

Ondernemershout bestaat niet



Bij aankoop van deze uitgave stelt Boom uitgevers Amsterdam gratis de e-bookversie voor u beschikbaar. Wij vinden dat u de inhoud van het boek overal moet kunnen raadplegen, of dat nu op papier is of digitaal of een combinatie van beide. Net zoals u zelf prettig vindt in gebruik.

U kunt uw gratis e-book ophalen via www.businezz.nl/gratis_e-book. Hiervoor heeft u de unieke code nodig die u op deze pagina vindt.

Gratis online materiaal ter ondersteuning

Je hebt pas iets aan dit boek als je ermee aan de slag gaat. Het online materiaal dat je bij dit boek krijgt, helpt je daarbij. Ga naar www.ondernemershout.nl om dit materiaal gratis te downloaden.

ONDERNEMERSHOUT BESTAAT NIET

Het ultieme *how-to* boek
waarmee iedere zelfstandige professional
meer omzet haalt

LINDA SPAANBROEK

Boom

Meer informatie over deze en andere uitgaven vindt u op
www.boomuitgeversamsterdam.nl.

© 2016 Linda Spaanbroek en Boom uitgevers Amsterdam

Redactie: Jaap Verschoor, Kantoor Verschoor Boekmakers, Heemstede

Omslagontwerp: Adept, Haarlem

Ontwerp binnenwerk: Villa Y, Den Haag

Druk- en bindwerk: Drukkerij Wilco, Amersfoort

ISBN 978 90 2440 428 5

NUR 801

Alle rechten voorbehouden. Alle intellectuele eigendomsrechten, zoals auteurs- en databankrechten, ten aanzien van deze uitgave worden uitdrukkelijk voorbehouden. Deze rechten berusten bij Boom uitgevers Amsterdam en de auteur.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen, mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16 h Auteurswet, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet) dient men zich te wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl). Voor het overnemen van een gedeelte van deze uitgave ten behoeve van commerciële doeleinden dient men zich te wenden tot de uitgever.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan voor de afwezigheid van eventuele (druk)fouten en onvolledigheden niet worden ingestaan en aanvaarden de auteur(s), redacteur(en) en uitgever deswege geen aansprakelijkheid voor de gevolgen van eventueel voorkomende fouten en onvolledigheden.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the publisher's prior consent.

While every effort has been made to ensure the reliability of the information presented in this publication, Boom uitgevers Amsterdam neither guarantees the accuracy of the data contained herein nor accepts responsibility for errors or omissions or their consequences.

Voor Pauline en Thomas

*om te laten zien dat je de vrijheid hebt
om alles te doen wat je wilt
en alles te worden wat je al bent*





INHOUD

ONDERNEMEN – DE (BULL)SHIT EN DE BONUS 9

- Waarom zo veel kleine zelfstandigen na vijf jaar niet meer bestaan 9
- De bullshit waar we in geloven 13
- Het vliegwieleffect 17
- Het bonusingrediënt 19
- Business basics checklist 21

7

MAKKELIJKER & MEER KLANTEN KRIJGEN 31

- Stap 1 – De allerbeste en allerlekkerste grillworst 31
- Stap 2 – Een hongerige markt 42
- Stap 3 – Neem vaste verkering 59

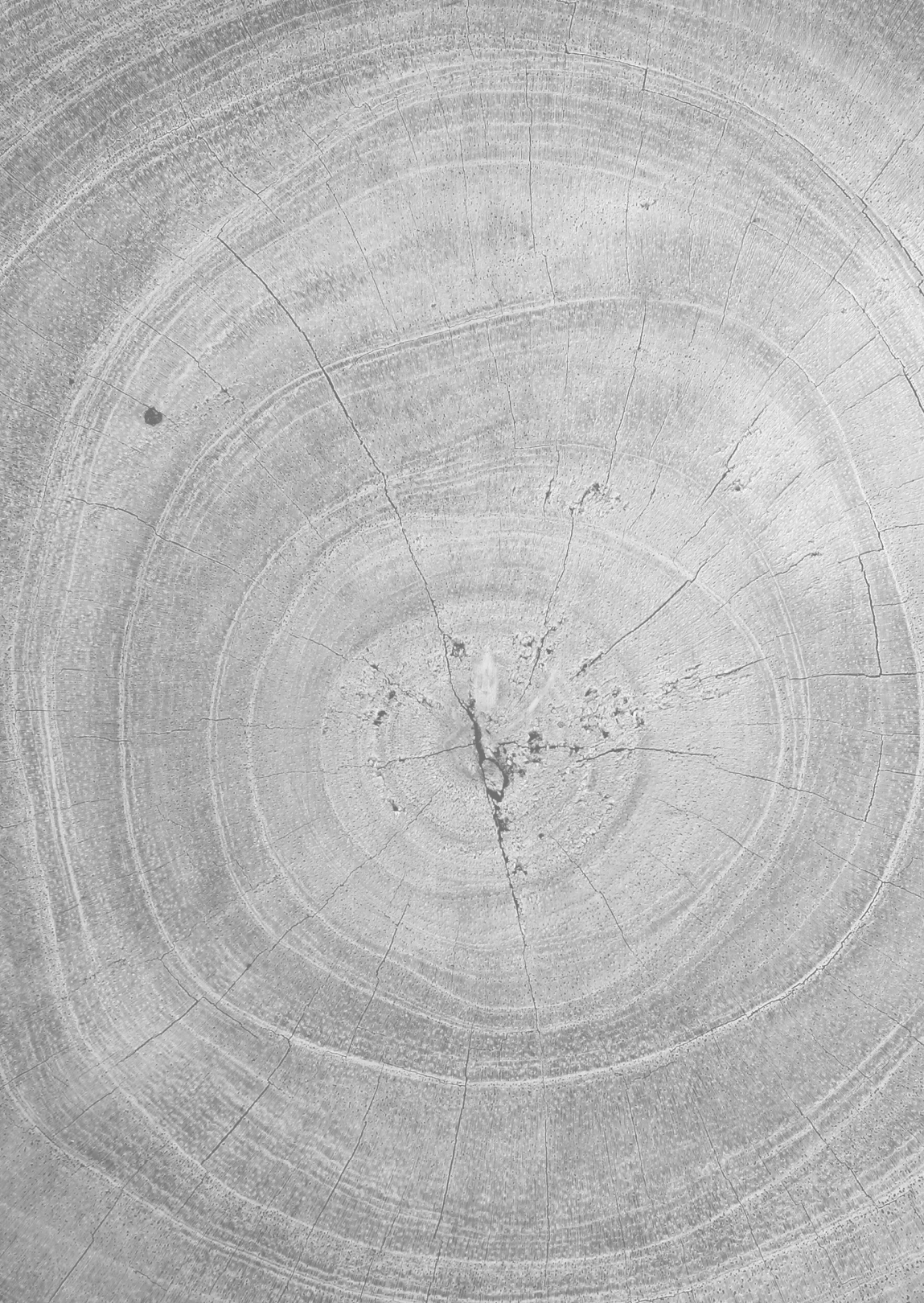
MAKKELIJKER & MINDER WERKEN MET JE KLANTEN 97

- Stap 4 – Maak het officieel 101
- Stap 5 – Sommige mensen houden meer van spruitjes 130

HET GEHEIME INGREDIËNT 147

- Breng snelheid in je vliegwiel 147
- De geheime zesde stap of de ultieme anti-ploeterfactor 149

- Dankwoord 173
- Over de auteur 175





ONDERNEMEN – DE (BULL)SHIT EN DE BONUS



WAAROM ZO VEEL KLEINE ZELFSTANDIGEN NA VIJF JAAR NIET MEER BESTAAN

9

Veel ondernemers zijn ongelukkig omdat hun talent verloren gaat. Ze storten zich volledig op hun bedrijf en steken er enorme aantallen uren in. Maar ze krijgen het niet goed van de grond. Ik zie dienstverleners die daar kapot aan gaan. Ik kom veel mensen tegen met lage omzetten terwijl ze al heel lang bezig zijn. Ze hebben het gevoel dat het aan henzelf ligt. En ze kunnen bijna niet geloven dat het makkelijker kan.

Het jaaroverzicht van de Kamer van Koophandel 2014 bevestigt dat veel kleine zelfstandigen het moeilijk hebben. Bijna 50 procent (!!) van alle startende bedrijven in zowel de zzp- als de mkb-sector bestaat na vijf jaar niet meer. De helft van alle initiatieven loopt op niets uit. En dan rekenen ze alle ploetersaars die dapper doorgaan voor een inkomen dat onder bijstandsniveau ligt (zo'n 70.000 ondernemers) niet eens mee als mislukt initiatief.

In mijn ogen is dat mislukken totaal niet nodig. Ondernemen kan veel makkelijker zijn dan je denkt. Maar dat het misschien lastig voor je is, is absoluut logisch en verklaarbaar. Vrijwel elke ondernemer onderneemt op gevoel en op basis van wat hij/zij hoort van collega-ondernemers. Herken je dat? Dat je hier eens een adviesje oppikt, daar

eens iets uitprobeert... ‘Ahh! “Ze” zeggen dat ik Periscope moet gebruiken – dat is het nieuwste van het nieuwste, dan doe ik dat. Mmmm, ik moet een nieuwsbrief schrijven. Beetje ouderwets, maar dan doe ik dat er ook bij.’

Om vervolgens te merken dat het moeilijk blijft om jezelf te onderscheiden van je concurrenten (die je uiteraard eufemistisch ‘con-culle-ga’s’ noemt omdat je heel erg van de harmonie bent). Je voelt je als een goudvis in een overvolle kom. Iedereen lijkt op jou. Iedereen ziet er hetzelfde uit. Geen klant herkent waarom ze jou moeten hebben en niet die aardige concullega met die aantrekkelijke website. Dus denk je dat jouw website meer op die van haar moet lijken. Wat soms helpt maar vaak ook niet.

10 >> Daarnaast mis je de regie om je bedrijf voorspelbaar te laten groeien. Sterker nog, je lijkt geen enkele invloed te hebben op het aantal klanten dat je krijgt. Soms gaat het goed, soms helemaal niet. In drukke tijden ben je zo hard bezig met het werken voor je klanten dat je niet toekomt aan marketing en het onderhouden van je netwerk. In slappe tijden ben je vaak zo in paniek dat je van gekkigheid niet weet wat je moet doen om aan klanten te komen. Waardoor je alles gaat proberen wat je maar kunt bedenken en waar je over hebt horen praten op netwerkbijeenkomsten. Van voldoende geloven dat je het kunt, via het manifesteren van je omzet en de nieuwste Facebookstrategie tot het dan toch maar uitproberen van cold-calling (mijn persoonlijke nachtmerrie en iets dat ik NOOIT van mijn leven ga doen – is voor jou gelukkig ook niet nodig. Ik heb namelijk dit boek voor je geschreven en dat maakt cold-calling overbodig).

Je bent misschien wel geabonneerd op te veel nieuwsbrieven over klanten krijgen en je omzet verhogen en je probeert alle tips uit. Je bekijkt webinars en bezoekt trainingen. Met opnieuw matig resultaat. Het aantal klanten blijft achter. Je omzet is daardoor minder hoog dan je graag zou willen. Ondanks al je inspanningen. Wat stress oplevert omdat je daardoor te weinig inkomen genereert. ‘Wat is hier toch aan de hand? Waarom lukt mij dit niet?’

UIT HET JUISTE HOUT GESNEDEN ZIJN IS ONZIN

Het binnenhalen van omzet voelt vaak als jagen op klanten. Een jacht waar je redelijk moe van wordt, als je heel eerlijk bent. En niet heel erg blij. Zelfs als het goed gaat, als je wel een lekkere omzet hebt, blijft de stress aanhouden. Waardoor je je afvraagt of je wel uit het goede hout gesneden bent. Je gaat twifelen of dat hele ondernemen jouw ding wel is. Blijkbaar heb je niet de kwaliteiten, het karakter, de inzet of de zelfdiscipline die ‘echte’ ondernemers hebben.

Neem van mij aan: ondernemershout bestaat niet. Iedereen kan ondernemer zijn of worden. Alleen maken jij, ik en heel veel anderen de fout om het allemaal zelf te willen verzinnen. En zitten we onszelf vervolgens enorm in de weg met het idee dat het eigenlijk anders zou moeten zijn dan het is.

Bullshit dus, dat ‘ik ben niet uit het goede ondernemershout gesneden’. Er is geen ondernemershout. Er zijn ondernemers van vlees en bloed. Hetzelfde vlees en bloed waar jij uit bestaat. Je hebt alleen even de spelregels nodig die anderen gelukkig al voor je hebben uitgevonden!

DOE-HET-ZELVEN WERKT MAAR BEPERKT

Maar even zonder dollen: veel ondernemers starten hun bedrijf vanuit enthousiasme voor hun vak, uit een passie of omdat ze verlangen naar vrijheid. Of omdat ze net als ik te eigenwijs zijn om onder een baas te werken. Wat de kans groot maakt dat je, net als ik, in het diepe bent gesprongen en eigenlijk maar wat doet. Een beetje zoals ik afgelopen zondag bezig was toen ik na zeven jaar een stoffig geworden naaimachine uit het berghok op zolder haalde. Dochterlief gaat op zichzelf wonen en ik had inspiratie om kussens voor haar bank te bekleden. Gewoon rechtdoor stikken op zo’n machine, dat kan ik wel, dus dat zou appeltje eitje worden. Alleen deed hij iets raars. Hij naaide alleen achteruit. Wat superonhandig is, want dan zie je niet waar je heen gaat, zeg maar. Ik heb aan alle knoppen gedraaid en geduwd, hem open geschroefd, afgestoft en geolied en hij ging dapper door met achteruit naaien. Uiteindelijk de hulp ingeroepen van mijn dochters schoonmoeder, die naai-pro is. Die vroeg me wat de handleiding hierover zei.

??

De handleiding? Zijn er mensen die zoiets gebruiken dan?

Ja, die zijn er. En wat ik ontdekte: met zo'n handleiding, die gemaakt is door mensen die het apparaat hebben uitgevonden, is zo'n naaimachine ineens een stuk beter te controleren. Dat had ik kunnen weten, want ik roep dat al jaren tegen iedereen die het horen wil. Maar dan in het kader van ondernemen.

HET WIEL IS ALLANG UITGEVONDEN

12 > Waar het gaat om klanten krijgen en ondernemen is allang bekend wat werkt en wat niet. Het is een recept dat je kunt volgen, een handleiding die je stap voor stap vertelt wat je moet doen. Maar sla je stappen over – omdat je ze domweg niet kent of omdat je eigenwijs bent – dan wordt het net niks.

Handleidingen zijn er om gelezen te worden. Geen probleem als je dat niet doet, alleen is het wel zo dat zodra je stappen overslaat, het net niet wordt wat je had gehoopt. Vergelijk het met het bouwen van een huis. Als je niet voldoende of niet de juiste heipalen onder het fundament hebt geplaatst, gaat het vroeg of laat verzakken. Staan er te weinig of niet de juiste heipalen onder je bedrijf, dan bouw je wel aan je huis (je bedrijf), maar gaat ook dat op een gegeven moment verzakken. Je zult dan ook nooit het hoge flatgebouw kunnen creëren waarmee je veel mensen helpt en riant verdient. Het lijkt aan de buitenkant op een bedrijf, maar mist zo veel heipalen dat het ploeteren blijft om het allemaal overeind te houden. Dit boek helpt je die heipalen op de juiste plek te zetten, zodat het makkelijker voor je wordt om succesvol te ondernemen. Want ondernemen kan écht veel makkelijker. Lees dit boek, volg de stappen en zit jezelf niet langer in de weg. Je kan het. Ja, ook jij! Misschien heb je er moeite mee om het te geloven, maar écht, ondernemen is een superleuk en relatief eenvoudig spel dat ook jij kunt spelen.



DE BULLSHIT WAAR WE IN GELOVEN

Als ik het grootste deel van mijn leven ergens van overtuigd ben geweest, dan is dat wel dat ik nooit – ik herhaal: NOOIT – voor mezelf zou beginnen. Ondernemerschap? Never!

Voor mij is ondernemerschap lang omgeven geweest met het gevoel van zwaar, moeilijk en enorm intensief. En zwaar, moeilijk en intensief, dat was niet mijn droombeeld van een ideaal leven. Het ondernemerschap wilde ik mezelf om die reden dan ook graag besparen. En ik had goede argumenten. Argumenten die logisch leken (en jou misschien bekend in de oren klinken), maar achteraf gezien bullshit waren. Grote kans dat jij je eigen onware veronderstellingen hebt die je ervan weerhouden ontspannen en succesvol te ondernemen.

13

WAAROM IK NOOIT VOOR MEZELF ZOU BEGINNEN

Als slagersdochter zag ik mijn ouders uren, dagen, weken, jaren bikelen in onze slagerij. Maximaal twee weken vakantie per jaar en de overige 50 gevuld met 60 tot 70 uur per week werken. Met als absolute uitschieter de kerstperiode, waarin mijn vader steevast doorwerkte van 23 december 's ochtends halfzeven tot 24 december 's avonds halfzeven. 36 uur achter elkaar op de been. Wat het aantal uren dat hij in zo'n week werkte, tot 84 (!) kon brengen. Staande achter het hakblok. Mes in de hand en snijden. Oog houden op het personeel en op zijn dochter die in die periode 'chef gourmetschalen' was. (Eerlijk, ik heb tot mijn 22e meer minislavinkjes gerold dan een mens er in zijn leven op kan krijgen). Ik vond het heerlijk om in die periode mee te werken, maar mijn benen waren 'op' na 12 uur staan en lopen. Ondanks de pauzes die ik wel en hij niet hield. Ik snapte het toen niet en ik begrijp nu nog steeds niet waar hij de fysieke kracht vandaan haalde. Hij stuurde mij 's avonds om halfzeven naar huis zodat ik kon uitrusten, maar deed dat zelf niet.

Het heeft mij een jeugd gegeven waarin ik niets tekort ben gekomen; zowel financieel als qua aandacht was er genoeg. Ik wist immers altijd waar ik papa kon vinden: achter het hakblok. En de zaak liep dankzij de gezamenlijke inspanning van mijn ouders uitstekend.

Hoewel de winkel altijd een meer dan goede omzet draaide, moesten mijn ouders na dertig jaar ondernemerschap besluiten de zaak te verkopen. Mijn moeder zag mijn vader steeds meer fysieke klachten krijgen en wilde niet meer. Ze wilde meer ruimte voor een privéleven en wilde meer van de andere leuke dingen in het bestaan genieten. Dingen die er eerder ook zouden moeten zijn, maar nooit hadden gekund. Weekendjes weg, bijvoorbeeld. Gewoon een keertje een vrije dag nemen als je zin hebt. Twee keer per jaar op vakantie in plaats van alleen die schamele twee weken in de zomervakantie – waarvan mijn vader de eerste dagen alleen maar sliep omdat hij bij moest komen.

Kortom, ik zou nooit maar dan ook nooit voor mezelf beginnen. En nu heb je een door mij geschreven boek in handen over ondernemerschap. Wat is er veranderd?

14 }>

ONDERNEMER TEGEN WIL EN DANK

In 2000 had ik een bonte verzameling van banen op mijn cv staan maar – op mijn 34e – nog steeds niet het werk gevonden waar ik mijn ei volledig in kwijt kon. Ik dacht dat dit kwam omdat ik niet hoog genoeg opgeleid was. Dus startte ik naast mijn baan van vier dagen per week en de opvoeding van twee jonge kinderen met een universitaire studie. Ik koos voor een studie die me leuk leek, niet voor eentje die carriëretECHNisch het meest voor de hand lag. Met mijn bedrijfseconomische hbo-opleiding en mijn baan als senior relatiemanager bij ING zou een studie economie de logische keuze geweest zijn. Maar het werd pedagogische wetenschappen. In 2006 studeerde ik af als orthopedagoog en onderwijskundige met een enorme passie voor motivatie en welzijn in het onderwijs. Daar wilde ik iets mee, dus zocht ik werk.

Betaalde banen voor gepassioneerde onderwijsvernieuwers bestonden in die tijd echter niet, waardoor ik twee opties had: weer een functie die het nét niet was of als zelfstandig ondernemer doen wat ik het liefste wilde doen. En ineens, ondanks al mijn gedachten over de negatieve kanten van het ondernemerschap, was voor mezelf beginnen de enige logische optie. Ik startte een onderwijsadviesbureau!

VALSE START

Die start als zelfstandig professional begon met het in elkaar knutselen van een website met een Windows-programma waarvan ik inmiddels de naam ben vergeten (we spreken lang voor Wordpress – het platform dat het leven van ondernemers een stuk makkelijker heeft gemaakt als het gaat om websites maken) en het tekenen van een eigen logo. Ik was heel tevreden. Mijn vrienden en kennissen vonden het ook heel mooi. En mijn oud-collega's uit mijn onderwijstijd prezen wat ik in de aanbieding had.

Maar het aantal klanten bleef beperkt. Dus deed ik wat ik anderen zag doen: netwerkbijeenkomsten bezoeken en mezelf laten zien op plekken waar veel onderwijsgevendenden samenkwamen. Het leverde weinig op. Een enkele opdracht in het onderwijs (niet om het onderwijs te vernieuwen maar om docenten meer te leren over hoogbegaafdheid, waar ik toevallig ook veel van afweet) en een serie losse opdrachten voor heel andere dingen. Beleid ontwikkelen bij de beroepsvereniging voor onderwijskundigen en pedagogen, dat soort zaken. Op een goed moment vond ik mezelf terug achter in een zaaltje, terwijl ik luisterde naar de trainer die ik coachte tijdens het lesgeven. Hij trainde zijn collega's van Eneco in een computerprogramma waarmee zij ervoor konden zorgen dat de juiste buizen op het juiste moment op de juiste plaats terechtkwamen. Daar, op dat moment overwoog ik toch maar weer een baan te zoeken. Dit was totaal niet waarvoor ik mijn bedrijf was gestart!

In die periode ontmoette ik Taco Oosterkamp, die op dat moment zelf net bezig was zijn tweede bedrijf op te starten. We troffen elkaar op de achterste rij van een bijeenkomst met een enorm saaie spreker. Dat gaf ons de gelegenheid elkaar te vertellen wat we zoal deden in het dagelijks leven. Ik bekende mijn ondernemersfalen en wat ik eigenlijk écht wilde met mijn bedrijf. Hij bood aan mijn website te bekijken omdat hij mijn passie tof vond. En brandde mijn website vervolgens tot de grond toe af. Alles wat iedereen om mij heen zo geweldig vond, was in zijn ogen brandhout en een logische verklaring voor mijn gebrek aan klanten. Er bleef geen tekst heel. Het logo was bagger. Ik moest volgens hem aan marketing gaan doen.

'MARKETING? IK DACHT HET NIET!'

Mijn eerste reactie op de suggestie om aan marketing te gaan doen, was afwijzend: 'Dat past niet bij mijn doelgroep. Het onderwijs zit niet te wachten op verkooppraatjes.' Maar Taco zou Taco niet zijn als hij zich ook maar iets zou aantrekken van mijn gesputter. Ik moest naar Amerika, was zijn advies. Daar zat een kerel die weet hoe het werkt. En met bibberende handen bestelde ik voor het eerst een online product. Ik heb er geen seconde spijt van gehad. Er bleek inderdaad een vorm van marketing te bestaan waarbij ik mezelf kon blijven. Die niet gaat over pushen en misleiden, maar over helpen en daarmee klanten aantrekken. Niet jagen, maar naar je toe halen.

16 >> Binnen korte tijd ging ik het effect merken van mijn verbeterde website en de andere marketingcommunicatie die ik ontwikkelde. Zonder nog één enkele netwerkbijeenkomst te bezoeken of koude acquisitie te plegen, kwamen er opdrachten op me af waar ik blij van werd. Het was het begin van een aantal jaren intensieve training in internetmarketing bij een aantal van de beste marketingmentoren in de VS en de UK. Waarbij ik uiteraard hier en daar wat moest aanpassen aan de Nederlandse en Vlaamse markt, maar in grove lijnen de stappen kon volgen die buitenlandse ondernemers vóór mij al volgden om succesvol te worden.



HET VLEGWIELEFFECT

De groei van mijn expertstatus en aantal opdrachten ging zo hard dat collega-onderwijsadviseurs me begonnen te vragen waarom ik zo veel klanten had en zij niet. Of ik hun dat ook kon leren? Dat kon ik. Het was het begin van InfoMarketees, mijn internetmarketing-coaching- en trainingsbedrijf. Mijn onderwijsadviesbureau heeft het nog een jaartje volgehouden naast dit nieuwe initiatief, maar al snel had ik zo veel lol met collega-ondernemers dat ik besloot mij volledig te richten op InfoMarketees. Het heeft me geen windeieren gelegd. Het aantrekken van klanten leek steeds makkelijker te worden – alsof ik een vliegwiel in werking had gezet dat steeds harder draaide terwijl ik er minder energie in stak. In mijn tweede jaar vervijfvoudigde mijn omzet, het jaar daarna verdubbelde die nogmaals naar € 279.000. Niet slecht voor een eenpitter en het leverde me de FZ Award ‘ZZP Ondernemster van het jaar 2011’ op. Fijn, die erkenning. Maar nog fijner: ik heb de afgelopen jaren duizenden ondernemers (op het moment van schrijven staat de teller op 11.298) kunnen helpen om via internet makkelijker te ondernemen.

Om andere ondernemers goed te kunnen helpen, was het belangrijk dat ik het (ondernemers)wiel – dat zoals gezegd door anderen al is uitgevonden – overdraagbaar maakte. Ik analyseerde wat de gemiddelde dienstverlenende professional allemaal moet doen om op een relatief makkelijke manier aan klanten te komen. Vervolgens zocht ik de samenhang tussen al die verschillende losse onderdelen. Al werkende met mijn eerste marketingklanten ontdekte ik bovendien wat de juiste volgorde is om de verschillende stappen te zetten die leiden tot een goedlopend bedrijf.

Het systematische stappenplan dat zo ontstond, bleek veel overeenkomsten te vertonen met het vliegwiel dat ik al eerder noemde. Kenmerkend voor een vliegwiel is immers dat het energie kost om het op gang te brengen. Maar draait het eenmaal, dan gaat het steeds makkelijker en sneller draaien terwijl er minder energie verbruikt wordt. Mijn systematische stappenplan bleek hetzelfde te werken. Het kost energie om de stappen de eerste keer te zetten. Alles is dan nieuw en

niets gaat vanzelf. Heb je de stappen eenmaal één keer gezet om je klantenstroom op gang te brengen, dan blijf je ze herhalen, zodat nieuwe omzet blijft komen. En dat herhalen van die stappen wordt steeds makkelijker en kost steeds minder energie. Je creëert je eigen vliegwiel, waarmee je met steeds minder inspanning meer resultaten boekt. Vandaar dat mijn systematische stappenplan de naam ‘Vlieg-wielmarketing Systeem’ kreeg. Met dit boek zul jij je eigen vliegwiel op gang brengen.

ONDERNEMEN KAN MAKKELIJK ZIJN

18 } Het hele idee dat ondernemen zwaar, moeilijk en enorm intensief is, blijkt in mijn praktijk bullshit. Sterker nog – zoals ik eerder al meldde – ik ervaar het tegenovergestelde. En de meeste van mijn klanten merken hetzelfde zodra zij hun marketingvliegwiel op gang hebben gebracht.

In dit boek kun je regelmatig aspecten tegenkomen waarvan je misschien denkt ‘Daar ben ik het niet mee eens!’, ‘Dit kan iedereen maar ik niet!’ of ‘Dit werkt niet voor mijn klanten!’ Vraag je dan af of dit wellicht een van jouw vooroordelen is, zoals ik er ook veel had over ondernemen. Want grote kans dat het slechts de bullshit is waarin je gelooft en waarmee je jezelf belemmert...

~~~~~ HET BONUSINGREDIËNT

Dit boek bevat heel veel ‘how to’-informatie. Duidelijke stappen waarmee je precies weet welke acties je wilt ondernemen om succesvol te zijn met je bedrijf. Dat maakt dit boek een echte handleiding voor je. Eentje waar je keer op keer op kunt terugvallen als je twijfelt over de juiste stappen in je bedrijf.

Maar er is nog iets dat dit boek anders dan andere marketinghandleidingen maakt. Het bevat een geheim ingrediënt. Zoals mijn vaders grillworst ‘iets’ had waardoor mensen er voor vanuit Maastricht naar het Westland kwamen rijden (waarover later meer), zo heeft dit boek ‘iets’ dat het verschil maakt tussen ploeteren en floreren.

Het is verweven door dit hele boek, misschien zonder dat het je opvalt. En het staat expliciet beschreven in het laatste deel van dit boek, ‘Het geheime ingrediënt’. Dit bonusbestanddeel gaat over je mindset, de manier waarop je denkt over ondernemerschap en de blokkades die je daardoor ongemerkt opwerpt voor jezelf. Ik zal je naast de stappen en ‘how to’-informatie ook laten zien hoe je als zelfstandig professional vanuit inspiratie en in flow optimaal werkt. Zodat je met maximaal plezier en het door jou gewenste resultaat kunt ondernemen. Uit welk hout je dan ook gesneden mag zijn.

19

RECEPTEN ZIJN ER OM VAN AF TE WIJKEN – MAAR WEET WANNEER!

Dit boek leest een beetje als een recept of een handleiding. Volg de stappen uit het Vliegwielmkteting Systeem en het komt goed. Blader gerust eerst naar het laatste deel van dit boek, ‘Het geheime ingrediënt’, als je nieuwsgierig bent naar hoe je als ondernemer je beste werk doet. Ik raad je wel sterk aan om de rest van het boek in chronologische volgorde tot je te nemen. Er zit een logische opbouw in van elkaar opvolgende stappen. Sla je een stap over, dan mis je een heipaal en zal het bedrijf dat je bouwt vroeg of laat gaan verzakken.

Realiseer je dat je dit boek ter hand hebt genomen omdat je nog geen meesterkok bent in het bereiden van een stevige onderneming. Masterchefs kunnen recepten naar hun hand zetten, leerlingkoks

hebben meer succes als ze zich het recept eerst eigen maken en daarna gaan experimenteren met het weglaten, toevoegen of vervangen van ingrediënten. Wil je het maximale uit dit boek en het beste uit je bedrijf halen, dan raad ik je aan met die houding aan de slag te gaan met de technieken die je leert.

Door een ingrediënt achterwege te laten, smaakt het hele gerecht anders. Maak het gerecht dus eerst zoals het recept beschrijft en in de volgorde die het recept aangeeft. Snap je eenmaal hoe de essentie van het opbouwen van je bedrijf werkt, dan kun je het recept naar je hand zetten. Dan zul je met succes de technieken toepassen die bij jou, je doelgroep en je toekomstvisie passen.

20 >> DISCLAIMER

Met de informatie uit dit boek loop je een zeer reëel risico op het krijgen van te veel klanten. Kom dan niet bij mij klagen, maar vraag me om je te leren hoe je zo'n grote toestroom van klanten toch optimaal kunt helpen. Daar weet ik namelijk alles van – ik kan het alleen niet in dit boek kwijt omdat de uitgever er geen encyclopedisch boekwerk van wil maken.

Overigens kun je je, al dan niet bewust, laten tegenhouden door het idee dat er zoiets zou bestaan als 'te veel succes'. Je zou de eerste ondernemer niet zijn die me vertelt bang te zijn om door het toepassen van internetmarketing zo veel klanten te krijgen dat je geen leven meer overhoudt. Een te volle agenda lijkt de grootste nachtmerrie van de meeste mensen die ik spreek. Waardoor ze zich bij voorbaat beperken in de stappen die ze zetten. Want tja, omzet en klanten zijn mooi, maar niet ten koste van alles.

Dat laatste snap ik EN ik weet uit ervaring (van zowel mijzelf als mijn klanten) dat het echt mogelijk is om veel meer klanten te bedienen dan je nu doet en toch vrije tijd over te houden. Dat vraagt een wat andere mindset dan je nu wellicht hebt. En zoals eerder aangegeven: daar kijken we in het laatste deel van dit boek naar, 'Het geheime ingrediënt'. Dus laat de angst voor succes los en haal het maximale uit wat je in dit boek leert.