

Je ondernemershuis van bouwgrond tot dak



Wat is er nodig om als ondernemer te doen wat je het allerliefste doet, hiermee een verschil te maken in de wereld én er goed mee te verdienen?

Met andere woorden: hoe maak je als coach, trainer, therapeut of consultant van je missie een goed lopend bedrijf?

Eerst en vooral: met een goed lopend bedrijf bedoel ik niet alleen genoeg omzet en genoeg winst. Met een goed lopend bedrijf bedoel ik:

- Klanten waar je echt blij van wordt
- Werken rond de thema's waar je het liefste rond werkt
- Genoeg klanten (niet te weinig maar ook niet te veel)
- Werken op je eigen voorwaarden (dus waar, wanneer en op de manier die bij jou past)
- En ja, ook: genoeg omzet en genoeg winst (zodat jij het leven kan leiden dat bij jou past)

De vraag is dus:

Welke acties zijn daarvoor nodig?

Begin je dadelijk met je website, of toch eerst de visitekaartjes?

Hoe vind je klanten?

Hoe word je zichtbaar zonder je anders te moeten voordoen dan je bent?

Hoe overwin je je uitstelgedrag en perfectionisme?

In dit mini e-book neem ik je mee in mijn visie op radicaal eerlijk ondernemen.

Ik vergelijk het uitbouwen van een bedrijf of praktijk met het bouwen of renoveren van een huis.

Van bouwgrond tot dak, alle stappen zijn nodig voor een duurzaam en stevig huis.

En dat is net zo voor een onderneming: je kan geen stappen overslaan, de volgorde ligt vast én toch bouw je jouw unieke bedrijf, het bedrijf dat helemaal bij jou past.

Ook neem ik je mee in de leerfasen die je doormaakt bij de groei van je bedrijf.

Eerst nog iets over mij



Hallo, ik ben Ann! Ik hou van meeuwen, paprika ribbelchips en uitslapen. Qua muziek ben ik blijven steken in de jaren 80 (Whitney Houston! Rick Astley! Toto!) en ik eet mijn spaghetti met tabasco en véél kaas.

Op 1 oktober 2007 ben ik gestart als ondernemer. Wat ik precies wou doen, daar had ik op dat moment nog geen duidelijk idee over. "Iets" met training en coaching, maar wat precies, en voor wie?

Ik was totaal géén geboren ondernemer. Het eerste jaar vluchtte ik weg als mensen vroegen "Ann, wat doe jij nu eigenlijk?" Ik moest dan altijd héél dringend naar de WC. 😊

Ik zat volop in wat ik daarna *de beginnersillusie* ben gaan noemen: aan de ene kant kende ik niks van marketing en sales, aan de andere kant ging ik er vanuit dat de klanten wel vanzelf zouden komen. Euh, niet dus!

Mijn ondernemersweg is er één van vallen, opstaan en veel gremlins. (Gremlins, je weet wel, die stemmetjes in je hoofd die je proberen te beschermen, maar dat doen op een zelfdestructieve manier, ze zeggen vaak dingen als "Ben je hier al wel klaar voor? Zou je niet beter eerst nog X en Y?" of "Er zijn al zoveel ondernemerscoaches/loopbaancoaches/HR consultants/vul jouw vakgebied in, wat heb jij daar nog aan toe te voegen?")

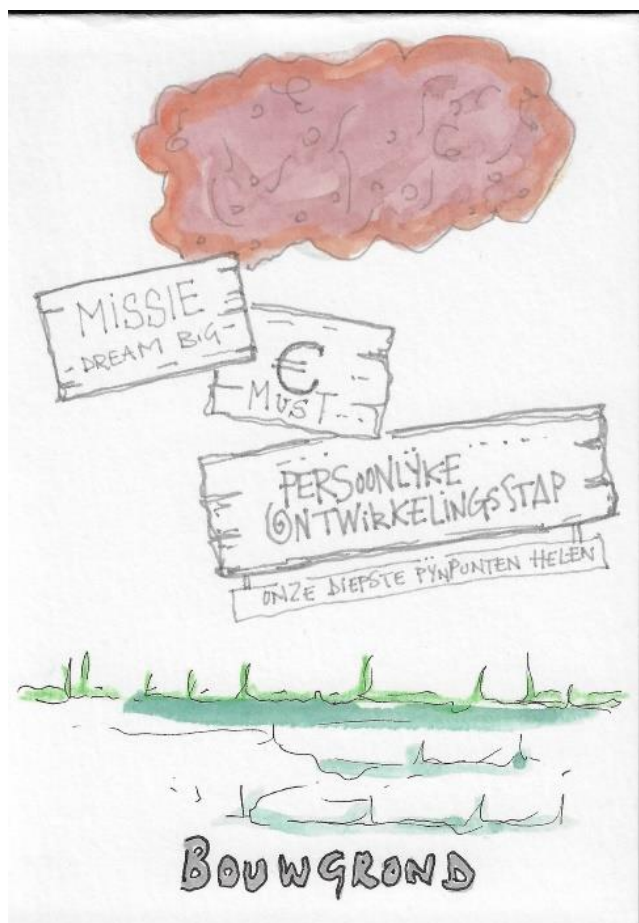
Juist omdat het niet vanzelf ging en ik met veel bloed, zweet en tranen het ondernemersvak heb moeten leren, ben ik nu een heel goede ondernemerscoach.

[Lees hier meer over de klanten waar ik het liefste mee werk.](#)

(spoiler alert: ze zijn heel goed in hun vak maar zien dat vaak zelf nog niet!)

De bouwgrond van je ondernemershuis: je missie

Je missie, dat gaat over je must, de reden waarom je elke dag opnieuw kiest voor de weg van het ondernemen, hoewel andere wegen misschien wel makkelijker zouden zijn.



Je missie bevat 3 aspecten:

- Je missie gaat over het verschil dat jij wil maken in de wereld. Over de unieke bijdrage die jij te bieden hebt aan de wereld, door de combi van je superpowers en je levenservaring. Dit innerlijk vuur werkt als een kompas bij het maken van keuzes in je bedrijf én als interne motor op die momenten dat het ondernemen niet zo fun en moeiteloos gaat.

- Je missie gaat ook over je financiële must: hoeveel geld heb je nodig om het leven te leven dat bij jou past?

Ik bedoel dus níét dat je perse moet streven naar honderdduizenden of miljoenen euro's. Wél is het belangrijk om te kijken wat je echt wil in je leven: voor wie wil je zorgen, welke zekerheid is belangrijk voor jou, welke dromen wil je waarmaken, wat heb je nodig om ook als je ziek wordt of op pensioen gaat gerust te zijn?

- En last but not least gaat je missie ook over persoonlijke bewustwording: welke thema's en patronen tonen zich in je ondernemerschap en zal je moeten aanpakken om als persoon te groeien, zodat als gevolg daarvan ook je bedrijf kan groeien?

Denk aan thema's als angst voor zichtbaarheid, in je grootsheid stappen, angst voor afkeuring, anders durven zijn enzovoort.

Het fundament van je ondernemershuis: welke doelgroep help jij bij het oplossen van welke dringende belangrijke vraag?



Je missie is wat jou drijft in je bedrijf. Om met die missie ook goed te verdienen, met die klanten die echt bij jou passen, is het nodig dat je weet bij welke concrete problemen jij je klanten gaat helpen.

Soms gaat dit om durven kiezen voor jouw ene lievelingsklant (die klant waarvan je het meest energie krijgt én voor wie jij de meeste toegevoegde waarde levert) en één specifiek belangrijk urgent probleem waarmee je die klanten gaat helpen

Bij andere ondernemers gaat dit om het helder krijgen van de rode draad die alles wat je doet in je bedrijf met elkaar verbindt.

Op basis daarvan ontwerp je een aanbod dat én bij je klanten én bij jezelf past (en waardoor je klanten betere resultaten bereiken!).

Geen losse flodders, maar een aanbod dat logisch bij elkaar past en waarmee je je klanten door elke stap van hun transformatieproces begeleidt.

Ik vergelijk dat vaak met de zwemlessen van mijn dochter. Die lessen waren opgedeeld in reeksen van telkens 10 lessen waarbij elke reeks een specifiek leerdoel had: hoofd onder water leren houden, leren drijven, beenbeweging, armen en daarna de combinatie van alle elementen. Het resultaat van die opeenvolgende lessenreeksen was dat mijn dochter als een zeemeermin door het water kliefde.

En natuurlijk hoort bij je aanbod ook een correcte prijszetting: de juiste prijs die past bij jou, je ervaring, je zelfvertrouwen en de stap in het leerproces waar je klanten zich bevinden.

De benedenverdieping: radicaal eerlijke marketing



Wanneer wordt iemand klant bij jou?

Daarvoor moeten een paar voorwaarden vervuld zijn.

Iemand (en dan bedoel ik een persoon, maar het kan natuurlijk ook een team, een organisatie, een bedrijf, een koppel zijn) moet effectief worstelen met het probleem waar jij bij helpt.

Maar dat is niet genoeg.

Om echt ja te zeggen tegen jou en je aanbod, moet iemand ook vertrouwen hebben.

Eerst in jou en in je expertise.

Maar ook, en daar staan we vaak niet bij stil: vertrouwen in zichzelf. Je potentiële klant moet nét genoeg vertrouwen in zichzelf hebben om te voelen en te denken "OK. Ik denk dat ik dit ook wel kan leren".

En daarvoor dient marketing.

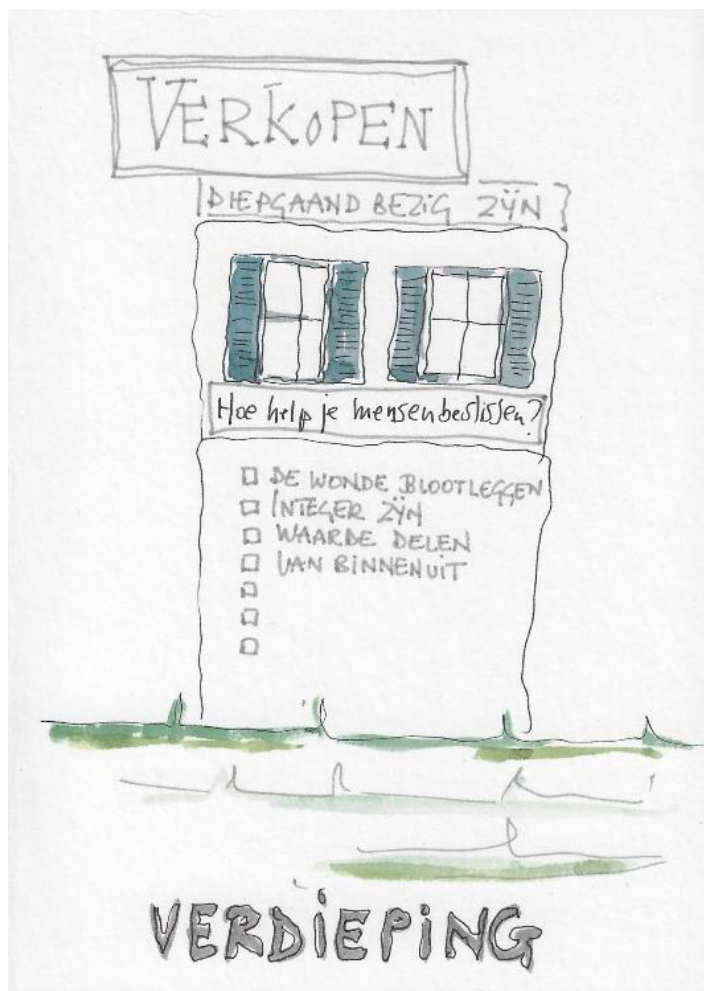
Marketing is níet reclame maken.

Marketing is jezelf, je bedrijf, je aanbod en je expertise open en eerlijk laten zien zodat jouw ideale klanten je kunnen leren kennen én vertrouwen, voordat je hen ook maar één keer live gesproken hebt.

En: dat hoeft totaàl niet fake of opdringerig te zijn.
Integendeel.

Ik leer je hoe je juist als jezelf zichtbaar wordt. Hoe je daardoor precies die klanten aantrekt die het best bij jou passen. Hoe je marketing zo waardevol wordt dat potentiële klanten denken "wow, als dit gratis is, hoe waardevol moet het betaalde aanbod dan wel niet zijn !"

De bovenverdieping: integer verkopen



Verkopen: opdringerig en manipulatief? Dat kan anders en ik zeg zelfs: dat moet anders!

Je kan een verkoopgesprek doen met de intentie om een klant ja te laten zeggen tegen je aanbod. Dan ga je proberen te overtuigen of overhalen.

Ik geloof echter niet dat zulke gesprekken werken.

Als je wil dat een klant vanuit interne motivatie ja zegt tegen een transformatieproces, dan win je er niks mee als je iemand met trucjes probeert te overtuigen.

Ik leer je hoe je een verkoopgesprek doet vanuit oprechte interesse en met de intentie om je klant te helpen bij het nemen van een goede beslissing.

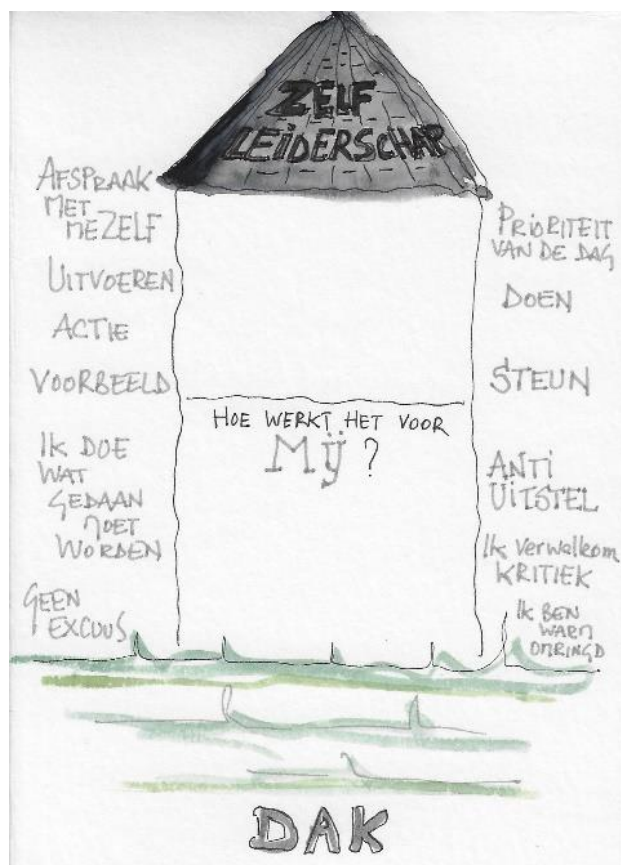
Een beslissing om voluit ja te zeggen tegen het transformatieproces (en dus tegen jouw aanbod) of een beslissing om gegrond neen te zeggen (omdat jij niet de juiste persoon bent bijvoorbeeld, of

omdat het nog niet het juiste moment is, of omdat er nog niet genoeg vertrouwen is, in jou of in zichzelf).

Je leert welke vragen je kan stellen in elke fase van het verkoopproces én gaat aan de slag met je eigen interne hindernissen rond geld en verkopen.

Het resultaat: een verkoopgesprek waarin je je op je gemak voelt én dat een waardevolle start is van je aanbod (zélfs als een klant neen zegt).

Het dak van je ondernemershuis: zelfleiderschap



Ondernemen is voortdurend uit je comfortzone gaan. Een nieuwe klant, een nieuw aanbod, een nieuw artikel, ... Dat is spannend (ja ook nog steeds voor mij!).

En je moet het *zelf* doen. Er is geen baas die komt vragen of je nieuwsbrief al verstuurd is of die je aanpoort om naar een netwerkbijeenkomst te gaan.

Als we verlamd worden door faalangst, door te hoge eisen waaraan we niet kunnen voldoen of onrealistische gedachten zoals 'ik moet het eerst kunnen voor ik het doe', dan is dat voor ons als ondernemers ontzettend belemmerend.

Het dak van je bedrijf is het ontwikkelen van zelfleiderschap en het tackelen van perfectionisme-, faalangst- en uitstel-gremlins.

Zodat je snel in actie kan komen, fouten durft te maken en juist door te doen steeds beter in je vak wordt.

Bij het bouwen van dit ondernemershuis zijn er drie niveaus van leren.

Niveau 1: vaardigheden

Als je leert zwemmen, leer je eerst de vaardigheden van het zwemmen. Zoals ik beschreef over de zwemlessen van mijn dochter: je leert drijven, je leert duiken, je leert de arm- en beenbewegingen en de combinatie van dat alles, tot je kan zwemmen. Nog niet met een perfecte techniek, nog niet heel lang, nog niet heel snel, maar je blijft boven en je geraakt vooruit.

Zo gaat dat ook bij het leren ondernemen.

Je ontdekt je missie (duidelijk genoeg maar nog niet exact misschien), je kiest voor een lievelingsklant (ook al is die nog niet perfect), je ontwikkelt een eerste aanbod, kiest voorlopige prijzen en je gaat oefenen met marketing en verkopen.

Niveau 2: continuïteit

In dit leerniveau ga je zorgen voor een min of meer constante stroom van klanten.

Die continuïteit ontstaat door steeds beter te worden in alle acties die je doet én door ze lange tijd vol te houden.

Als ik weer de vergelijking maak met zwemmen ga je hier je zwemtechniek verbeteren, waardoor je langer en sneller kan zwemmen met minder energie.

Wat is hiervoor nodig?

(ik werd hier geïnspireerd door James Clear en zijn Atomic Habits)

1. Herhaling

Om beter te worden, is herhaling essentieel. Hoeveel talent je ook hebt en hoe goed je techniek ook is, je (zwem- of ondernemers-) spieren worden enkel sterker door herhaling.

Door steeds meer artikels te schrijven, verkoopsgesprekken te doen en zelfleiderschap te oefenen word je beter.

2. Bewust oefenen.

Hiermee bedoel ik: niet tig verkoopsgesprekken of artikels afraffelen, maar bewust oefenen: telkens weer nagaan wat er werkt, wat er nog niet werkt, waarop je de volgende keer gaat focussen en reflecteren op de gedane acties.

3. Falling in love with boredom

Met andere woorden: verliefd worden op het telkens weer in het water duiken, genieten van telkens weer die armbeweging oefenen terwijl je tegelijkertijd onnozel wordt van verveling. En daardoor merken dat je op een bepaald moment op een hoger niveau van vaardigheid, van inzicht, van moeiteloosheid komt.

Ik herinner me dat ik in het begin van mijn trainersloopbaan assistent-trainer was bij een NLP jaaropleiding. Na afloop van die opleiding werd ik gevraagd om bij de volgende editie van de jaaropleiding opnieuw assistent trainer te zijn.

Ik herinner me nog zo goed dat ik dacht: "Ja, ok, nog één keer wil ik deze opleiding wel geven. Maar dan stop ik ermee, want het begin al een beetje saai te worden."

Tot mijn grote verbazing begon ik tijdens die tweede jaaropleiding pas écht te beseffen hoe bepaalde oefeningen werkten, wat de onderliggende principes waren van modellen en wat de enorme rijkdom was van alle kennis die we in de opleiding doorgaven. Het voelde alsof ik door het ijs van saaiheid gebroken was en in een oceaan was terechtgekomen van oneindige verdieping en verrijking. Die ervaring ben ik nooit vergeten en dit heeft me geleerd dat onder elke 'pff dit is saai, ik kan/ken dit al' een hele oceaan verborgen zit van diep inzicht en expertise.

Niveau 3: identiteit

Dit is het niveau waarop je de ondernemersvaardigheden onder de knie hebt en een continue stroom van klanten hebt.

Om je bedrijf verder te doen groeien ligt de focus dan niet op nog beter worden in wat je doet, maar op beter worden in het *zijn*.

Op dit niveau zit de belangrijkste groei in het aanpakken van innerlijke blokkades die je in de weg zitten en gaan we aan de slag met thema's als spiritualiteit, overvloed, samenwerken met het universum en vertrouwen op het genoeg.

Volgende stap?

- Wil je met mij bekijken hoe ik jou kan helpen en wat de volgende logische stap is voor jou en je bedrijf? [Dan ben je heel welkom voor een gratis verkennend \(en vrijblijvend\) gesprek.](#)

- Elke maand geef ik een gratis online training over de thema's waar ik met mijn klanten rond werk: strategie, marketing en verkopen op een radicaal eerlijke manier; de struggles van het pionierschap en alles wat te maken heeft met innerlijke demonen en gremlins.

[Op deze pagina kan je kijken welk webinar deze maand gepland is en je gratis aanmelden.](#)

- Wil je op een laagdrempelige manier mij en mijn visie op ondernemen beter leren kennen ? Dan kan mijn online training een goede eerste stap zijn.

[Klik hier voor mijn online training De besluiten van Ann.](#)

- Ben je niet zeker wat een goeie eerste stap voor jou kan zijn? [Mail me dan gerust](#), ik help je graag verder!

(En voor diegenen die nu denken "Jaja die Ann, ze kan het goed uitleggen, maar wérkt het ook, wat ze allemaal doet?" [is hier nog een link naar ervaringen van contente klanten](#))

P.S. De tekeningen in dit e-book werden gemaakt door [Anje Claeys, de ontrafelaar.](#)

ALTHEA COACHING

Ann Van Riet

Albertvest 36
3300 Tienen

E: ann@althea-coaching.be

W: www.althea-coaching.be