

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	15
INLEIDING	19
1 CREËER DE JUISTE MONEYMINDSET	23
1.1 Overtuigingen sturen gedrag	26
1.2 Het veranderen van je overtuigingen	29
2 WERK VANUIT JE DRIVE	39
2.1 Missie: waarom doe je wat je doet?	41
2.2 Visie: waar ga je heen?	47
3 LOS HET ECHTE PROBLEEM VAN JE IDEALE KLANT OP	53
3.1 Wat is het echte probleem?	56
3.2 Wie is jouw ideale klant?	64
3.3 Lever een oplossing	70

4	VERDIENMODELLEN	77
4.1	Zeven verdienmodellen	78
4.2	Het bepalen van de verkoopprijs	88
5	MAAK JE WINSTGEVENDE PLAN	93
5.1	Doelen van je winstgevende plan	94
5.2	Het maken van jouw winstgevende plan	99
6	HET MARKETING- EN SALESPLAN	115
6.1	De salesfunnel: Know-Like-Trust	117
6.2	Marketing	119
6.3	Verkopen	126
6.4	Maak je marketing- en salesplan	135
7	KOM IN ACTIE	139
7.1	Maak een twaalfwekenplan	141
7.2	Dan nu echt doen	145
7.3	Go and change the world . . .	150
	DANKWOORD	153
	OVER DE AUTEUR	155
	LITERATUUR	157

INLEIDING

Wat maakt dat sommige ondernemers succesvol zijn en andere niet? Het is een intrigerende vraag, een vraag die mij al jaren bezighoudt. Waarom heeft Tony Robbins meerdere miljoenenbedrijven én een gelukkig huwelijk en moeten andere ondernemers na drie jaar constateren dat 'het' niet gelukt is; hun bedrijf genereert onvoldoende geld om levensvatbaar te zijn en daarnaast hebben ze door het vele werken de privésituatie onder druk gezet. Is het mazzel? De juiste kennis? Hard werken? Het juiste netwerk? Of is het een beetje van dat alles, maar vooral iets anders? Ik denk dat het dat laatste is. Ik geloof zeker dat er een beetje mazzel en redelijk wat hard werken bij komt kijken om een succesvol bedrijf neer te zetten, maar succes vereist in mijn optiek vooral de juiste mindset, het hebben van een goed winstgevend plan en consistente actie.

Mindset. Plan. Actie. Het zijn maar drie simpele woordjes. Maar deze drie woorden maken het verschil tussen modderen in de marge en financieel succes.

Je mindset, dat waarin je gelooft, is allesbepalend voor wat je doet, en dus voor wat je bereikt. Als ik geloof dat dit boek nooit echt succesvol wordt, richt ik mijn aandacht ook niet op de promotie ervan. Dat zou een beetje zonde zijn van de energie. Logischerwijze zal

een boek dat geen promotie krijgt, nooit echt hoog in de bestsellerlijsten komen. Geloof ik daarentegen dat dit boek nummer 1-potentie heeft, dan zet ik alles op alles om die plek te veroveren. Ik maak daarmee de kans veel groter dat dit boek die plek bereikt. Maar je voelt hem al aankomen: het risico op falen wordt ook veel groter. Want als dit boek niet in de top 10 komt, heb ik met deze alinea mijn hoofd wel beangstigend ver boven het maaiveld uitgestoken.


Wat je gelooft is daarom allesbepalend voor wat je bereikt. Als je een financieel succesvol bedrijf wilt, vereist dat een andere mindset dan wanneer je iedere maand alleen maar ‘rond hoeft te komen’. In de eerste hoofdstukken van dit boek geef ik je daarom tools om je mindset te managen.

Met alleen een geweldige mindset red je het niet. De tweede stap is een plan: een goed, haalbaar en winstgevend plan. Zonder plan ga je dobberen op een oceaan van mogelijkheden. Je plan geeft je helderheid in wat je wanneer aan wie gaat verkopen, hoeveel omzet je daarmee draait, welke kosten je moet maken en hoeveel er onderaan de streep overblijft. Je plan vertelt je ook wat jou te doen staat om die omzet te genereren, welke marketing- en verkoopacties je consistent dient uit te voeren. Je creëert je eigen route naar succes. In de hoofdstukken 3 tot en met 6 geef ik je praktische tools om je plannen te maken.

Heb je de juiste mindset en een geweldig plan, dan hoeft je dat plan alleen nog maar uit te voeren. *Do the work and you'll succeed*. Maar als het zo makkelijk was . . . Gek genoeg is het helemaal niet zo eenvoudig om te doen wat je te doen staat. We laten ons afleiden, we zijn niet gefocust of er ligt zo veel op ons bordje dat er geen tijd is om te doen wat we moeten doen. En hoe tegenstrijdig dit ook klinkt, ik vermoed dat je heel goed weet wat ik bedoel. In het laatste hoofdstuk van dit boek geef ik je een geweldig mooi model

waarmee je wél gaat doen wat ervoor nodig is om je eigen succes te creëren.

Mindset. Plan. Actie. Het is de rode draad in dit boek, een boek waarmee jij jouw succes kunt creëren.



Whether you think you
can, or you think you
can't – you're right

– HENRY FORD

CREËER DE JUISTE MONEYMINDSET

In de zomer dat ik zeventien was geworden, kwam ik op een dag thuis na een middagje shoppen in Arnhem. ‘Ik ben van gedachten veranderd,’ zei ik tegen mijn ouders. ‘Ik heb besloten dat ik niet naar de sociale academie ga. Ik ga naar de HEAO.’ Mijn ouders waren in shock, vooral mijn moeder. Ze was zelf docent aan de sociale academie. Mijn vader was directeur van een kindertehuis. Ik zou logischerwijs in hun voetsporen treden. We hadden mij een aantal maanden daarvoor ingeschreven aan de sociale academie. Jeugdhulpverlening, dat leek ook mij wel wat. En nu kwam ik thuis en kondigde een studie aan waar ze nog nooit van hadden gehoord.

‘Wat?’ en ‘hoezo?’ waren hun eerste vragen. En ik vertelde hun hoe ik die middag in de bus naar huis had gezeten, en hoe die bus langs een groot statig gebouw aan de Velperweg in Arnhem was gereden. *Hoger Economisch Administratief Onderwijs* stond in grote letters op de stenen gevel. En daar, op dat moment, besloot ik naar de HEAO te gaan. Ik was altijd dol geweest op geld. Als tiener had ik een kasboek bijgehouden van mijn kleedgeld. Op vakanties spaarde ik mijn dubbele vakantiegeld (want in Frankrijk is alles duurder, aldus mijn vader) op om na drie weken een enorme stapel Franse franken in te wisselen voor Nederlandse guldens. En ik was gefascineerd door de fietsenhobby van mijn vader. Ik wilde altijd precies weten wat de fietsen die hij aan dorpsgenoten ver-

kocht nu eigenlijk opbrachten en hoeveel ze hem hadden gekost aan inkoop en materialen. Ik hield toen al van de helderheid van geld, van de inzichten die het gaf. Ik voelde op dat moment dat ik het financiële spel wilde snappen, omdat daar mijn toekomst zou liggen.

Hier startte mijn reis. Een reis waarin ik ondernemers inspireer een financieel gezond en winstgevend bedrijf te bouwen. Om hun relatie met geld te verbeteren. Want wat jouw missie ook is – mensen helpen, de wereld verbeteren, ziektes uitbannen – je bedrijf moet een financieel gezond bedrijf zijn om je missie werkelijk in de wereld te kunnen zetten. Je moet winst maken.

Winst. Het roept bij ondernemers van alles op: verlangen en plezier, maar ook weerstand en zelfs boosheid. ‘Het drááit toch niet om geld!’ zeggen ondernemers vaak gefrustreerd als ik suggereer dat winst maken een essentieel onderdeel is van ondernemerschap. Of ze beweren: ‘Als ik maar doe waar ik goed in ben, dan volgt het geld vanzelf!’ Dit zijn uitspraken waar natuurlijk een kern van waarheid in zit. Want: *nee*, geld is niet het belangrijkste in het leven. Liefde, gezondheid en geluk zijn vele malen belangrijker dan geld. En: *ja*, passie is belangrijk in ondernemerschap. Passie is een sturende kracht onder een succesvol bedrijf.

Maar dat is niet het hele verhaal. Het is geen *of/of*, het is *en/en*. Winst maken is ook gewoon essentieel als je ondernemer bent. Zonder winst geen bedrijf.

WEERSTANDEN TEGEN WINST

Ik begrijp ook waar de weerstand tegen winst vandaan komt. Want velen van ons hebben al jong geleerd dat ‘geld niet gelukkig maakt’, dat ‘rijke mensen gierig zijn’ en dat je ‘als je voor een dubbeltje geboren bent, nooit een kwartje wordt’. Ook hebben veel vrouwen ge-

leerd dat ‘ze beter een rijke vent kunnen trouwen’ en dat ‘de man voor het inkomen zorgt en de vrouw voor de kinderen’.

Van het weekend nog, ik was op een feestje en luisterde mee met een gesprek tussen mijn man en de vader van een klasgenootje van onze jongste. Hij is een jonge, geëmancipeerde vader. Zijn vrouw en hij hebben allebei een baan en hij haalt zijn kinderen net zo vaak op van school als zij. Toch zei hij lachend tegen mijn man, toen hij tot de ontdekking kwam dat mijn man minder verdient dan ik: ‘Je bent omhoog getrouwd!’ Ik weet zeker dat hij datzelfde niet tegen mij had gezegd als de inkomenssituatie andersom was geweest. Het is gewoonweg niet ‘normaal’ als een vrouw meer verdient dan haar man.

We hebben allemaal boodschappen over geld gekregen, sommige positief, andere negatief. We zijn die boodschappen gaan geloven, en zo werden het overtuigingen: meningen waarvan we nu geloven dat ze waar zijn. Sommige boodschappen kreeg je wellicht van je ouders. Die zeiden tegen je: ‘Ga jij maar iets creatiefs doen, je bent niet goed in rekenen.’ Jij ging dat geloven en nu je ondernemer bent, is de boekhouding een blok aan je been ‘want je hebt nu eenmaal niks met cijfers’. Wat, als je het sec bekijkt, natuurlijk grote onzin is. Je bent gekomen waar je nu bent omdat je het vermogen hebt om – vaak in hoog tempo – nieuwe dingen te leren. Het managen van je financiën kun je ook gewoon leren. Als je er zo’n weerstand tegen hebt, ligt daar waarschijnlijk geen gebrek aan vaardigheden maar iets anders aan ten grondslag.

Sommige boodschappen zijn cultureel bepaald. In Nederland is het *not done* om te vragen hoeveel iemand verdient. In Amerika is het salaris een van de eerste onderwerpen die op een feestje gedeeld worden. (‘Hoe heet je? Ben je getrouwd? Hoeveel verdien je?’ In één adem door.) Amerikanen dragen hun succes met trots. In Nederland kun je maar beter gewoon doen, en je kop zeker niet

boven het maaiveld uitsteken. Toen ik twaalf was, ben ik weggepest uit de brugklas van mijn eerste middelbare school omdat ik de hoogste cijfers van de klas haalde. Toen ik zestien was studeerde ik een jaar aan Titusville Highschool in de vs. Ik stond daar op de *deans list*, een lijst die in het kantoor van de rector hing, met de namen van de tien beste leerlingen van de school. Ineens mocht ik trots zijn op mijn hoge cijfers. Ik werd niet gepest, allesbehalve, ik oogstte bewondering bij mijn klasgenoten. Ik leerde op mijn zestiende (toen nog onbewust) dat ik trots mag zijn op wat ik bereik en dat ik mijn successen mag laten zien. Succesvol zijn was niet langer gevaarlijk, het was iets om na te streven.

1.1

OVERTUIGINGEN STUREN GEDRAG

Een overtuiging is een gedachte waarvan je bent gaan geloven dat die waar is. Een overtuiging kan ondersteunend zijn, zoals: ‘Als iemand anders het kan, kan ik het ook’, of: ‘Als ik weet wat mijn doel is, kan ik mijn succes creëren’. Maar een gedachte kan ook belemmerend werken. Denk aan: ‘Dat kan ik niet’, ‘Ik ben het niet waard’ of ‘Ik ben nu eenmaal geen goede verkoper’.

Overtuigingen zijn diepgeworteld. Ze ontstaan veelal vroeg in onze jeugd. Ouders, leerkrachten en andere belangrijke mensen in ons leven zenden – vaak onbewust – boodschappen uit. En als je iets maar vaak genoeg hoort, ga je het vanzelf geloven. Een overtuiging die vele jaren de tijd heeft gehad om te wortelen, is moeilijk (maar niet onmogelijk) los te laten. Je realiseert je namelijk niet dat het slechts een mening is waarin je bent gaan geloven. Het is een overtuiging geworden, iets wat voor jou op dat moment ‘waar’ is.

Het probleem met overtuigingen is dat ze ons gedrag onbewust sturen. Als je gelooft dat honden bijten, gedraag je je heel anders als je een hond tegen het lijf loopt, dan wanneer je gelooft

dat honden trouwe vrienden zijn. En wees eens eerlijk, hoe groot is de kans dat jij ooit miljonair zult worden als je gelooft dat rijke mensen gierig zijn?

Overtuigingen bewijzen zichzelf en zijn daarmee *selffulfilling*. Op de lagere school zongen wij eens met alle kinderen rond de piano liedjes. De juffrouw vond kennelijk dat ik vals zong, want ze stootte me met haar elleboog aan en siste me toe: 'Zing jij maar niet mee.' Wat ik hoorde was: 'Jij kunt niet zingen.' Dit kwam zo hard binnen dat ik het maar één keer hoefde te horen en ik geloofde het. Ik heb jarenlang het idee gehad dat ik niet kon zingen. Als ik zong (soms moet je wel, als iemand jarig is bijvoorbeeld), deed ik dat angstig en met een benepen stem. Dat klonk nergens naar en dus werd ik keer op keer bevestigd in wat ik al geloofde: ik kon niet zingen.

Jaren later, ik was ver in de twintig, meldde ik me aan voor een dansworkshop. Ik danste graag en verheugde me op drie met dans gevulde dagen. Tot mijn schrik bleek bij aankomst dat het een dans-én zangworkshop was. Ik had de uitnodiging kennelijk maar half gelezen en werd geconfronteerd met een programma waarin ik al op de eerste ochtend geacht werd solo te zingen in een groepje van vier. Na die drie dagen geloofde ik niet meer dat ik niet kon zingen. Ik had plezier gehad, had genoten van het samen zingen en ik zong net als alle anderen: goed genoeg. Weer een paar jaar later gaf ik me op aandringen van collega-trainers op voor een zangkoor. We kwamen wekelijks bij elkaar en werkten aan een repertoire dat we zongen op de jaarlijkse bijeenkomst van het trainingsbureau waar we allemaal werkten. Een video-opname van dit optreden kun je bekijken op winstgevendepannen/extra. Ik denk niet dat ik van zingen ooit mijn carrière zal maken, maar ondertussen heb ik geleerd dat het iets is wat je kunt leren. Ook ik. 'Ik kan niet zingen' was ik gaan geloven omdat ik op een kwetsbare leeftijd een onhandige boodschap van een autoriteit (mijn juf) kreeg.

Precies hetzelfde geldt in ondernemerschap. Laten we eens naar twee webdesigners kijken, die beiden ongeveer gelijkwaardige websites bouwen. Beide designers beloven dat je met hun website met meer gemak nieuwe klanten aantrekt. Webdesigner A gelooft dat de websites die hij bouwt niet beter of slechter zijn dan wat de concurrent aanbiedt. Hij ziet websites als een *commodity* en is van mening dat alle websites prima zijn. Webdesigner B gelooft dat de websites die hij voor zijn klanten ontwikkelt, enig zijn in hun soort. Door zijn unieke kijk op marketing en techniek zal de klant significant meer gaan verdienen met zijn nieuwe website.

Wie zal een hoger bedrag voor zijn dienst vragen, denk je? En zullen potentiële klanten met meer gemak een hoger tarief aan A of aan B betalen? Precies. De webdesigner kan nooit meer betaald krijgen voor zijn website dan dat hij zelf gelooft dat die waard is.

Of je nu webdesigner, coach, bouwkundig ingenieur of jurist bent, wat jij gelooft over de waarde van je dienst heeft een grote invloed op hoe je die dienst aan de man /vrouw brengt en dus hoeveel je klant bereid is te betalen. Uiteindelijk heeft jouw overtuiging een enorme invloed op de winst die je maakt.

Ik heb heel lang geloofd dat miljonair worden niet voor mij was weggelegd. Ik weet nog goed dat ik een jaar of tien geleden deelnam aan een Business Bootcamp. We kregen de opdracht onszelf als miljonair te visualiseren. Ik deed niet mee aan de oefening. ‘Rijk zijn’ was zo’n ver-van-mijn-bedshow dat ik enkel in opperste verbazing om me heen keek, naar een zaal vol mensen die zich allemaal concentreerden op miljoenen euro’s. Ik geloofde dat ‘rijk worden’ voor anderen was. Nu, vele jaren later, heb ik de wens om financieel vrij te zijn. Ik zie mijzelf en ons gezin in een vrijstaande woning in de natuur. Mijn kinderen studeren schuldenvrij en we genieten van onze zelfgecreëerde vrijheid.

Tien jaar geleden werkte ik uurtje-factuurkje. Wilde ik meer verdienen, dan moest ik harder werken. Ik zat daarmee snel aan een grens van wat ik kon verdienen. Nu weet ik dat ik daarmee nooit financieel vrij zal worden. Ik werk niet meer uurtje-factuurkje, maar heb in plaats daarvan een verdienmodel ontwikkeld waarmee mijn winst niet afhankelijk is van mijn tijd. Dit verdienmodel heeft nog geen miljonair van mij gemaakt, maar ik geloof ondertussen wel dat ik financieel vrij zal zijn. Het effect is dat ik de juiste acties uitzet om financiële vrijheid te creëren.

Het veranderen van mijn overtuiging van ‘rijk worden is niet voor mij weggelegd’ naar ‘ik creëer financiële vrijheid voor mij en mijn gezin’ ging niet van de ene op de andere dag. Daar heb ik aan gewerkt. Ik ben mijn *moneymindset* gaan managen.

Wat geloof jij over hoeveel geld jij nodig hebt? Hoe voelt het als je hardop tegen jezelf zegt: ‘Ik ben miljonair?’ Voelt dat lekker? Of voel je weerstand opkomen? Realiseer je: er is geen goed of fout, maar wat je gelooft heeft een enorme invloed op wat je doet en dat bepaalt wat je uiteindelijk bereikt.

1.2

HET VERANDEREN VAN JE OVERTUIGINGEN

Overtuigingen sturen gedrag en je gedrag bepaalt het uiteindelijke resultaat. Een succesvol bedrijf begint dus in de basis bij succesvolle gedachten. Het mooie aan gedachten is dat je ze kunt sturen.

Het managen van je *moneymindset* en het veranderen van je overtuigingen begint bij bewustzijn. Het is belangrijk dat je je eigen overtuigingen kent en herkent. Stel jezelf de vraag: ‘Wat geloof ik over geld?’ en: ‘Wat betekent winst maken voor mij?’. Ga ook eens na hoe er vroeger bij jou thuis over geld werd gesproken. Welke

boodschappen kreeg je van je ouders en op school mee over geld? Dat kunnen zowel negatieve als positieve boodschappen zijn.

Ik ben dol op geld verdienen. Ik kon me jaren geleden moeilijk identificeren met rijk worden, maar ik ben tegelijkertijd nooit vies van geld geweest. Mijn vader handelde in tweedehandsfietsen. Doordeweeks was hij directeur van een kindertehuis en in het weekend kluste hij aan fietsen. Het was een behoorlijk uit de hand gelopen hobby en er ging aardig wat geld in rond. Ik weet nog goed hoe hij altijd op zondagmiddag een dikke stapel geld uit zijn kontzak trok en dat aan de keukentafel ging zitten tellen. Hij had zichtbaar plezier in het tellen van zijn geld. Ik leerde toen onbewust dat geld leuk en fijn is. Deze overtuiging speelt een wezenlijke rol in het werk wat ik doe.

Als jouw (geld)overtuigingen niet handig zijn voor de doelen die je wilt bereiken, is het zaak dat je je overtuigingen verandert. En dat kan. Je bent niet geboren met je overtuigingen – ze zijn in de loop van de jaren ontstaan. Je kunt er bewust voor kiezen om iets anders te gaan geloven, iets wat jou wél helpt je doelen te bereiken.

Het veranderen van je overtuigingen doe je in vijf stappen:

1. HERKEN JE OVERTUIGINGEN

Maak eens een lijstje met wat jij gelooft dat waar is over geld. Welke overtuigingen (positieve en negatieve) heb jij over geld, geld verdienen en winst maken? Als je er niet uitkomt, heb ik ter inspiratie een lijst van vijftig overtuigingen opgesteld die je gratis kunt downloaden op www.winstgevendepannen.nl/downloads.

Dat je nu je overtuigingen opschrijft is belangrijk, maar besef dat je er daarmee niet bent. Je bewust zijn van je gedachten, overtui-