

# **BUSINESS BOUWEN**

Leesvoorbeeld



FILIP SMET

# BUSINESS BOUWEN



P E L C K M A N S



# Tien geboden om met liefde te ondernemen

## I

Gij zult ondernemen met passie ▶ 11

## II

Bovenal bemin de cashflow ▶ 23

## III

Gij zult een stam stichten ▶ 37

## IV

Gij zult blijven bijleren ▶ 59

## V

Gij zult impact maken ▶ 73

## VI

Om te pieken zult gij tweaken ▶ 89

## VII

Vergeet niet vooruit te kijken ▶ 105

## VIII

Gij zult succes delen ▶ 119

## IX

Gij zult buiten de lijntjes kleuren ▶ 133

## X

Gij zult zichtbaar zijn ▶ 147



# Voorwoord

Soms vragen mensen mij: 'Filip, wat doe jij nu eigenlijk?' Het makkelijkste antwoord zou dan zijn: ik ben ondernemer. Maar wat wil dat zeggen? Wat dóé je dan eigenlijk? Maak je iets? Verkoop je iets? Begrijpelijke vragen, want ondernemers komen inderdaad in alle maten en gewichten. En als je het aan mijn zoontje van vijf zou vragen, zou hij waarschijnlijk over mijn bezigheden zeggen: 'Papa telefoneert. Hij telefoneert heel veel.' Wellicht is de duidelijkste manier om samen te vatten wat ik doe: 'Ik bouw businesses op rond technologie.' Dat is wat ik het allerliefste doe en waar ik goed in ben. Daarom heeft het me ook een heleboel lessen opgeleverd die ik graag met jullie wil delen.

In 2011 bracht ik in het kader van een Erasmusuitwisseling een half jaar door in Zuid-Korea. Voor iemand die gek is op snufjes en technologie die ons leven kunnen verbeteren en processen zo efficiënt mogelijk maken, is een verblijf daar een natte droom en tegelijkertijd een enorme inspiratiebron. Dingen waar we in ons land zelfs nu nog niet over nagedacht hebben, werden daar toen al gerealiseerd. Allemaal vertrekkend van de vraag: op welke vragen en behoeften van gebruikers kunnen we een antwoord bieden met technologie?

In een supermarkt hadden ze bijvoorbeeld de behoefte van Koreanen aan verse groenten op een heel simpele manier opgelost. Naast de supermarkt stond een gigantische serre, waarin groenten werden gekweekt. Tegen de tijd dat die groenten rijp waren om geoogst te worden, stonden ze automatisch vooraan tegen de glazen wand van de supermarkt die via schuiframen toegang gaf tot de serre. Mensen haalden hun groenten dus bij wijze van spreken plukvers uit de kast. Ik ontdekte daar ook een

systeem van ‘slimme vuilnisbakken’: kleine containers uitgerust met bodemsensoren die doorseinden wanneer de bakken vol waren. De ophaaldienst moest dus alleen maar uitrukken wanneer het nodig was.

Als lid van de eerste generatie digital natives was ik natuurlijk al langer overtuigd van de impact die technologie op ons dagelijkse leven kan hebben. Maar waar ik voor mijn bezoek aan Zuid-Korea nog dacht in termen van ‘geld verdienen met websites’, begon ik vanaf mijn aankomst daar in te zien dat we veel breder moesten denken. Dat we met behulp van technologie daadwerkelijk een betere wereld kunnen creëren. Enerzijds door het leven van mensen makkelijker te maken, anderzijds door nieuwe mogelijkheden te creëren.

Met die spirit startte ik in 2013 met ondernemen. Ons bedrijf groeide als kool en voor ik het goed doorhad, werden we Start-up van het Jaar en bouwde ik mee aan verschillende technologiebedrijven. Ik was het liefste bezig met de creatieve component van het ondernemen. Technologie van nul tot één.

En dus startte ik АМОТЕК op, een bedrijf waarmee we technologische innovaties willen initiëren en faciliteren voor collega-ondernemers. In dit boek deel ik graag de tien belangrijkste lessen die twaalf jaar pionieren als technologieondernemer me hebben geleerd en ik illustreer ze met een aantal voorbeelden die jou hopelijk kunnen helpen om de toekomst (jouw toekomst) vorm te geven en van de wereld een betere plek te maken.

Omdat ik mijn bevindingen altijd graag aftoets bij andere ondernemers, heb ik per hoofdstuk ook de visie op het besproken topic van enkele experts toegevoegd. Je moet namelijk niet denken dat mijn mening of standpunt zomaar het enige geldige is. ☺







# I

## Gij zult ondernemen met passie

Hoewel ik afscheid nam van het eerste techbedrijf dat ik mee uit de startblokken hielp, heb ik onderweg natuurlijk een heleboel dingen geleerd, en dat zijn nuttige lessen die ik in dit boek graag met jullie wil delen. Ik maak me geen illusies: mijn leerproces als ondernemer is zeker niet ten einde. Ik ga ervan uit dat ik nog elke dag bijleer. Dat is trouwens een van mijn drijfveren: bijleren. Dus deze neerslag van wat ik weet en meegemaakt heb, is zeker niet definitief. Laten we zeggen dat het je tools geeft om een business te bouwen waar je ook zelf gelukkig van wordt.

Want zo kom ik wel meteen bij de eerste les: *je hoeft het niet te doen voor het geld*. Als jij er alleen maar van droomt om zo rap mogelijk rijk te worden, dan speel je beter met de lotto dan te kiezen voor ondernemerschap. Je zult dan veel minder slapeloze

nachten, stresserende dagen, teleurstellende gesprekken, foute keuzes, kwade telefoons en moeilijke discussies moeten verwerken dan wanneer je gaat voor het bouwen van je eigen bedrijf.

En toch is het ondernemerschap veel bevredigender dan met de lotto spelen. Raar? Nee, niet raar! Bij de lotto heb jij je winstkansen namelijk totaal niet in de hand. Van de mensen die op de lotto spelen, wint 99% nooit de grote pot. Bij het ondernemerschap is dat helemaal anders: jouw winstkansen heb je zelf in de hand. Jij bepaalt of je wint, hoeveel je wint en vooral wát je wint.

De laatste jaren besteed ik bewust een deel van mijn tijd aan jonge ondernemers, of zeg gerust 'startende ondernemers', want sommigen zijn even oud als ik of ouder. In mentortrajecten van organisaties als The Birdhouse of Voka verrast het me altijd weer hoeveel goede ideeën soms lang liggen te sluimeren in mensen. De vraag is: waarom beginnen ze er niet meteen aan? Het antwoord ligt voor de hand. Ze voeden hun onzekerheid met gedachten als: zitten de mensen daar echt op te wachten?, is dat niet te moeilijk, of te duur, te zwaar, te groot, te ingewikkeld, te ambitieus of wat dan ook? Ik kan je verzekeren: dat is het niet. Een mooi voorbeeld van zo'n durfproject is Brut. Omdat de oprichter van Brut merkte dat mensen soms twijfelen over het type boot dat ze eigenlijk willen, en dat ook afhankelijk kan zijn van bijvoorbeeld de omstandigheden op zee waarin mensen willen varen, hadden ze het idee om een klein jacht te bouwen dat met behulp van technologie omgevormd kan worden tot een speedboot. Aan dek is er een zitkuil voorzien, die naargelang de omstandigheden dichtgelegd worden. De boot is verder voorzien van een aantal sensoren die kunnen assisteren bij de sturing en de ligging van het vaartuig.

Luister dus niet naar die stemmetjes die beweren dat iets niet kan. Stel jezelf de vraag: waar zie ik mezelf staan over tien jaar? (Het mag ook over vijf jaar zijn.) En antwoord nu niet: ik wil met 100 miljoen euro op mijn bankrekening op een strand op de Caraïben zitten. Want dat idee zal je geen vijf of tien jaar uit je

bed doen kruipen om stresserende discussies met aandeelhouders te voeren, op zondag klantentelefoons te beantwoorden, of late uren te doen draaien om een project af te krijgen. Nee, deze vraag moet je eigenlijk als volgt aan jezelf stellen: wat wil ik over vijf of tien jaar in de wereld betekend hebben? Waar wil ik erkenning voor krijgen? Status is niks. Betekenis is alles.

**Bij de lotto heb jij je winstkansen namelijk totaal niet in de hand. Van de mensen die op de lotto spelen, wint 99% nooit de grote pot. Bij het ondernemerschap is dat helemaal anders: jouw winstkansen heb je zelf in de hand. Jij bepaalt of je wint, hoeveel je wint en vooral wát je wint.**

Stel je maar eens voor dat je over vijf of tien jaar overlijdt. Wat wil je dan dat mensen over jou vertellen? 'Amal, die was rijk en nu ligt hij/zij daar met al zijn/haar geld, maar we hebben ons toch goed geamuseerd. En wat een mooie begrafenis...' of 'Spijtig dat hij/zij er niet meer is. We gaan zijn/haar inbreng en ideeën missen omdat...'

Ondernemen is in de eerste plaats in actie komen. Een goed idee is niets als je er geen actie aan verbindt. Maar wat zorgt ervoor dat we daadwerkelijk in actie komen? Goesting! Met andere woorden: emotie. (Het woord emotie is niet voor niets afgeleid van het Latijnse woord *movere* en dat betekent 'bewegen'.) Als we de daad bij het woord willen voegen, hebben we dus een goede emotionele drijfveer nodig. 'Iets waar je 's morgens voor uit bed wilt komen', letterlijk dan.

Dat zo'n drijfveer kan veranderen in de loop van je leven, heb ik zelf aan den lijve ondervonden. In het begin van mijn ondernemerschap was ik vooral bezig met groeien, groter en beter worden. Ik zie makkelijk opportuniteiten en ga ook graag op jacht om er partners voor te vinden of om ze binnen te halen. Sinds ik vader werd, heb ik gemerkt dat er een andere prioriteit in mijn leven kwam. Terwijl ik vroeger vooral nadacht over de toekomst

als een algemeen en abstract gegeven, werd dat door het vaderschap eigenlijk heel concreet. Wat ik nu doe, heeft sowieso een impact op hoe het leven van mijn kinderen er zal uitzien. Dat bepaalt voor een heel groot stuk de energie waarmee ik me in projecten kan engageren.

De belangrijkste conclusie in dit gebod is dus: maak je drijfveer zo concreet mogelijk. Een object dat of een waarde die voor jou heel belangrijk is, kan op zich een goede kapstok bieden. Maar een concreet toekomstbeeld zorgt voor dat beetje extra brandstof. Je kunt er extra passie mee in je ondernemerschap steken.

**Ik wil niet zomaar ondernemen met techideeën omdat het nu eenmaal technologisch mogelijk is. Nee, ik wil dat die ideeën ook een positieve impact hebben op de wereld in het algemeen en op het leven van de gebruikers ervan in het bijzonder.**

Uiteindelijk kun je concluderen dat het bij mij allemaal om impact draait. Ik wil niet zomaar ondernemen met techideeën omdat het nu eenmaal technologisch mogelijk is. Nee, ik wil dat die ideeën ook een positieve impact hebben op de wereld in het algemeen en op het leven van de gebruikers ervan in het bijzonder. Want uiteindelijk zorgen de keuzes die je maakt in je ondernemerschap ook voor een impact op jouw persoonlijke leven, en je moet voor jezelf durven uit te maken of dat de impact is die jij wenst. Met onze АМОТЕК-oplossingen bewandelen we daarom vaak twee wegen. Ten eerste bekijken we wat we kunnen betekenen voor ondernemers die op zoek zijn naar efficiëntere processen in hun onderneming door bijvoorbeeld een heldere IT-structuur. Maar daarnaast investeren we ook graag tijd en middelen in producten die bijvoorbeeld een aantoonbare ecologische verbetering betekenen, zoals de kurken wand- en vloerpanelen bij bedrijven waar we het plaatsingsproces en het productieproces onder handen namen.

## Gebod I

---

**Status is niks,  
betekenis is alles.**

•  
**Stel jezelf de vragen:  
Waar zie ik mezelf over  
vijf of tien jaar staan?  
Wat wil ik over vijf of  
tien jaar voor de wereld  
betekend hebben?**

## Pieter Uytterschaut

CEO en organisator Alcatraz-festival

'*Be curious*' is het levensmotto van Pieter Uytterschaut. En dat verklaart zeker zijn verrassende carrièreverloop. Naast zijn job bij Safety Jogger werd hij zes jaar geleden ook partner bij Alcatraz Open Air. Een nichefestival voor liefhebbers van metal en harde rockmuziek. Naast een muziekfestival is het ook een happening die mensen verenigt rond een levensstijl.

'Ik hou gewoon van dingen creëren en community's bouwen. Het festival bestond al drie jaar voor wij erbij zijn gekomen. Met wij bedoel ik het bedrijf waar ik in de *board of directors* zit: Safety Jogger. De baas is een echte metalfan en we deden in het verleden ook al wel events die meer op sport gericht waren. Tijdens een brainstorm kwam op een dag het idee op tafel om eens een muziekfestival te organiseren. En via via is dan het contact met Alcatraz gelegd. Vervolgens hebben we dat uitgebouwd van een eendagsfestival met 1600 bezoekers en 8 bands naar 3,5 dagen met 108 bands, 4 podia en 45.000 bezoekers.

Ik onderneem inderdaad wel met passie, maar een belangrijk element is ook geduld. Zeker in de festivalbranche kun je dingen niet forceren. Het kost tijd om je publiek op te bouwen. Nieuwsgierige mensen komen eens langs, hebben een fijne tijd en vertellen het aan hun vrienden of aan hun broers en zussen, waardoor die het jaar daarna ook meekomen. Je kunt het stimuleren door promo te doen, maar de sleutel ligt altijd in handen van het publiek. Dan zie je dat je jaar na jaar groeit zonder dat je daarvoor zotte prijzen voor bands begint te betalen en je ziet dat mensen blijven terugkomen of sommigen zelfs jouw logo op hun arm laten tatoeëren. Vorige week liep ik rond in de Colruyt en stond ik aan de kassa naast een doodbraaf uitzierende kerel die een