



werk  
slimmer,  
verdien  
meer

Voorwoord	
Illes puzzelstukken	12

Wat anderen vinden over het boek	15
----------------------------------	----

Inleiding	18
-----------	----

#cijfersenmarketing	20
#bloggendeschrijnwerkster	21
#crashtegendecashflow	22
#alsgeldverdieneneenvakwas	23
#businessmentor	24
#hoezohulpvrageniswack?	26
#jebedrijfiseenwinstmachine	27
#aandeslag	30

Deel 1	
<i>It's a sabotage...</i> de korte zoektocht naar de mol in je bedrijf	32

Ondernemen vandaag: <i>a tough job, but someone's got to do it</i>	33
--	----

<b>Wie is de saboteur in je bedrijf?</b>	34
--	----

De cijfer-saboteur	35
De marketingnihilist	36
De offertemaker	36
De cashflowkiller	37
De team-solist	38
De chaoot	38
De winst-loser	39

<b>Hoe word je de Sherlock Holmes van je business?</b>	39
Van passie naar missie en visie	40
Homo entreprenisto: het DNA van de ondernemer	41
Ondernemen is positive thinking!	42
Installeer deze 7 statements in je brein om jezelf niet langer te saboteren	44

## Deel 2

Je onderneming davert op zijn grondvesten	60
---	----

De cijfers: je grootste kracht (die je te vaak vergeet!)	61
--	----

<b>Omzet</b>	62
--------------	----

Bepaal je omzetdoelstelling	62
-----------------------------	----

Gerealiseerde versus ontvangen omzet: het grote dilemma	65
---	----

Algemene voorwaarden, volg je ze of niet?	65
---	----

Langdurige projecten	67
----------------------	----

<b>Bedrijfskosten</b>	67
-----------------------	----

Vaste kosten of indirecte kosten	67
----------------------------------	----

Variabele kosten	69
------------------	----

Hoe bereken je de brutomarge?	70
-------------------------------	----

<b>Loon</b>	71
-------------	----

<b>Belastingen</b>	72
--------------------	----

Zeven vragen die je altijd aan je boekhouder moet stellen	73
---	----

<b>Winst</b>	73
--------------	----

Geef je geld een bestemming: neem snelle en rationele beslissingen	74
--	----

<b>Fiscale vs. commerciële winst</b>	76
--------------------------------------	----

<b>Wat doe je met die zuurverdiende winst?</b>	77
--	----

<b>Het bepalen van een winstdoel</b>	77
<b>Buffer</b>	79
Het wekelijks scorebord	81
<b>Kritische prestatie-indicatoren</b>	82
De sleutelfiguren in je bedrijf: omring jezelf met inspirerende mensen	84
<b>Bankier en verzekeringsmakelaar</b>	85
<b>Boekhouder</b>	85
<b>Advocaat</b>	85
<b>Mentor</b>	86
<b>Collega-ondernemer</b>	86

## Deel 3

### De sleutels voor werkende propaganda 88

Wat je moet weten voor je met marketing begint	89
<b>De geheimen tot géén marketingsucces</b>	90
Een beurs oubollig?	91
Adverteren in tijdschriften	92
Handelsreiziger	92
Een te oubollige marketing? Realiteit...	93
Het geheim naar het echte succes	94
<b>Begin bij jezelf: wat is het DNA van je onderneming?</b>	94
<b>Onderzoek: de juiste marketingboodschap haal je bij de juiste klanten</b>	95
Aan de slag met slimme marketing op lange termijn	96
<b>Stel jezelf vooraf slimme vragen</b>	97
<b>Je product in de kijker: hoe doe je het anders?</b>	97

<b>Jezelf in de spotlight: waarom doe je wat je doet?</b>	99
<b>Nieuwe klanten? Waar dan!</b>	100
Alles begint met een netwerk	100
Het online verhaal	102
Andere kanalen om prospecten aan te trekken	103
<b>Tot slot: neem je telefoon ter hand!</b>	104
<b>Hoe meet je marketing: koppel je financieel plan aan een marketingplan</b>	105
<b>Het nut van marketing in je verkoopproces</b>	107

## Deel 4

Hoe je liefde voor sales groeit	110
Verkopen is waar het echt om draait	111
Waarom haat je sales?	
De angst voor bezwaren en hoe je ermee omgaat	112
Hoe creëer je een salessysteem?	113
Welke producten verkoop je?	
Rijkdom zit in de niche	116
Aan wie verkoop je, aan al je klanten?	118
<b>De bestaande klant als sjabloon voor je droomprospect</b>	119
Byebye en tot nooit meer!	119
Investeer in je topklanten	121
Maak van je topklanten ware ambassadeurs!	123
<b>Nieuwe klanten en hun eigenschappen</b>	124
Eigen behoeftes eerst	124
Mensen zijn van nature lui	125
Het gevaar van fout geïnterpreteerde communicatie	125
Leuke extra? Ja, graag!	126
Vatbaar voor schaarste	126
Uitstel is afstel	127

Verslaafd aan vernieuwing	127
Klanten zijn blind voor je goedheid	127
Schrik om iets te verliezen	128
Het belang van status	128
<b>Hoe trigger je de prospect tijdens een verkoopgesprek?</b>	128
Communiceren op het scherp van de snee: de zorgende rol als verkoper	130
<b>Verbeter je communicatieskills</b>	132
Drie-stappenformule om een supertalent in communicatie te worden	132
Negen hulplijnen om je verkoop tot een succes te maken	133

## Deel 5

### Het belang van een positieve cashflow 136

De kracht van cashflow	137
------------------------	-----

#### **Operationele cashflow, een probleemkind** 138

Te weinig cash op je rekening?	
Vaak voorkomende valkuilen	139
Waarom je altijd een voorschotfactuur moet vragen	141

#### **Concrete acties om meer geld in je bedrijf te houden (en te vinden!)** 143

Factureer snel(ler)	143
Volg je betalingen op	144
Maak een cashflowplanning en zorg voor cashflowcreatie	145
Stel jezelf een financieel doel	147
Gebruik je bedrijfsgeld niet voor privédoeleinden	148
Vermijd een overbelasting van je cashflow	148
Boost je inkomsten	148
Onderhandel over de aankooprijzen	149

## Deel 6

### Je team is goud 152

Kies de juiste mensen en laat ze knallen 153

**Stel je dreamteam samen!** 155

De kritische zelfanalyse: welke baas ben je? 155

Leg je regels op 156

**Motiveer en hou de boel draaiende!** 157

Blijf communiceren 157

Overleg 158

Wees een baas 159

Zorg voor de nodige teamspirit 159

**Delegeer met respect en heers** 159

Tot hier en niet verder 160

Duidelijke briefings 160

Trust is a must 160

**Wat met een rotte appel in je team?** 161

## Deel 7

### De businessbijbel, allesbehalve tijdverlies 164

Administratie: verloren of gewonnen tijd? 165

**Waarom efficiëntie je nieuwe keyword moet zijn!** 166

**Het belang van procedures en systemen  
(aka de businessbijbel!)** 167

Regels: voor je team maar ook voor jezelf 167

**Een businessbijbel, hoe begin je eraan?** 168

Vechten tegen de weerstand: de kiem is al gelegd 168

Bezint eer ge begint: de analyse 169



Het draaiboek: deel de processen op in verschillende categorieën	173
Structuur: de basis voor rust in je hoofd	175

## Deel 8

Een winstgevende business in vol ornaat	178
---	-----

Van baas naar eindbaas!	179
-------------------------	-----

<b>Het Cashflow Kwadrant</b>	180
------------------------------	-----

<b>Van droom naar nieuwe realiteit</b>	183
--	-----

<b>Van geld naar veel geld: de money-mindset</b>	184
--	-----

<b>Van cash naar winst: draai aan de knoppen</b>	186
--	-----

<b>Van plan naar actie: twaalf stappen</b>	189
--	-----

## Nawoord

Vlinders in mijn buik	194
-----------------------	-----



Voorwoord  
IIses  
puzzelstukken

Januari 2023. Op een koude zaterdagochtend tijdens mijn wekelijkse boodschappen in de supermarkt, kreeg ik een whatsapp van Ilse. ‘Luk, zou je de introductie van mijn boek willen schrijven?’ Daar moest ik niet over nadenken. Tegenover het schap met kattenvoer bevestigde ik. Later op de dag moest ik terug naar de supermarkt: ik was het kattenvoer vergeten. In mijn hoofd was ik al met schrijven begonnen. Dan word ik een verstrooide professor.

‘Als de omzet goed zit, komt het wel goed,’ hoor ik vaak. Ik ben nochtans de afgelopen jaren in veel bedrijven geweest waar het met de omzet goed zat, maar waar tegelijk ook gevochten werd om te overleven. Gedoe met de cashflow. Een grote klant die niet betaalt, slordige facturatie, te lage prijzen, grote kortingen om klanten te winnen, *you name it*.

Toen ik in 2016 mijn bedrijf aan Deloitte verkocht, kregen we van de verantwoordelijke due diligence deze feedback: ‘We hebben zelden zo’n mooie boekhouding gezien.’ Alle credits voor mijn toenmalige co-founder die elke dag opnieuw ‘bovenop de cijfers zat’.

Het werd me toen pas écht duidelijk hoe belangrijk dat is. Ik was tien jaar lang de ‘man van de voorkant’. Omzet genereren, mijn ding. Maar aan de achterkant deed mijn partner in crime de deur op slot. Wat langs de voordeur binnenkwam, bleef netjes binnen. We hadden niet één keer problemen.

Ilse ging door een keiharde leerschool: ze bezat een supermooi en succesvol bedrijf maar kreeg gaandeweg te kampen met een cashflowproblematiek. Ze vertelt erover in haar boek, ik ben er stil van geworden.

Van wie kun je beter leren dan van iemand die door het stof is gegaan, weer is opgestaan en het altijd al als levensdoel zag om al haar unieke financiële ervaringen – niet alleen in haar eigen bedrijf – op een praktische manier te delen. Ilse blijft onvermoeibaar spitten om alle puzzelstukken van financieel succes in elkaar te laten vallen. Dit boek schreef ze als een getuigenis daarvan.


Ze schrijft op z'n Illes: recht voor de raap, authentiek, nooit hoogdravend of belerend, en met een hoge dosis kennis en gedrevenheid om anderen hun puzzel uit te leggen.

Ik wens de lezer veel moed en doorzettingsvermogen in de zoektocht naar 'slimmer werken en meer verdienen'.

Ilse Dieltjens, een straffe madam. Jawel.


Luk Smeyers  
[www.thevisibleauthority.com](http://www.thevisibleauthority.com)

## Wat anderen vinden over het boek

 In haar boek neemt Ilse je mee in de wereld van slimmer geld verdienen. In acht stappen behandelt ze alle facetten van het ondernemerschap. Werk slimmer, verdien meer reikt je praktische handvatten aan waarmee je direct aan de slag kunt gaan. De schop onder je kont om in actie te schieten, krijg je er gratis bij. Op haar humoristische wijze maakt ze duidelijk dat ondernemen niet alleen hard werken is, maar vooral slim werken. Ze stelt zichzelf kwetsbaar op door de fouten die ze als ondernemer zelf maakte, te delen in het boek. Zodat jij ze niet hoeft te maken. Een must-read voor elke ondernemer in de bouw en ver daarbuiten.

Janine van Vliet-Docter

*Financieel Adviseur, Koken met Cijfers, [www.kokenmetcijfers.nl](http://www.kokenmetcijfers.nl)*

 Dit boek is een aanrader voor iedere ondernemer. Na twintig jaar ondernemen ontdekte ik een aantal financiële pijnpunten waarin mijn bedrijven nog kunnen verbeteren. Ik ging meteen aan de slag met de raad die Ilse me gaf. Ik hou van haar sappige, vlotte manier van schrijven: down-to-earth, geen hoogdravend financieel vakjargon, maar transparant, eerlijk en begrijpbaar voor iedere ondernemer. Wat een topper van een boek!

Peggy Janssens

*Senior Executive Recruiter, [www.unitedtalent.be](http://www.unitedtalent.be)*

☺ Dit boek is een goede aanvulling op zaken die wij soms benadrukken bij onze klanten. Ilse weet het te verwoorden zoals ik het soms zou willen verwoorden. Wij gebruiken vaktermen en zij maakt het verstaanbaar, zodat de mensen er meteen mee aan de slag kunnen gaan. Vanuit je eigen ervaringen druk je iedere ondernemer meteen met de neus op de feiten, zonder er te veel doekjes om te winden. TOP!

Siobhan Verschaeren

*Cannaerts Accountants BV, [www.cannaerts.be](http://www.cannaerts.be)*

☺ Elke keer verbaast ze me opnieuw! Ondertussen ken ik Ilse al verschillende jaren en keer op keer weet ze me te triggeren. Soms met een klein detail, dan weer met een schop onder mijn achterste. Ook met dit boek bezorgt Ilse me weer een massa nuttige informatie. Werk slimmer, verdien meer is zo opgebouwd dat je beeld als ondernemer compleet verandert. Met enkele grote en kleine sprongen en een heleboel tips word je na het lezen misschien wel eindelijk de ondernemer die je altijd al kon zijn!

Miriam Van Noten

*Ayoka – Reizen voor levensgenieters, [www.ayoka.be](http://www.ayoka.be)*





# Deel 1

*It's a sabotage...*  
de korte  
zoektocht naar  
de mol in je  
bedrijf

**Vervang de loop door een spiegel en ontdek de echte reden waarom je business het op termijn niet zal halen.**

## Ondernemen vandaag: *a tough job, but someone's got to do it*

Ben je zo'n ondernemer bij wie de zaken niet lopen zoals ze zouden moeten lopen, ondanks al dat harde werk? Staat het water je aan de lippen en denk je aan opgeven? Herken je jezelf in het verhaal van Timber Works? Dan ben je niet de enige. In ons land alleen al gaan er elk jaar enkele duizenden kmo's failliet, gaande van creatieve eenmanszaken tot bouwondernemingen met een paar tientallen werknemers. Dat heeft in alle mogelijke sectoren heel wat leed en jobverlies tot gevolg.

Wij als kleine en middelgrote ondernemers hebben het verdomd lastig, het lijkt wel alsof we gesaboteerd worden! We klagen dan ook steen en been en zijn altijd op zoek naar de schuldige. Ook al weten we niet naar wie we met het vingertje moeten wijzen. Ik zeg altijd: ondernemen is meten, en meten is weten. Dat zal in dit boek nog wel een paar keer blijken. Laten we dus eerst eens kijken naar de voornaamste redenen voor de teloorgang van de ondernemer, alvorens we met modder beginnen te gooien.

Het is natuurlijk zo dat er bij elk faillissement een veelheid van factoren aan de basis ligt. Er is niet zoiets als 'dé oorzaak van een faillissement'. En toch... Het is opmerkelijk hoe onderzoek hieromtrent bijna altijd dezelfde pijnpunten blootlegt. Een ondervraging van Graydon Belgium bij curatoren en rechters in handelszaken toonde aan dat vooral wanbeheer de voornaamste falingsoorzaak is, gevolgd door een gebrekkige economische kennis en een zwak ondernemingsplan. Pas daarna komt de eerste externe oorzaak, namelijk wanbetaling door klanten.

Nog opmerkelijker is dat uit datzelfde onderzoek bleek dat de gedupeerde ondernemers het zelf helemaal anders zien. Zij duiden vooral

externe factoren aan als belangrijkste oorzaken van hun faillissement, zoals wanbetaling door klanten, het ongunstig ondernemersklimaat en onvoldoende startkapitaal. Slechts een kleine minderheid durft toe te geven dat wanbeheer aan de basis ligt. En toch is wanbeheer, jawel, de voornaamste reden volgens de curatoren en rechters in handelszaken.

Kunnen we hieruit concluderen dat we de oorzaak van zoveel faillissementen vooral bij de ondernemer zelf moeten zoeken? Misschien, maar wel zeker is dat succesvol ondernemen alleszins niet begint met je nog langer te wentelen in zelfmedelijden en rond de pot te blijven draaien! Behoor jij tot die kleine minderheid die in eigen boezem durft te kijken? Dan heb je de eerste grote stap al gezet!

## Wie is de saboteur in je bedrijf?

Als de zaken slecht gaan, is de kans heel groot dat het komt omdat je zelf je eigen business saboteert. ‘Ga weg, Ilse! Ik... de mol in mijn eigen bedrijf?’ No shit, Sherlock! Al begrijp ik je verontwaardiging wel, want meestal gebeurt dat geheel onbewust. Je kunt op alle mogelijke vlakken tegelijk je eigen bedrijf saboteren en nog altijd denken dat je keigoed bezig bent. Dat harder werken de enige mogelijkheid is om vooruit te komen. Hard werken voel je inderdaad op je bankrekening, maar of dat nu per se in de positieve zin is?

Wil ik daarmee zeggen dat alles in je onderneming vierkant loopt en dat jij een slechte ondernemer bent? Absoluut niet! Je bent een hardwerkende ondernemer, maar veel heeft te maken met wat er in je hoofd omgaat. Hoe meer je de sabotageknop opendraait, hoe meer je de andere knoppen op je geldmachine dichtdraait. Daarom is bewustwording de eerste grote stap in het ontmaskeren van de mol in je bedrijf. Pas dan kun je je zinkende business uit dit zompige moeras trekken.

Zodra je weet op welke vlakken je je eigen zaak de nek kunt omdraaien en daar actief mee aan de slag gaat, is er eigenlijk geen enkel probleem. Maar dan moet je bereid zijn om je mindset als ondernemer compleet te switchen. Om te beginnen door te stoppen met de schuld altijd bij externe factoren te zoeken, dat is te gemakkelijk. Je bedrijf zal altijd

voor uitdagingen komen te staan, zie ze voortaan als opportuniteiten. Als je awareness krijgt voor wat er zich rondom je afspeelt, hoeven de zaken niet per definitie slecht te gaan.

Aan de hand van onderstaande voorbeelden kun je detecteren op welke manieren je jezelf saboteert. Zodra je weet in welke valkuilen je blijft trappen, ben je klaar voor de eerste stap: bepalen wat er nu eindelijk eens moet worden opgelost.

## De cijfer-saboteur

Heel wat ondernemers werken zich elke dag te pletter terwijl ze diep in hun binnenste weten dat hun cijfers dit harde labeur niet weerspiegelen. Maar ze blijven volharden in dezelfde gedachte: zolang ik hard genoeg blijf werken, komt alles wel goed. In werkelijkheid durven velen gewoon niet meer naar hun cijfers te kijken, omdat de confrontatie met de realiteit zwart op wit te groot is. Je reinste zelfsabotage!

Of je zaak nu goed draait of niet, als je het vertikt om regelmatig je cijfers te checken, dan ben je vroeg of laat gezien. Minstens elke maand zou je de omzet moeten berekenen en er de kosten van aftrekken. Als er een negatief getal verschijnt, dan weet je tenminste dat toch al. In heel wat gevallen zal blijken dat één of enkele extra deals voldoende zijn om de cijfers weer positief te krijgen. Het kan alleen maar motiverend werken!

Ook met positieve cijfers kun je nog altijd je zaak saboteren. Als je een mooie omzet draait en gewoon blijft gaan zonder om te kijken, dan weet je niet welke impact dit voor je bedrijf op het einde van het boekjaar heeft. Laat het dus niet alleen aan je boekhouder over en kom al zeker niet janken als je plots 20.000 euro belastingen moet betalen. Cijfers zijn er om te becijferen en je met de neus op de feiten te drukken. Alleen zo weet je welke tools je in handen moet nemen om je business naar een hoger niveau te tillen en je cash nog beter te activeren.

## De marketingnihilist

Ook al staat je orderboek helemaal vol en heb je de jobs voor het rapen, als je het vertikt om aan marketing te doen, ben je de grootste saboteur van je bedrijf. Je weet immers nooit hoe lang de opdrachten nog vlot zullen blijven binnenlopen. (Of ben je de lockdowns al vergeten?) En als je orderboek stilaan leeg raakt, is het te laat om er nog snel wat marketing tegenaan te gooien. Want de gemiddelde marketingactie heeft pas drie maanden later effect.

Marketing is meer dan alleen advertenties, blogposts of een radiospot. Het betekent ook een netwerk opbouwen en je relaties onderhouden. Een ondernemer die niet zelf het hoofd boven het maaiveld uitsteekt, saboteert het bedrijf. Als je jezelf continu binnen de muren van het firmament opsluit, komen er geen mooie kansen op je pad. Ga naar buiten en *spread the word!* Laat de wereld weten hoe kwalitatief je producten en diensten zijn en verkondig waar je bedrijf voor staat. Sluit je aan bij een netwerkorganisatie om niet altijd in dezelfde cirkel te blijven draaien. Een beetje ruchtbaarheid kan alle aspecten in je onderneming ondersteunen.

## De offertemaker

Om verkopen te realiseren, moet je een indicatie van de kostprijs van je product of dienst kunnen geven. In heel wat sectoren is het opmaken van offertes een tijd- en energierovend proces waar je al snel enkele uren per week mee bezig bent. Dat is op zich heel bewonderenswaardig, maar hoe vaak gebeurt het dat je na het versturen lamlendig op een antwoord zit te wachten? Juist, te vaak.

Saboteer niet langer je verkoopproces en je kostbare tijd (die je steekt in het maken van offertes). Het opvolgen van offertes is de laatste maar ook belangrijkste stap in het proces. Je gaat ervoor of niet. Hoe word je een rasechte verkoper? Wees proactief en leidt het proces. Vraag aan je (potentiële) klant of de deal ook effectief kan doorgaan. De nee heb je sowieso al, de ja kun je nog krijgen!

## De cashflowkiller

Cashflow is het geld dat door je onderneming stroomt en dat gebeurt langs twee kanten. Enerzijds het geld dat binnenstroomt via de inkomsten, anderzijds het geld dat uitstroomt via de uitgaven. Eigenlijk is je cashflow de levensader van je onderneming. En laten er nu net tal van manieren zijn om de cashflow in je bedrijf te saboteren. De voornaamste valkuilen die je cashflow nekken:

- Als je denkt dat je almaar meer moet verkopen om meer geld binnen te krijgen, saboteer je de cashflow. Het gaat niet om meer verkopen, maar om slimmer verkopen. Denk erover na of je verkopen winstgevend zijn, zodat het verschil tussen de inkomsten en de uitgaven almaar groter wordt. Met andere woorden: vraag je af wat de marges zijn. Het kan gebeuren dat je klanten simpelweg te weinig betalen voor je product of dienst. Verlieslatende producten of diensten verkopen, is dweilen met de kraan open.
- De cashflow kan ook gesaboteerd worden door het ontbreken van efficiënte systemen. Vraag je dus af waar je geld naar buiten laat stromen omdat je telkens opnieuw jezelf moet heruitvinden.
- Betaalcondities op je factuur geven aan hoe, binnen welke termijn en onder welke voorwaarden de klant moet betalen. Zonder goede, duidelijk opgestelde betaalcondities moet je te lang wachten op je geld (en verlies je ook geld). Om de cashflow gezond te houden, is het dus heel belangrijk om van in het begin de betalingstermijn goed af te spreken.
- Onnodige aankopen zijn nefast voor je cashflow. Dat klinkt logisch, maar kan ook het gevolg zijn van te veel producten in je aanbod. Je gamma is zodanig groot, dat je veel te veel materialen en middelen nodig hebt om je producten of diensten te realiseren. Plaats jezelf meer in een niche en vermijd onnodige aankopen.
- Te hoge overheadkosten (of vaste kosten) die gemakkelijk vermeden kunnen worden? Het komt vaker voor dan je denkt. Waarom zou je bijvoorbeeld een heel dure kantoorruimte huren als je nooit klanten ontvangt of als het niet bij de core van je business hoort om mensen op een rijkelijke manier te ontvangen?

## De team-solist

Ben je een teamspeler? Als zaakvoerder is de communicatie met je eigen medewerkers een van de moeilijkste processen binnen de onderneming. Vooral dan als je een negatieve boodschap moet overbrengen. Als je iemand uit je team met de vinger moet wijzen of zelfs een straf geven. Moeilijke gesprekken gaan we nu eenmaal liever uit de weg, maar zo saboteren we opnieuw ons eigen bedrijf.

Hoe neem je het heft in handen als je weet dat er een ‘rotte appel’ in je team zit die iedereen binnen de bedrijfsmuren met negatieve vibes teistert? Dat doe je niet per se door zelf negatief uit te de hoek te komen, maar door het te durven benoemen. Het minste dat je moet doen, is het gesprek te durven aangaan. Dat alleen al kan volstaan om een ‘ontspoorde’ medewerker opnieuw op de rails te krijgen.

## De chaoot

Het ontbreken van duidelijke procedures en systemen binnen je onderneming betekent dat je jezelf telkens opnieuw moet heruitvinden. Als je geen idee hebt van wat je moet doen als een klant niet tijdig betaalt, dan is de kans groot dat de factuur gewoon op je bureau blijft liggen. En zo zijn er honderden zaken die je in een draaiboek moet steken. Wie contacteer je met welke brief? Aangetekend of niet? Schakel je een advocaat in? En wanneer worden die camionettes eigenlijk gewassen, elke vrijdagmiddag of pas als ze helemaal besmeurd zijn?

Gaandeweg krijg je ervaring op alle vlakken in het runnen van je business, doe daar dan ook iets mee. Zet het op papier. Elke ondernemer heeft een soort businessbijbel nodig waarin staat hoe de zaken in elkaar zitten. Zonder draaiboek blijf je jezelf verstoppen achter de uitvlucht dat het allemaal te veel tijd kost. Het heeft ook tot gevolg dat je altijd alles van a tot z moet uitleggen als er iemand nieuw in je team komt.

## De winst-loser

Ben je een ondernemer die het boekjaar afsluit met winst? Proficiat! Maar weet dat je ook je winst kan saboteren. Winst moet je plannen! Want als je je geld niet kadert, komt je winst nooit op je bankrekening terecht. Beslis zelf waar je geld naartoe gaat nog voor het is binnengekomen, maar doe het beredeneerd. Geef het aandeel winst een bestemming en gebruik percentages om dat aandeel te benoemen. Draai je een jaaromzet van een miljoen euro en wil je 20% daarvan op je bankrekening zien staan? Dan plan je 200.000 euro in als winst.



### TIP

**Ik heb een opdracht voor je, Sherlock. Kijk voor elk van bovenstaande aspecten waar je jezelf verstoort en saboteert. Creëer een systeem dat je helpt om de pijnpunten te detecteren. Schrijf deze op als valkuilen en vraag je af hoe je ze kunt oplossen. In de volgende hoofdstukken help ik je verder om op alle vlakken het gaspedaal in te duwen en je zaak winstgevend te maken!**



Scan de QR-code of surf naar [www.ilsedieltjens.com/werkslimmer](http://www.ilsedieltjens.com/werkslimmer) om je sabotage-score te ontdekken.

## Hoe word je de Sherlock Holmes van je business?

Een business runnen is een beetje zoals een topsport beoefenen. Als ondernemer wil je om te beginnen aan een aantal basiseigenschappen voldoen. Je mind en body moeten in balans zijn. Want als je een persoonlijke dip hebt, zal ook je ondernemerschap daaronder lijden. Eet voldoende en gezond, zorg dat je genoeg slaapt, werk aan een