geven en oplossingen aan te reiken. Tientallen tips worden hier ontvouwd. Van mezelf en van anderen. Met onze gezamenlijke wegwijzers ga jij wijs op weg. In dit boek komen alle aspecten van succesvol ondernemen aan bod. De kunst van het ondernemen bestaat er immers in elke schakel van de ketting sterk te maken. Elke schakel is onderdeel van het geheel en dat geheel moet kloppen. Succesvol ondernemen is dus tegelijkertijd gemakkelijk en uiterst moeilijk. Buikgevoel alleen zal niet volstaan. Er is echt veel Gezond Boerenverstand (GBV) nodig.

Wil je succesvol zakendoen en vooruit geraken, dan zul je veel en veelzijdige inzichten moeten verwerven. Vakmanschap is een minimumvereiste, maar het is verre van voldoende enkel professioneel vakkundig te zijn. Je dient als bedrijfsverantwoordelijke of bedrijfsleider veel pijlen in je koker te hebben. Je moet een en ander afweten van boekhouding, informatica, klantenwerving, klantenbehoud, verkoop, marketing, branding, huisstijl, netwerken, HR-aangelegenheden, materiaal en materieel, fiscaliteit, sociale media, websites, wetgeving, verzekeringen, vergunningen, subsidies, economie, marktontwikkelingen, je moet een sterk productaanbod samenstellen et cetera... De lijst is schier eindeloos. Het is een én-én-én-verhaal. Zakendoen is een puzzel en elk stukje heeft zijn belang.

Dit boek heeft niet de uitdrukkelijke intentie een praktisch stappenplan te formuleren voor het zakendoen. Het is geen handboek, maar een boek dat veeleer wijsgerig is en associatief van aard. Ik heb het boek verrijkt met waardevolle citaten, omdat een korte spreuk vaak meer nut heeft dan een dik boek. Hierbij volg ik het advies van Winston Churchill, die zei dat het goed was voor de ontwikkeling om

citatenboeken te lezen. Welnu, de adviezen en uitspraken in dit boek zullen je aansporen om diepgaand na te denken en belangrijke keuzes te maken. Daarbij heb ik getracht om de uitspraken van anderen met een persoonlijke raad, beschouwing of interpretatie te verrijken. Sommige adviezen zul je direct kunnen toepassen. Andere beschouwingen zullen je vooral motiveren om je nog meer in de materie te verdiepen. Maar alle zijn het adviezen die (bege)leiden tot succesvolle actie. En ben je niet akkoord met mijn analyse, geen nood, zolang jij maar succesvol je eigen pad volgt. In succesvol zakendoen bestaat er niet één enkele weg.

Ondernemen kan soms een eenzame bezigheid zijn, maar net daarom is het goed te beseffen dat je er nooit helemaal alleen voor staat. Maak dus gebruik van de beproefde adviezen van anderen die je nu tot jouw beschikking hebt. Verzamel de wijsheden en gedachten van anderen. Laat je af en toe wakker schudden door mensen met kennis van zaken. Zelfs al ga je niet akkoord, de ideeën van anderen in overweging nemen verscherpt altijd je eigen inzichten. Het helpt je keuzes maken omdat je voortdurend keuzes móet maken in het zakendoen. En dat is misschien wel het belangrijkste bij het ondernemen: dat je altijd helder en open van geest blijft nadenken over wat jouw zaak tot een succes kan maken. Daarom ook heb ik in het boek veel ruimte voorzien voor zelfanalyse en zelfreflectie. Ik leg je enkele prikkelende vragen voor, die jij dan hoogstpersoonlijk en in alle eerlijkheid mag proberen te beantwoorden. Maak die oefeningen en lees er niet zomaar los overheen.

Want jij blijft natuurlijk de ondernemer. Uiteindelijk zul jij altijd zelf de beslissingen moeten nemen binnen jouw bedrijf. En ook de verantwoordelijkheid dragen voor de gevolgen van die beslissingen. Het is dus aan jou om voordeel te halen uit de kennis die hier staat opgetekend. Of om het met de woorden van Paul Valéry te zeggen: 'Deze gedachten hebben de zin die jij eraan geeft.'

Dit mag dan ook niet alleen mijn boek zijn. Het is in de eerste plaats jouw persoonlijk inspiratieboek. De hier neergeschreven wijsheden moeten de basis vormen van jouw succes. Lees en herlees daarom. Je zult zien dat de adviezen en de citaten een andere waarde krijgen bij elke leesbeurt. De inhoud van adviezen of citaten wordt immers altijd gekleurd door het moment waarop je ze leest. Als jij zelf evolueert, zullen dezelfde wijsheden jou altijd anders, altijd rijker voorkomen. Ik hoop dan ook dat de citaten en ideeën met jou en jouw gedachten zullen mee-evolueren.

Doe het goed. Doe goeie zaken. Het *BusinessKompas* zal jou helpen de weg te wijzen. Ik wens je veel inspiratie en succes!

Geert Dehouck

*‘Denken
is makkelijk,
doen is moeilijk,
en je gedachten
omzetten
in daden is
het moeilijkste.’*

JOHAN WOLFGANG VON GOETHE

INLEIDING: HET BUSINESSKOMPAS

Om de richting van het succes te kunnen volgen, kun je maar best gebruikmaken van een goed 'businesskompas'. Het zou misschien moderner zijn te praten over een goede 'business-gps', maar 'kompas' klinkt toch iets aantrekkelijker, en bovendien zijn de succesfactoren en aandachtspunten voor een onderneming tijdloos. Succesvol ondernemen is altijd gebaseerd geweest op dezelfde pijlers. Al moet je je natuurlijk wel voorbereiden op en aanpassen aan historische, economische en technologische veranderingen en snel evoluerende markten, producten, mensen, en concurrenten. Bezie alles in zijn tijd en evolueer mee, want het is slim flexibel te zijn en mee te veranderen. We moeten voortdurend aanpassen, altijd.

Succesvol zakendoen betekent dat je veel succesfactoren met elkaar moet kunnen verweven. Het is niet voldoende zeer bedreven te zijn in één zakelijk aspect, je moet tientallen zakelijke aspecten weten te beheersen, en dan nog de gave hebben deze verstandig te verbinden met elkaar.

Hoe werk je met het BusinessKompas?

Je huidige positie bepaalt hoe je met het BusinessKompas moet werken:

- Een startend bedrijf moet vooral de focus leggen op toekomstige scharniermomenten, aan de slag gaan met nieuwe aandachtspunten en proberen bestaande aandachtspunten te verbeteren.
- Een bedrijf in volle ontwikkeling heeft andere aandachtspunten en vertrekt vanuit een huidige analyse van de werkingsprocessen en resultaten, gelinkt aan nieuwe doelstellingen en marktgegevens.

Jouw bedrijf of zaak staat in het centrum van het kompas. Het vormt met andere woorden het 'zwaartepunt' van het kompas. Dit 'zwaartepunt' bestaat uit drie onderdelen.

Wil je aan professioneel bedrijfsbeheer doen, dan moet je ten eerste een goed **businessplan** (hoofdstuk 1) hebben. Zo'n plan bevat heel veel facetten, die allemaal in het boek beschreven staan.

Ten tweede moet je zorgen voor een duidelijke **missie, visie en strategie** (hoofdstuk 2). Over het algemeen besteedt men daar te weinig aandacht aan, maar het is de gezonde kern van waaruit elk ondernemerschap ontkiemt. De

tijd dat men vanuit de buik, gewoon met veel goesting en energie erin vliegt, is voorbij. De concurrentie en de investeringsrisico's zijn simpelweg te groot (geworden). Je moet met gezond (boeren)verstand te werk gaan; anders red je het niet. Uiteraard zijn passie, volharding en een goede intuïtie ook uiterst belangrijk. **Visie, missie, strategie:** besteed daar tijd aan. Denk er goed over na, zet dat op papier en schrijf dat dus letterlijk uit. Dat is je kapstok, jouw houvast.

Van daaruit bepalen we tenslotte de **identiteit**, de **positionering** en de **technologie** (hoofdstuk 3). Vooral technologie is voor bepaalde bedrijven uitermate belangrijk geworden – denk bijvoorbeeld maar aan de fundamentele veranderingen die het internet met zich mee heeft gebracht, het snel evoluerend materiaal en materieel. Werken met de juiste (modernere) technologie is de basis van je efficiëntie en rendement.

Nadat we het zwaartepunt van ons bedrijf hebben bepaald, is het tijd om aan 4 fundamentele businessankers te werken, de vier 'windrichtingen' van elke business:

- **Producten en Diensten** (hoofdstuk 4)
- **Klanten en Verkoop** (hoofdstuk 5)
- **Marketing** (hoofdstuk 6)
- **HR en Personeel** (hoofdstuk 7)

In het tweede deel van dit boek krijgt elk van deze windrichtingen ruime aandacht, in al hun hoofd- en deelaspecten.

Om van je bedrijf een succesvolle onderneming te maken of met succes zaken te doen, moet je daarbovenop een krak zijn in **ondernemen** (hoofdstuk 8), **managen** (hoofdstuk 9) **coachen** (hoofdstuk 10) en **communiceren** (hoofdstuk 11). Zoals uit het ontwerp van het BusinessKompas blijkt, omringen die vier taken alles. Zij vormen, om metaforisch te spreken, de 'gradenboog' van het BusinessKompas. Je kunt al deze taken proberen zelf uit te voeren, maar je kunt je natuurlijk ook omringen met goede medewerkers en adviseurs.

Als je erin slaagt aan al deze facetten van het ondernemerschap voldoende aandacht te besteden, zet je al een grote stap richting succes. Maar succes wordt ook bepaald door enkele onontbeerlijke kwaliteiten die je als ondernemer dient te bezitten. Concreet gaat het over **volharding** (hoofdstuk 12), **kritisch vermogen** (hoofdstuk 13), **flexibiliteit** (hoofdstuk 14) en **vakmanschap** (hoofdstuk 15). Deze vier kwaliteiten vormen samen de 'kompasnaald' van elke goede ondernemer.

Het zwaartepunt, de windrichtingen, de gradenboog en de kompasnaald: we hebben nu de basisonderdelen van een goed BusinessKompas geïdentificeerd. Zullen we dan maar, met het kompas in de hand, de weg naar het succes bewandelen?



Succes
met de zaak
verzekerd



BUSINESSKOMPAS

DEEL 1

HET ZWAARTEPUNT

De kern van jouw bedrijf

1. HET BUSINESSPLAN

- De uitdaging
- Zelfstandig ondernemen
- De jaren van verstand
- Het ondernemingsplan
- De SMART-regel
- Winst maken
- De klant centraal, altijd

2. MISSIE - VISIE - STRATEGIE

- A.D.D.A. of Anders Dan De Anderen
- Echte waarden
- Concurrentie
- Fatsoen en respect
- Ethisch handelen
- Concullega's, nu en later
- MeerWAARDEN bevatten ook waarden
- HarT werken
- Het geweten of 'had ik het maar geweten'
- Kwaliteit

3. IDENTITEIT - POSITIONERING - TECHNOLOGIE

- SWOT-analyse
- Familiebedrijven
- Met hart en ziel
- Een nieuwe wind

1. HET BUSINESSPLAN

De uitdaging



'Meer zit in u.'

Willem van Oranje

Het bovenstaande citaat is kort maar uiterst krachtig en waardevol. Het is ook mijn overtuiging dat iedereen méér kan dan datgene wat hij vandaag doet. En ik vind het een plicht om dat dan ook te doen. Het geeft meer zin aan je leven en werk. Gaan tot het uiterste, het beste uit jezelf halen; dat zijn mooie uitdagingen. Al je talenten optimaal ten dienste stellen en benutten. Kun je een mooier levensdoel hebben?

Ondernemen gaat niet als vanzelfsprekend. In principe gaat het werk voor alles, want men kan niet bij de pakken blijven neerzitten. Ondernemers zien altijd werk en vallen niet stil. Onmiddellijk scoren hoeft echter niet, ze kunnen soberheid nastreven en inbinden. Ze hebben geduld. Toch is er altijd die lange-termijnvisie en de zaak wordt niet op drijfzand gebouwd. Ondernemen is altijd een beetje dromen in een harde werkelijkheid.

Natuurlijk zijn er risico's verbonden aan het ondernemerschap, maar als je met het ondernemersvirus geboren bent, moet je vooral niet twijfelen. Als je in jouw eigen ideeën gelooft, laat vooral geen angst jou dan tegenhouden. Net dat 'ertegenaan durven gaan' onderscheidt rasondernemers van de anderen. Zij nemen berekende risico's en doen wat anderen niet durven. Dat beetje lef is nodig om succesvol te worden. Zeker als je voorheen nog niets hebt opgebouwd, is er geen reden om de stap niet te wagen, want je hebt als starter dan ook niets te verliezen. Denk eens na over dit citaat:



'Wie niets te verliezen heeft, mag gerust alles riskeren.'

Laya (Indiaanse actrice)

Zelfstandig ondernemen



‘Het geheim van vooruitkomen is beginnen; het geheim van beginnen is het opsplitsen van een complexe, overweldigende taak in kleine, hanteerbare taken en begin dan met de eerste.’

Mark Twain (Amerikaans auteur)

Je moet zonder twijfel een duizendpoot zijn voor je succesvol ondernemen kunt. Je moet niet alleen voldoende vakkennis in huis hebben, je moet ook nog beschikken over economische inzichten en/of ervaring, je moet de marktsituatie en de concurrentie goed kunnen inschatten en je moet mensen kunnen enthousiasmeren voor je zaak. Zullen we eens een lijstje maken van de pijlen die je in je koker moet hebben zitten? De lijst is niet exhaustief!

- De stiel en het vak kennen, vakmanschap
- Goed communiceren
- Marketingcampagnes bedenken
- Professioneel verkopen
- Oplossingen afwegen en beslissingen nemen
- Tegenslagen (moreel en financieel) verwerken en opvangen
- Verantwoordelijkheid dragen
- Willen leren, innoveren, investeren, evolueren
- Medewerkers inspireren en motiveren
- Zorgvuldig plannen
- Bijkomende opleidingen volgen
- Op ordelijke wijze administratie verwerken
- Berekende risico's nemen
- Creatief denken
- Dynamisch en polyvalent zijn
- Positivisme en enthousiasme uitstralen
- Zorgen voor een gezond, vitaal, energiek lichaam
- De discipline hebben om door te gaan

Dat arbeid adelt, hebben we al vaak gehoord. En dat er zal moeten gewerkt worden staat evenzeer in de sterren geschreven. Op veel lezingen heeft men het over motivatoren en demotivatoren. Ik geef je een korte opsomming van zaken die doorheen het boek nog aan bod komen. Gemotiveerde zakenmensen:

- Zijn bovendien constant in verandering (evolueren)
- Doen aan zelfanalyse

- Ontwikkelen hun competenties en talenten
- Hebben uitdagende objectieven en werken met doelen
- Handelen energiek, fit
- Zijn gedreven, beziel, gepassioneerd door hun vak
- Zijn betrokken en trekken zich de dingen aan
- Leren en studeren om kennis en vakmanschap te verhogen
- Leggen voortdurend nieuwe contacten en zijn geïnteresseerd in mensen
- Willen voortdurend beter presteren
- Werken met plezier
- Zien niet op een uurtje meer of minder, ze gaan door
- Werken tot iets af is
- Zijn nauwkeurig en precies, met oog voor detail
- Streven naar tevreden klanten
- Willen kwaliteit als maatstaf
- Houden van vooruitgang en resultaten
- ...

Wie de verantwoordelijkheid krijgt over iets gedraagt zich anders en redeneert ook anders. Dat is dan ook vaak het grote contrast tussen het gedrag en denken van een zaakvoerder of bedrijfsleider en van het personeel. Hoe goed je ook kunt samenwerken met jouw mensen en hoe hecht je ook een mooi team vormt en wilt vormen, toch zal er altijd dat stukje afstand bestaan tussen de 'baas' en de werknemer. Toch altijd een psychologische grens? Dat is zo en iedereen weet en respecteert dat.



Over welke eigenschappen en ondernemersvaardigheden moet een zelfstandig ondernemer volgens jou nog beschikken?

De jaren van verstand



‘Enthousiasme is belangrijker dan kennis en vakmanschap.’

Norman Vincent Peale (auteur en predikant)

Ik krijg dikwijls de vraag op welke leeftijd men het best een zaak kan opstarten of in een bestaande zaak kan instappen. Nog wat wachten of erin vliegen? Daar kun je dus niet zomaar een getal of leeftijd op kleven. Wat is het beste: jong en onbezonnen of ouder en ervaren? Maakt het wel iets uit? Op de vraag ‘Wat zou jij doen in mijn geval?’ is het delicaat advies geven. Het beste advies is om de andere met vragen te confronteren en te laten nadenken over zo veel mogelijk belangrijke factoren.

Het staat buiten kijf dat verschillende aspecten en overwegingen een rol spelen. De allereerste en cruciale vraag is of jij er als mens klaar voor bent. Heb je de nodige maturiteit? Twee kernvragen: wat wil je en wat kun je? Dat zijn de sleutels die de start van jouw beslissing bepalen. Heb je ondernemersbloed en ondernemerschap in je? Ondernemen begin je niet zomaar vanuit het idee ‘ik wil vrij en zelfstandig zijn’ of ‘ik wil weg uit wat ik nu doe’ of ‘ik wil veel geld verdienen’. Er zijn goede en slechte motieven. Je moet er klaar voor zijn, anders begin je er best niet aan.

Vragen die je noodzakelijkerwijs in overweging dient te nemen:

- Hoe zit de conjunctuur? Hou je daar rekening mee?
- Laat je gezinssituatie toe een risico te nemen of moet je eerder op zeker spelen?
- Staat er een sterke (zaken)partner achter jou?
- Heb je een doordacht plan voor ogen? Heb je voldoende marktonderzoek verricht?
- Heb je een goed marketing- en salesplan? Zul je voldoende klanten hebben en wat zul je doen om klanten te werven?
- Beschik je over een sterk netwerk? Ben je omringd door enkele goede adviseurs of leveranciers?
- Moet je kapitaal hebben om te kunnen beginnen of heb je geen startkapitaal nodig? Hoe geraak je aan de nodige centen?
- In welke sector zit jij? In de dienstensector (bank, verzekeringen) ben je best al wat ouder als je ernstig genomen wilt worden. Anders zal men je niet vertrouwen als je aan risicomanagement en vermogensbescherming moet doen, of aan vermogensbeheer en successieplanning. In de publiciteitssector daarentegen kan jong talent net getuigen van moderne opvattingen,

vernieuwing en creativiteit. Ook in de IT- en internetwereld kun je op heel jonge leeftijd al iets moois opstarten. In andere sectoren maakt leeftijd dan weer helemaal niet uit.

Doorheen dit boek zul je veel punten ter overweging krijgen. De stap naar het ondernemen is nooit eenvoudig of evident. Daarom is het goed om vooraf langdurig na te denken en zelfs te twijfelen, maar je moet ook durven beslissen op het gepaste moment. Durf, lef en moed moeten jouw bondgenoten zijn.



- > Gelden er leeftijdsbeperkingen in jouw sector?
 - > Acht je jezelf klaar om de stap naar het ondernemen te zetten?
 - > Welke factoren stimuleren je om te gaan ondernemen?
 - > Welke factoren brengen je aan het twijfelen?
 - > Hoe verhouden beide zich tot elkaar?
 - > Welke volgende stap wil je nog zetten in jouw zaak of ondernemerschap?
 - > Welke ambitie(s) koester je nog?
-

Het ondernemingsplan



‘Wie niets waagt, mag niets hopen.’

Friedrich von Schiller (Duits schrijver)

Een onderneming beginnen is niet iets wat al te lichtzinnig mag worden opgevat. Enkel een doordachte aanpak kan werken. En het eerste waar je aandacht aan dient te besteden als je een onderneming wilt opstarten, is een evenwichtig businessplan.

Je doet er verstandig aan jouw ondernemingsplan zo concreet mogelijk op papier te zetten. Leg gedetailleerd uit hoe je de zaken zult aanpakken en onderbouw jouw ideeën. Wie onderneemt, moet kritisch nadenken over veel aspecten. Ik herhaal het graag: buikgevoel mag meespelen, maar is niet voldoende. Een flinke portie gezond verstand, vertrouw daar maar op. Een goed ondernemingsplan geeft in heldere taal antwoorden op moeilijke vragen en uitdagingen als:

- Welke juridische vorm is de beste keuze voor mijn onderneming?
- Kan ik genieten van bepaalde steunmaatregelen of subsidies?
- Zijn er handelsreglementeringen voor mijn bedrijf?
- Zijn er specifieke regels qua milieu en ruimtelijke ordening?
- Door welke adviseurs zal ik me laten omringen (boekhouder, webdesigner, marketeer, grafisch bureau...)?
- Welke verzekeringen dien ik af te sluiten?
- Wie zijn mijn klanten, wat is mijn doelgroep?
- Waar zijn mijn potentiële klanten en hoe bereik ik die?
- Welke risico's en onzekerheden zijn er en welke creatieve oplossingen heb ik?
- Waar zal ik me vestigen? Waarom daar?
- Wie en waar zijn mijn concurrenten?
- Hoe stel ik mijn product(en) en bedrijf voor op de markt?
- Wat is mijn bedrijfsmissie, mijn visie en strategie?
- Welk prijsbeleid ga ik voeren?
- Hoe ziet mijn marketingplan eruit?
- Wat met mijn logo en huisstijl?
- Welke promotie zal ik voeren?
- Hoe ga ik mijn zaak en mijn projecten financieren?
- Welke doelstellingen heb ik?
- Moet ik personeel aanwerven en hoe doe ik dat?

- Hoe schat ik mijn kansen in binnen de economische situatie van vandaag en morgen?
- Wat zal ik verdienen?

Je ziet: een goed ondernemingsplan behelst vele aspecten. Zorg er bovenal voor dat je realistisch blijft in jouw plannen. Je project moet haalbaar zijn. Stel onomwonden de vraag: gaat mijn plan lukken en wat moet ik hiertoe ondernemen? Stel bestcasescenario's en worstcasescenario's op, zodat je reeds op voorhand een goed beeld hebt van alle mogelijkheden die zich kunnen voordoen. Een goed ondernemingsplan wordt ook regelmatig bijgestuurd omdat de bedrijfsomstandigheden voortdurend veranderen. Over één jaar zal jouw businessplan er ongetwijfeld anders uitzien dan vandaag. Je bent met een goed uitgebalanceerd ondernemingsplan op alles beter voorbereid, ook op onvoorziene omstandigheden. Het helpt je om telkens de juiste beslissingen te nemen.

Zeker voor startende bedrijfsleiders is een ondernemingsplan een absolute must. Het dwingt je na te denken over je visie, risico's in te schatten, verrassingen te vermijden, opportuniteiten en bedreigingen op te sommen, en nog veel meer. Waarom zou jij niet jaarlijks een ondernemingsplan maken en bijsturen?



- > Heb jij een gedetailleerd ondernemingsplan opgesteld?
 - > Wat staat daar allemaal in uitgewerkt?
 - > Zijn er aandachtspunten die moeten aangepast of bijgestuurd worden?
 - > Wat is je plan op korte termijn?
 - > Op middellange termijn en op lange termijn?
-

De SMART-regel



‘Mensen zijn niet lui. Ze hebben alleen geen doelen die hen inspireren.’

Anthony Robbins (motivatiecoach)

Een goed hulpmiddel bij het opstellen van jouw doelstellingen in een businessplan is de zogenaamde SMART-regel. Het SMART-principe is handig en zal je helpen om succesvoller te zijn. Het begrip kwam in de jaren 1990 op onder technici en constructeurs die hun doelstellingen zo eenvoudig en eenduidig mogelijk wilden opstellen. De letters van SMART staan voor:

- **Specifiek:** de doelstelling moet precies en eenduidig geformuleerd zijn. Vage formuleringen werken niet. Goed: ‘We gaan de knoppen van dat product gebruiksvriendelijker maken.’ Slecht: ‘We moeten eens kijken of we die knoppen kunnen verbeteren.’
- **Meetbaar:** probeer cijfermatige doelstellingen te formuleren. Cijfers kun je meten en meten is weten. Goed: ‘We willen 7% meer..’ Slecht: ‘We willen zo veel mogelijk...’
- **Aanvaardbaar:** alle werknemers moeten hun doel en de doelstellingen van het bedrijf aanvaarden. Een opgelegd (verplicht) doel zonder aanvaarding betekent demotivatie en geen drijfveer noch inzet. Voor de motivatie (het willen ervoor gaan) is de aanvaarding noodzakelijk. Zo ontstaat het engagement en de werklust. Mensen zetten persoonlijke doelstellingen vaak hoger en dat is goed, want het komt uit henzelf en is per definitie aanvaard. Deze principes gelden evenzeer voor jou als zaakvoerder of bedrijfsleider.
- **Realistisch:** de doelstelling(en) moet(en) haalbaar zijn. Toets de doelstellingen af bij verschillende mensen met kennis van zaken. Probeer ook gaandeweg de doelstelling te evalueren en mogelijks bij te sturen in de tijd. Overschatten is niet goed, onderschatten evenmin. Toch moet het uitdagend zijn, realiseerbaar en haalbaar.
- **Tijdgebonden:** schrijf expliciet neer tegen wanneer het doel bereikt moet zijn. Het is belangrijk een duidelijke deadline te bepalen, een precieze datum. Kies geen termijn die te ver weg ligt, want dan is uitstel gemakkelijk. Mensen gaan dan over in een afwachtnodus. Het efficiëntst werken korte(re) termijnen,

omdat die beter in te schatten zijn, maar het beste is misschien nog aparte doelen op te stellen voor de korte termijn, de middellange termijn en de lange termijn. En droom ook eens... Misschien kan jouw droom een doel zijn dat je in de toekomst realiseren kunt. Goed: 'Dat product moet klaar zijn tegen...'. Slecht: 'Onze klant wil dat uiteraard zo snel mogelijk.'



Formuleer heel concreet jouw doelstellingen, volgens de bovenstaande criteria. Misschien lukt het je niet meteen om je hele strategie concreet op papier te zetten. Maar allicht kun je wel meteen voor een aantal deeldoelstellingen de oefening maken.
