

**Je bent jong
en je wilt...
ondernemen**

Hilde Gekiere
Margot Vanden Bossche
Julie van der Hooft

Je bent jong en je wilt... ondernemen

Inleiding	9
------------------	----------

Hoofdstuk 1. Ontdek of ondernemen iets voor jou is in drie stappen	13
---	-----------

Founders' Diamonds Framework	15
Stap 1: Jouw ondernemerskompas	16
Stap 2: Jouw goesting en motivatie	28
Stap 3: Jouw actie en ervaring	31

Hoofdstuk 2. Op zoek naar een co-founder, team of community?	33
---	-----------

Co-founding: een goed idee of niet?	34
Drie scenario's om op te starten	37
Ben je klaar voor een co-founder?	42
Zoek een mentor	45
Vind je community als jonge ondernemer	47
Tips om je netwerk op te bouwen	52

Hoofdstuk 3. Van blanco blad naar business	57
---	-----------

Problem-solution fit	58
Volg je passie en bouw zo je onderneming uit	60
Trendspotten 101: zoek het niet te ver	64
Alles kan en alles mag: let's brainstorm!	70
Van brainstorm naar shortlist	76

Hoofdstuk 4. Realitycheck! Zit iemand op je idee te wachten?	79
---	-----------

Slim starten: onderzoek vanachter je bureau	81
Kwalitatief op onderzoek gaan: met de juiste vragen kom je verder	84
Kwantitatief onderzoek: enquêtes voor een groter beeld	92
Van idee naar realiteit: bouw je eerste product slim en snel	95

Hoofdstuk 5. Naar een helder plan met Business Model Canvas	99
--	-----------

Simpools: 'De slimme, betaalbare zwembadoplossing'	102
Customer segments: voor wie doe je het?	103
Value proposition: wat maakt jou uniek?	103
Channels: waar verkoop je het best?	104
Customer relationships: een band opbouwen met je klant	105
Revenue streams: hoe ga je geld verdienen?	106
Key resources: nood aan financiële middelen, logistiek en marketing	107
Key activities: de kern van je business	108
Key partners: met wie werk je samen?	109
Cost structure: welke uitgaven moet je doen?	110

Hoofdstuk 6. Verover de wereld met je go-to-marketstrategie 113

Vind je plek in het speelveld	114
Your name and fame	116
No website, no glory	120
The Customer Orbit: de wegwijzer naar je klant	122
Inbound en outbound: de twee pijlers van moderne marketing	126
Van lead naar deal: je eerste sales	138

Hoofdstuk 7. Regel je shit: de praktische kant van ondernemen 145

Alle administratie op een rijtje voor een effectieve opstart	146
Stap 1: Kies de juiste ondernemingsvorm als starter	149
Stap 2: Open een professionele bankrekening	157
Stap 3: Vraag jouw ondernemingsnummer aan via de KBO ..	158
Stap 4: Breng je btw-activatie in orde	164
Stap 5: Sluit je aan bij een sociaal verzekeringsfonds	167
Stap 6: Heb je vergunningen nodig en ben je voldoende verzekerd?	176
Stap 7: Zorg ervoor dat je je boekhouding op orde hebt	179

Hoofdstuk 8. Get your financials right 187

Prijsstrategieën: hoe ondernemers echt keuzes maken in prijszetting	188
Het financiële plan: even nadenken voor je gaat knallen	198
Cash is king	208

Hoofdstuk 9. Funding? Let's gooooo! 215

Financieringsmogelijkheden: de brandstof voor je groei	217
--	-----

Hoofdstuk 10. Prepare for the legal stuff 231

Je hebt je rechtsvorm en naam gekozen	233
Bescherm je goud: Intellectuele eigendom	233
Speel volgens de regels: contracten, facturen en algemene voorwaarden	237
De deal sluiten: samenwerkingen en co-founders	241
Privacy & GDPR: wat moet je als ondernemer doen?	245
E-commerce: verkopen via het internet	247

Hoofdstuk 11. Combineren, vallen, opstaan en doorgaan 251

Hoe combineer ik in godsnaam studeren, ondernemen, werken of... alles tegelijk?	252
De kracht van wat niet werkt: ondernemers getuigen	258

Hoofdstuk 12. Tools & tijd 265

Je focus bepalen	267
Tijd te kort? Zo krijg je meer gedaan	269
Je loopt vast op bepaalde taken	270
Onze toolbox starter pack: tools die je het leven gemakkelijker maken	271
Tot slot	275
Jouw eerste netwerkboek	277



Inleiding



Ondernemerschap is een van de krachtigste motoren van vooruitgang. Het zorgt voor innovatie, werkgelegenheid en welvaart, maar bovenal geeft het mensen geloof in de toekomst. In een wereld waar grote maatschappelijke en ecologische uitdagingen samenkomen, hebben we ondernemers nodig die oplossingen bouwen die verder reiken dan het eigenbelang. Ondernemers die welvaart koppelen aan verantwoordelijkheid, en die beseffen dat de keuzes die ze maken mee de samenleving van morgen vormgeven.

Ondernemen begint vaak niet met een groot plan, maar met een gevoel. Een idee dat in je buik groeit, een intuïtie die zegt: *hier zit iets*. Het vergt moed om dat gevoel te volgen, want zekerheid is er nooit. Toch is het precies dat sprongetje in het onbekende dat ondernemerschap zo bijzonder maakt. Uit eigen ervaring weet ik dat elke belangrijke wending in mijn ondernemerspad voortkwam uit momenten waarop ik mijn buikgevoel durfde te vertrouwen, zelfs als anderen twijfelden. Die combinatie van intuïtie, optimisme en durf maakt van ondernemerschap een onmisbaar fundament van onze samenleving. Het geeft richting en energie aan mensen en gemeenschappen, en creëert de ruimte om te dromen en te bouwen aan iets groters.

Maar er is nog een ander, vaak onderschat element dat essentieel is voor een duurzaam ondernemerspad: goed voor jezelf zorgen. Ondernemen is een marathon, geen sprint. Het vergt enorme energie en veerkracht, en die kan je enkel opbrengen als je ook aandacht hebt voor je eigen welzijn. Ik heb zelf ondervonden hoe belangrijk het is om af en toe bewust stil te staan, te herbronnen en tijd te nemen voor wat écht telt. Ambitie en hard werken zijn onmisbaar, maar zonder zelfzorg dreigt de motor stil te vallen.

Dit boek is een uitnodiging aan jullie, studenten en jongeren, om zelf die weg te verkennen. Niet alleen om te leren hoe je een bedrijf kan opstarten of uitbouwen, maar vooral om te ontdekken hoe je met ondernemerschap impact kan hebben. Want het zijn ondernemers die telkens opnieuw bewijzen dat morgen beter kan zijn dan vandaag.

Louis Jonckheere, CEO en co-founder Wintercircus

Welkom, jonge ondernemer!

Je hebt het ondernemersvuur in je en dit handboek is jouw eerste stap om dat vuur aan te wakkeren. Samen met onze partners **vdK bank**, **Liantis**, **Dexxter** en **Teamleader** hebben we dit boek samengesteld om jou te inspireren, informeren en ondersteunen bij je eerste stappen in het ondernemerschap.



Hoofdstuk

1

Ontdek of
ondernemen
iets voor jou is
in drie stappen

Via de dagelijkse socialemediabuzz lijkt je wel soms verplicht om ondernemend te zijn of ondernemer te worden. Je wil meespringen op de hippe trein van het ondernemen, hoewel er veel meer bij komt kijken dan wat je enkel op sociale media ziet.

Toch zijn vandaag nog steeds de klassieke ondernemers heer en meester in de media met clickbait zoals: 'Zoon van ondernemer heeft bedrijf overgenomen' of 'Student kmo startte innovatieve oplossing in de zorgsector'. Minder snel hoor je over een jonge toneelschrijfster die een vzw heeft overgenomen of een succesvolle fototherapeut die op fotowedstrijden in New York schittert zoals Amandine Grulois.

Daarom zullen we jou in dit boek helpen met de gedachte: 'ik wil ondernemen, want ik weet gewoon dat ik niet voor een baas wil werken. Hoe begin ik daar nu in godsnaam aan? Er is namelijk een groot verschil tussen niet voor een baas willen werken en je eigen onderneming uitbouwen. Sociale media tonen vaak enkel de 'glamorous side' van ondernemen. De momenten waarop een ondernemer uren zit te zweten op zijn boekhouding of constant vastloopt op zijn product-marketfit zie je niet passeren op de #foryou-pagina. Is ondernemen iets wat jou gelukkig maakt? Wat je drive geeft? Hoe zie jij je dagelijks leven? Hier gaan we op in tijdens het eerste hoofdstuk: is ondernemen iets voor jou?

Founders' Diamonds Framework

Problemen oplossen klinkt eenvoudig: je ziet een probleem en je lost het op. In de werkelijkheid zijn de meeste uitdagingen complex, rommelig en met elkaar verweven. Los je het ene op, dan duikt het volgende alweer op.

Daarom bestaan er frameworks om een oplossing te vinden voor een probleem dat ook op lange termijn werkt. Een van de meest gebruikte modellen van dit moment is het **Triple Diamond Framework**, dat is opgesplitst in drie fases:

1. **Marktonderzoek:** Het kader schetsen en de context van je idee of concept volledig begrijpen.
2. **Proof of concept:** Je idee tastbaar maken door te prototypen en te testen.
3. **Bouwen en testen:** Je concept verder ontwikkelen, valideren en in de markt brengen.

Dat zijn ook meteen de drie grote uitdagingen waar veel ondernemers op vastlopen. Waarom zou je dit model dan enkel toepassen op je product of dienst? Je kan dezelfde drie stappen ook gebruiken om te ontdekken of je die ondernemersmindset hebt. Daarom ontwikkelden wij het **Founder's Diamonds Framework**. Hierin doorloop je drie persoonlijke stappen:

1. **Ondernemerskompas:** Wie ben je als persoon en wat drijft jou om te ondernemen?
2. **Goesting & talent:** Breng je talenten, kennis en motivatie in kaart en ontdek wat je nog wil leren.
3. **Actie & ervaring:** Zet de eerste stap met een testproject om te ervaren.

FOUNDERS' DIAMONDS FRAMEWORK



Stap 1: Jouw ondernemerskompas

Alles begint hier: even stilstaan bij jezelf. Waarom wil jij ondernemen? Wat trekt je aan in dat hele avontuur? In deze eerste fase ga je op zoek naar je echte motivatie. Niet de leuke ideeën die je hoort op een netwerkdrink, maar de drijfveren die vanbinnen echt iets wakker maken bij jou. Misschien droom je ervan om een community te bouwen voor mensen die zich alleen voelen, wil je banken efficiënter laten werken met een digitale tool of wil je de mooiste nailart creëren voor je klanten. Wat het ook is: deze fase draait om het begrijpen van jouw *waarom*.

Waarom wil je ondernemen?

Doe de 10-secondentest

Nu gaan we een test doen waar je het eerste schrijft dat in je opkomt. Je pakt je gsm en zet een timer voor 10 seconden. Je leest zin per zin de tekst hieronder en zet telkens de timer aan. Dit is ook leuk om eens op café of met je vrienden te doen en achteraf jullie antwoorden te delen met elkaar.

1. Wat zou je het allerliefst gaan doen als je een dikke vette bankrekening had?
2. Waar krijg je energie van?
3. Over welk(e) onderwerp(en) kan je eindeloos veel boeken lezen of podcasts luisteren zonder dat je ooit verveeld raakt?
4. Welke mensen bewonder jij heel erg? Wat doen zij?
5. Welke vakken vond je op school heel leuk?
6. Waar krijg je complimenten over? Wat doe je dan?
7. Welke soort taken zet jij het liefst bovenaan jouw to-dolijst?

Door deze test denk je na over wie je bent als persoon. Waar krijg je energie van? Wat frustriert je? Wat heb je altijd al willen doen maar nooit écht geprobeerd?

Vaak ligt het antwoord ook in welke type ondernemer jij bent: ben je eerder een hustler die focust op deals, een impactmaker die zijn klanten gelukkig wil maken of een future builder die de nieuwste uitvinding op de markt brengt? Er is geen goed of fout type: het gaat erom dat je jezelf leert kennen en begrijpt hoe jij onderneemt op jouw manier. Deze fase helpt je om zicht te krijgen op je natuurlijke stijl én op de wilskracht die je meebrengt. Want voor je begint aan businessplannen of grote ideeën moet je vooral weten waar je zelf staat en waar je goed in bent.

Als je eraan denkt om te ondernemen of met een idee zit, is het belangrijk om zelf te weten waar je sterktes en je zwaktes liggen en die ook uit te spelen bij je opstart of tijdens je groei. We hebben namelijk alle types ondernemers nodig in onze samenleving. Ontdek hieronder welke soort ondernemer jij bent. Zo weet je op welke manier je het beste kan starten met je marktonderzoek, hoe jij op een effectieve manier een co-founder kan zoeken of hoe jij je eerste sales zal binnenhalen.



Onze tip: het DNA van je onderneming

Download het werkboekje van Flanders DC en breng stap voor stap het DNA van je onderneming in kaart. Door helder te weten wie je bent, waar je voor staat en waar je naartoe wil, krijg je focus, maak je betere keuzes en kan je je consistent profileren in je markt. Vind het boekje hier:



| Welk type ondernemer ben jij?

Deze drie types helpen je te begrijpen welke soort ondernemer jij kan zijn. In realiteit heb je vaak kwaliteiten van meerdere profielen. Het gaat er vooral om dat je inzicht krijgt in je zwaktes of sterktes: bij onderhandelingen, marktonderzoek of wanneer je je afvraagt of het wel een goed idee is dat jij aanwervingen doet.



Onze tip

Vul eens de Entrespiegel in. Dit is een model dat jouw ondernemende competenties in kaart brengt. Zo krijg je meteen een idee waar je goed in bent.



1. De hustler

De hustler is zo'n ondernemer die al van jongs af aan wist hoe de vork in de steel zit. Als kind strandbloemen verkopen aan de kust? Eerst wat rondkijken, dan strategisch afdingen om een uurtje later met winst door te verkopen. Als twintiger? Misschien al wat aan het experimenteren met crypto of aandelen. Op café? Grote kans dat de hustler even berekent hoeveel pintjes er verkocht moeten worden om break-even te draaien.

Founder Story van Maxim Sergeant: een hustler in hart en nieren



Maxim is een serial entrepreneur in de foodtechsector. Hij richtte **Bakkersonline** op in 2012, toen hij student-ondernemer was. Terwijl de meeste mensen hun boterkoeken nog gewoon in de rij gingen halen, bouwde hij een online platform voor warme bakkers. Slim bekeken, want hij sprong op een trend nog voor die mainstream werd. Nadat Puratos

investeerde in zijn platform ging het snel: ineens was Bakkersonline niet enkel in België actief, maar ook in 23 andere landen. Hetzelfde deed hij tijdens corona met **orderBilly**, waarbij iedereen zijn drank kon bestellen via een QR-code in plaats van aan te schuiven aan de toog. Niet veel later kocht hij de concurrentie op. Dit is dan ook zijn strategie: kopen en fusioneren. Maxim houdt zich vandaag niet meer bezig met het operationele, maar is vooral op zoek naar potentiële overnames in de Europese foodtech.



Luistertip

Karst Vereecken van de Jong Potentieel Podcast gaat in gesprek met Maxim over zijn leven als ondernemer. Daar praten ze ook over zijn grootste haat: *cold calling*. Dit betekent dat je potentiële klanten belt waar je nog nooit contact mee had. Hij vertelt dat hij Bakkersonline groot heeft gemaakt door 4 jaar lang 80 cold calls per dag te doen. Maxim heeft daarvoor de perfecte oplossing: 'het energie-orgeltje'. Dat is een soort mindset die je aanneemt om jezelf te motiveren voor taken die je echt niet graag doet. Je windt denkbeeldig een orgeltje op en gaat dan zoals een sneltrein door de cold calls zonder erbij na te denken. Dit en nog veel meer tips vind je terug in dit inspirerende gesprek. Tranen van plezier en ontroering verzekerd!

Is de hustler dan het perfecte type ondernemer? Niet helemaal.

Sterktes: ze zijn scherp, snel, resultaatgericht en snappen als geen ander hoe je een businessmodel schaalbaar maakt.

Zwaktes: soms wat té gefocust op cijfers en efficiëntie. Het menselijke, de purpose, dat durft al eens op de achtergrond te belanden. En als alles niet snel genoeg vooruitgaat? Dan kan de frustratie oplopen. Hustlers laten zich het best omringen met teamplayers en personen die objectief hun plannen kunnen checken. Toch is dit type broodnodig in het ondernemerschap. Want of het nu gaat om de best draaiende traiteur van de gemeente of een internationaal platform bouwen, zonder hustlers zou het allemaal veel trager gaan.

2. De impactmaker

De impactmaker als ondernemer heeft een gouden hart en een scherpe radar voor wat mensen echt nodig hebben. Waar de hustler meteen denkt: wat kost dit en wat levert het op?, vraagt de impactmaker zich eerder af: hoe voelen mensen zich hierbij? En hoe kan ik hun leven net dat tikkeltje beter maken?

Sterktes: ze zijn superempathisch en mensgericht. Zien wat anderen missen. Bouwen sterke netwerken en trouwe klantenrelaties. Denken oplossingsgericht en zorgen echt voor impact. Mensen voelen zich snel op hun gemak bij hen.

Zwaktes: durven zichzelf of hun grenzen al eens te vergeten. Zeggen moeilijk nee en vinden het lastig om keuzes te maken die anderen kunnen teleurstellen. Verliezen soms de financiële kant uit het oog. En blijven vaak doorgaan, ook als ze eigenlijk zelf even op adem moet komen.

Als impactmaker is het dan ook goed dat je je laat omringen door iemand die ook het financiële plaatje in het oog houdt, zodat je jouw onderneming niet voor niets uitbouwt. Als je ooit in de handen van een impactmaker-ondernemer terechtkomt, maak je dan maar geen zorgen. Dan weet je dat het altijd goed komt. Lucky you.

Founder Story van Louise Roels: impactmaker pur sang



Louise is oprichter van **C'est tout**, een socialmedia-agency voor lokale ondernemers. Ze groeide op in een groot gezin en werd al op haar tiende tante. Zorg dragen voor anderen zit dus diep in haar DNA en dat voel je ook in haar werk. Ze denkt eerst aan haar klanten, en pas daarna aan zichzelf. Ze gaat graag die *extra mile*, ook als het budget beperkt is. 'Ik zie zoveel

potentieel bij sommige klanten en ik wil dan ook dat hun onderneming de aandacht krijgt die ze verdient.'

Louise bouwde haar merk stap voor stap op, met een duidelijke visie: *People come first, always*. Haar klanten komen niet alleen voor de expertise, maar ook voor de community die ze creëert bij lokale ondernemers. Ze brengt de juiste mensen samen, waardoor iedereen veel van elkaar leert. Dat is misschien wel haar grootste kracht: ze trekt een bepaald type ondernemers aan die elkaar versterken.

Die nood om te peoplepleasen heeft ook wel een keerzijde: ze wil niemand teleurstellen. In drukke periodes zegt Louise tegen alles en iedereen ja. 'Ik ga altijd voor iedereen *the extra mile*, behalve soms voor mezelf. Dat is nog iets waar ik aan moet werken!'



@cest_tout.be

3. De future builder

De future builder is het type ondernemer dat net iets te gelukkig wordt van een goed werkend systeem of een product dat tot in de puntjes klopt. Ze zijn analytisch, nieuwsgierig en hebben een lichte obsessie met verbeteren. Niet omdat het moet, maar omdat het altijd beter kan.

Founder Story van Charlotte Matthys: 'Investeren en pivoteren als een echte future builder'



Charlotte, oprichtster van **NONA gin**, is een schoolvoorbeeld van een future builder-ondernemer. Toen zij haar alcoholvrije gin ontwikkelde, ging ze daar niet licht over. Charlotte werkte lang aan de perfecte smaak, testte verschillende botanicals en kwam er pas mee naar buiten toen ze er zelf van overtuigd was dat het product top was.

En niet alleen de smaak moest goed zijn, ook de fles moest meteen kloppen. Daarom schakelde ze vanaf het begin een marketingagency in voor de branding en verpakking en deed ze een grote investering. Alles strak, stijlvol en doordacht ontworpen omdat ze wist dat dit haar voordeel zou geven. Dit toont ook aan dat ze dat 'hustler'-kantje zeker heeft.



@nonadrinks

Die grondigheid heeft geloond. NONA is intussen een bekend merk in binnen- en buitenland, met internationale plannen op tafel. Het succes kwam niet 'vanuit het buikgevoel', maar vooral door veel te testen, pivoteren en analyseren. De future builder weet dat een sterk fundament het begin van alles is.

Sterktes: Superproductgericht en altijd gefocust op kwaliteit. Denken in systemen, processen en verbeteringen. Alles moet kloppen tot in het kleinste detail. De future builders hebben een sterk langetermijnkompas: ze bouwen iets dat blijft. En als er iets inefficiënt loopt? Dan zien ze dat sneller dan wie ook, en hebben ze meteen een beter plan klaar. **Zwaktes:** Durven te blijven hangen in het bouwen en finetunen, waardoor het product soms te laat de wereld in gaat. Ze zijn vaak streng voor zichzelf en zien vooral wat er nog niet goed genoeg is. Perfectionisme of verlamming door analyse ligt op de loer.



Kom in actie: Bouw je eigen dreamteam

Zoals bij elke goede coaching, zetten we je graag aan het werk. Af en toe krijg je een concrete opdracht die je kan uitvoeren door het boek heen.

Stap 1: Ontdek je profiel

- Herlees de drie profielen en duid aan welk(e) profiel(en) het best bij jou past/passen.
- Wees ook eerlijk: Wat ligt je minder goed? Wat stel je vaak uit? Waar verlies je energie?

Stap 2: Breng je omgeving in kaart

- In hoofdstuk twee gaan we hier dieper op in.
- Werk je al met iemand samen (een co-founder, stagiair, klasgenoot, coach...)? Noteer dan welke profielen zij invullen.
- Denk ook na over wat je vandaag nog mist in je omgeving of team.
- Bijvoorbeeld: heb je veel ideeën maar niemand die je helpt ze te realiseren? Of net iemand nodig die verkoopt wat jij maakt?

Stap 3: Bespreek het

- Bespreek je reflectie met een co-founder, buddy of mentor.
- Benoem je sterktes en valkuilen. Geef ruimte aan elkaar om hetzelfde te doen.
- Dit is geen sollicitatiegesprek, maar een manier om verwachtingen en rollen scherp te stellen.

Waarom is dit belangrijk?

Goed samenwerken start bij jezelf goed kennen. Of je nu alleen onderneemt of met een team: inzicht in wie jij bent en wat je nodig hebt is de basis voor betere beslissingen, communicatie en groei.

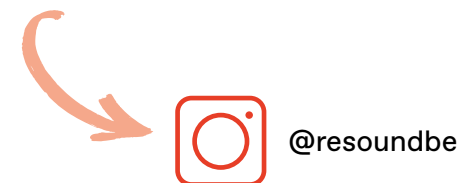
Founder Story van Aaron Thierens: 'Je kan niet alles zelf doen'



In 2021 begon Aaron Thierens met **Re-sound**, een circulaire start-up die akoestische panelen maakt uit gerecycleerde materialen zoals oude jeans, hennep en zelfs restjes beha's. Het idee ontstond tijdens een vak binnen zijn bachelor Product Design en een jaar later had hij al een volledig uitgewerkt product waaromheen een logistiek proces was opgebouwd samen met lokale maatwerkbedrijven.

Wat Aaron *in no time* voor elkaar kreeg op het vlak van design en productie, bleek veel moeilijker op het vlak van verkoop. Want hoewel hij een briljant maker en denker is, een future builder pur sang, miste zijn team een essentieel profiel: de hustler.

Na een paar vergeefse pogingen om een hustler aan boord te halen en de frustratie die daarmee gepaard ging, besloot Aaron om dan maar alleen verder te gaan. Maar dat bleek geen duurzame oplossing. Fast forward naar 2025: Aaron weet nu dat zijn product alleen niet voldoende is. Hij moet iemand met een commerciële mindset naast zich hebben om zijn ambitie waar te maken.



Lessons learned?

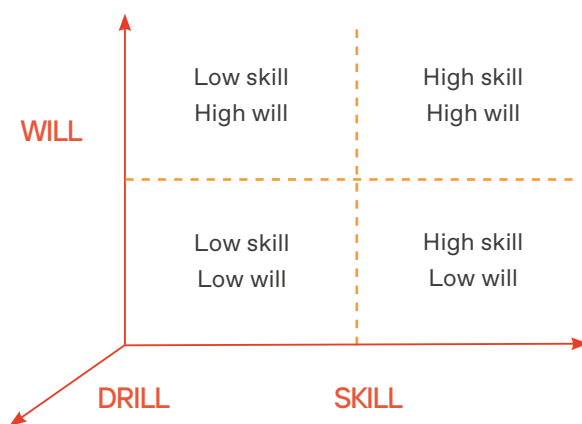
- Je kan geen bedrijf bouwen met alleen je eigen talent.
- Je hebt complementaire profielen als co-founder of partner nodig als je naar iemand op zoek bent.

Dit brengt ons naar de grote en complexe vraag die veel jongeren of ondernemende minds zich stellen: heb ik een co-founder nodig om mijn idee uit te werken? Hoe vind ik die? Moet ik nu al iemand zoeken of in een later stadium? Daarover later meer in het volgende hoofdstuk: Op zoek naar een co-founder, team of community?

Stap 2: Jouw goesting en motivatie

Je weet nu waarom je wil ondernemen en welk type ondernemer je bent. Maar heb je ook de juiste tools in handen? In deze fase breng je in kaart wat je al kan, waar je nog in kan groeien en welke mindset je meebrengt. Niet je diploma telt, maar wel je huidige skills en de skills die je wil ontwikkelen.

Met het **will-skill-drillmodel** ontdek je waar je sterk in bent en waar nog werk op de plank ligt. Misschien bedenkt je snel een nieuw idee, maar laat je sales of presentatie liever links liggen. Of net andersom. Deze oefening is er niet om te oordelen, maar om scherper te stellen waar je meer op moet focussen en wat je eventueel kan uitbesteden. Hoe beter je jezelf kent, hoe makkelijker het wordt om slimme keuzes te maken. Dit model brengt in kaart waar je veel motivatie in hebt (will), wat je al goed kan (skill) en wat je nog veel zal moeten oefenen om goed te kunnen (drill).



Het will-skill-drillmodel van Tibbe Verschaffel, co-founder van Planet B

Planet B wil de leider worden in duurzame *fast moving consumer goods* met plantaardige en herbruikbare producten die ecologisch en gebruiksvriendelijk zijn.

High will, high skill: productontwikkeling, branding, team bouwen

Tibbe bruist van de ideeën en heeft al veel ervaring opgedaan met onder andere WONDR-shampoobars en Klaaar-wasstrips. Productontwikkeling is zijn natuurlijke habitat: het creatieve en vernieuwende proces geeft hem energie en voldoening. Ook branding ligt hem want hij weet hoe je een merk groter maakt dan een product en hoe je mensen betreft bij een verhaal. Daarnaast vindt hij teamopbouw cruciaal: mensen aantrekken en inspireren lukt hem goed, al wil hij nog groeien in de dagelijkse opvolging.

High will, low skill: prospectie en opvolging

Sales vindt hij belangrijk, maar de repetitieve opvolging kost energie. Toch houdt het resultaat hem scherp.

Low will, high skill: pitchen

Tijdens de voorbereiding van een pitch neemt vaak de stress over, maar eenmaal op het podium komt hij volledig tot zijn recht: hij toont zijn passie en ziet elke 'nee' als een kans om te groeien.

Low will, low skill: financiering en administratie

Financiering voorbereiden en administratie blijven zwaar en slurpen energie. Gelukkig vangt iemand in zijn team dit mee op.

Drill: strategische communicatie

Zijn rol als CEO draait steeds meer om strategie en alignment in een groeiend team. Strategie bedenken geeft hem energie, maar het helder communiceren ervan blijft lastig. Tibbe gaat snel vooruit en verwacht

soms dat iedereen hem volgt, terwijl dat niet altijd zo is. 'Een sterke strategie is pas waardevol als ze simpel en duidelijk kan worden overgebracht.' Dat is zijn bewuste drill, de vaardigheid waarin hij wil blijven investeren.



Kom in actie: maak zelf een will-skill-drillmodel

Maak een eenvoudige grafiek met de drie elementen:

- Will: waar haal je energie uit? Waar heb je zin in?
- Skill: wat kan je vandaag al goed?
- Drill: wat zal je nog heel vaak moeten oefenen of nog veel moeten trainen?

Denk na:

- Welke skills wil je tegen dan ontwikkeld hebben?
- Wat hoop je tegen dan makkelijker of met meer plezier te doen?
- Wat mag je loslaten of net leren delegeren?

Onze tip: plak de link naar je document in een agendaverzoek aan jezelf over 1 jaar en over 5 jaar. Leuk om dan even terug te kijken op hoe ver je gekomen bent (en waar je jezelf misschien verrast hebt).

Stap 3: Jouw actie en ervaring

Tijd om in actie te komen. Je leert vooral ondernemen door het te doen. Als coaches merken we vaak dat jongeren iets willen starten en vaak ideeën op papier zetten, maar daar blijft het vaak ook bij. Ze durven niet altijd op de doelgroep af te stappen, ze vragen weinig feedback. Je ontdekt dit allemaal in de volgende hoofdstukken.

| Start een project

Start klein om te testen of ondernemen echt iets voor jou is. Werk een smallbusinessproject uit in het middelbaar onderwijs, vraag aan je ouders of je iets kan verkopen op een lokale rommelmarkt, doe een testevent en houd het privé of bied je diensten gratis aan bij een klein bedrijf om de hoek. Het maakt niet uit hoe groot of klein het is. Het is wel belangrijk dat je het gewoon doet en leert uit je fouten.

| Pivoteer indien nodig

Alle fouten, successen, verrassingen en twijfels die je onderweg tegenkomt zijn allemaal oké. Het is net door die ervaringen dat je leert waar je sterk in bent, wat je graag doet en welke richting je moet inslaan.

| Vind de person-start-up fit

Niet enkel de product-market fit maar ook de person-startup fit telt. Misschien merk je dat je energie krijgt van samenwerken. Of dat je liever zelfstandig werkt. Misschien kom je erachter dat je het idee niet zo interessant vindt als eerst gedacht en zit je zo op een spoor van een ander idee.