

E-SCAN VOOR STARTERS

NINKE LEEUWEN

07 APRIL 2020

15:49



entrepreneur
scan
tests, tools & training

INHOUD

VOORWOORD	3
INTRODUCTIE	4
JOUW ONDERNEMERSPROFIEL	6
JOUW ONDERNEMERSPROFIEL VERGELEKEN	7
PRESTATIEGERICHTHEID	9
ZELFSTANDIGHEID	11
DOMINANTIE	13
SOCIALE ORIËNTATIE	15
EFFECTIVITEIT	17
DOORZETTINGSVERMOGEN	19
RISICOBEREIDHEID	21
MARKTGERICHTHEID	23
CREATIVITEIT	25
FLEXIBILITEIT	27
ONDERNEMERSDENKSTIJLEN	29
JOUW ONDERNEMERSDENKSTIJL	30
PIONIER	31
VERKOPER	33
MANAGER	35
VAKMAN	37
HOE KRIJG JE GRIP OP GROEI?	39
EINDCONCLUSIE	44

VOORWOORD

Ondernemen! Er wordt in deze tijd veel over gesproken en geschreven en ook de overheid stimuleert ondernemerschap sinds een aantal jaren sterk. Maar eenvoudig is het niet. Er komt veel bij kijken en ook prive verandert er natuurlijk nogal wat. Ondernemen betekent in ieder geval (bedrijfs)activiteiten uitvoeren voor eigen risico. Je bent dus zelf verantwoordelijk voor (een deel van) je inkomen.

Ik kan me goed voorstellen dat iemand die al onderneemt, behoefte heeft aan persoonlijke feedback, aan een objectieve spiegel. Inzicht in eigenschappen en kwaliteiten die van belang zijn bij het ondernemen. Mijns inziens zoeken ondernemers bevestiging waar men werkelijk sterk in is en waarin niet en wat dat betekent voor het eigen bedrijf.

Ik kan me ook goed voorstellen dat iemand die deze stap overweegt zich terdege wil voorbereiden. Het lijkt mij in ieder geval zeer verstandig om dat te doen. Die voorbereiding bestaat mijns inziens uit tenminste twee onderdelen: het maken van een startersplan en een ondernemersprofiel. Er is veel literatuur over het maken van een startersplan en er zijn ook starterscursussen. Maar instrumenten die inzicht geven in de persoon die start, die iets zeggen over de eigenschappen, kwaliteiten en denkstijlen van de starter, zijn schaars.

En dat terwijl vermogenverschaffers zelf aangeven dat geld wordt verstrekt op basis van het startersplan én op basis van de man of vrouw zelf.

Ik ben dan ook zeer verheugd dat de ondernemerstest is ontwikkeld; een test specifiek gericht op ondernemen. Dit instrument is gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek en voorziet naar mijn mening in een sterke behoefte om inzicht te krijgen in de ondernemerskwaliteiten van mensen. Het bijbehorende, uitgebreide persoonlijke rapport zit degelijk in elkaar en zal ongetwijfeld stof tot nadenken geven. Zowel (startende) ondernemers als mogelijke geldschieters kunnen hun voordeel doen met deze scan.

U heeft de test gedaan. Een belangrijke stap in uw eigen ontwikkeling.

Prof. dr. P.S. Zwart

Bijzonder hoogleraar Economie van het MKB
Rijksuniversiteit Groningen

INTRODUCTIE

Wat levert de scan op?

De scan geeft inzicht in je sterke en zwakke kanten als ondernemer. Het succes van een bedrijf wordt bepaald door veel factoren, maar als ondernemer ben jij de belangrijkste factor. Jij bent de sterke kracht achter jouw bedrijf. Uiteraard speelt jouw product of dienst ook een rol, maar het zijn vooral jouw persoonlijkheid en gedrag die je bedrijf tot een succes maken.

Zelfkennis is daarbij van groot belang. Het betekent kritisch naar jezelf kijken en leren een strategie te bepalen die je persoonlijk handelen versterken. Want als ondernemer kom je voor situaties te staan die steeds weer om een bepaald karakter vragen.

Wetenschappelijk onderzoek als basis

De test is gebaseerd op uitgebreid wetenschappelijk onderzoek naar de persoonskenmerken van succesvolle ondernemers uit het MKB. Kenmerken die zij in meerdere mate bezitten dan niet-succesvolle ondernemers. Succes wordt daarbij gezien als het overleven van de eerste jaren van het bedrijf. Het normprofiel van de branche waartegen jouw ondernemersprofiel wordt afgezet, is gebaseerd op onderzoek door adviseurs die dagelijks (startende) ondernemers beoordelen.

De test onderscheidt eigenschappen, kwaliteiten en denkstijlen. Daartussen is een belangrijk verschil. Eigenschappen en denkstijlen zijn redelijk vast en moeilijker in de tijd te veranderen, terwijl kwaliteiten makkelijker zijn aan of af te leren. Ook geeft de test aan welke persoonskenmerken in welke fase van het bedrijf van belang zijn.

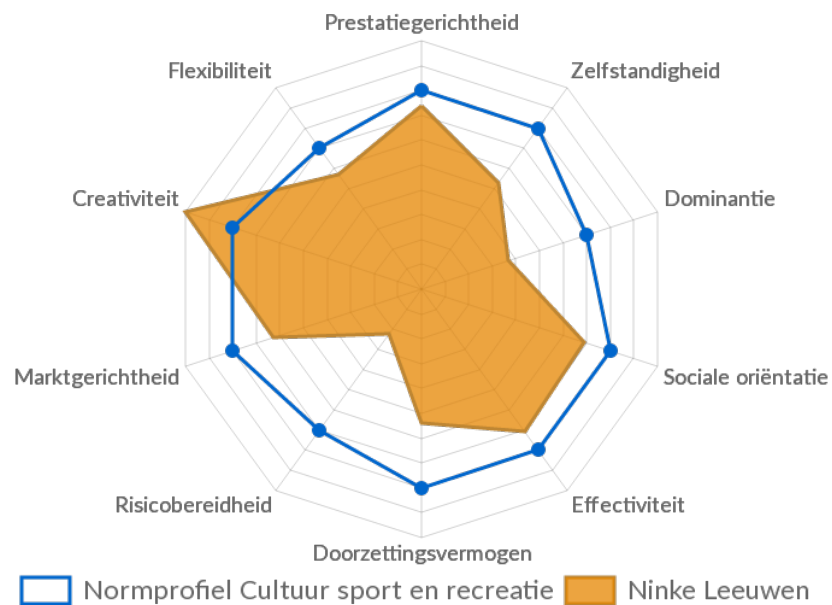
De opbouw van het persoonlijk rapport

Het persoonlijk rapport begint met een grafisch overzicht van je ondernemersprofiel. Vervolgens wordt ingegaan op jouw specifieke eigenschappen, kwaliteiten en denkstijlen. Daarbij worden tips en adviezen gegeven. Dan wordt gekeken welke persoonskenmerken belangrijk zijn in de fasen die elke onderneming doorloopt. Tot slot volgt de conclusie over jouw ondernemerschap en welke strategie jij het beste kunt volgen.

JOUW ONDERNEMERSPROFIEL

Grafiek

In het spinnenwebfiguur zijn je scores weergegeven door een (oranje) vlak. Dit weerspiegelt jouw ondernemersprofiel. De dunne getrokken lijn toont het benodigde brancheprofiel en dient als richtlijn. Het verschil tussen jouw ondernemersprofiel en het brancheprofiel geeft inzicht in je sterke en zwakke kanten als ondernemer. Dit wordt in het rapport verder uitgewerkt.



Vergelijking

In vergelijking met het normprofiel geeft jouw profiel het volgende weer:

Uitschieter

Sterk punt

Redelijk sterk punt

Aandachtspunt

Creativiteit

Prestatiegerichtheid

Sociale oriëntatie

Zelfstandigheid

Effectiviteit

Dominantie

Marktgerichtheid

Doorzettingsvermogen

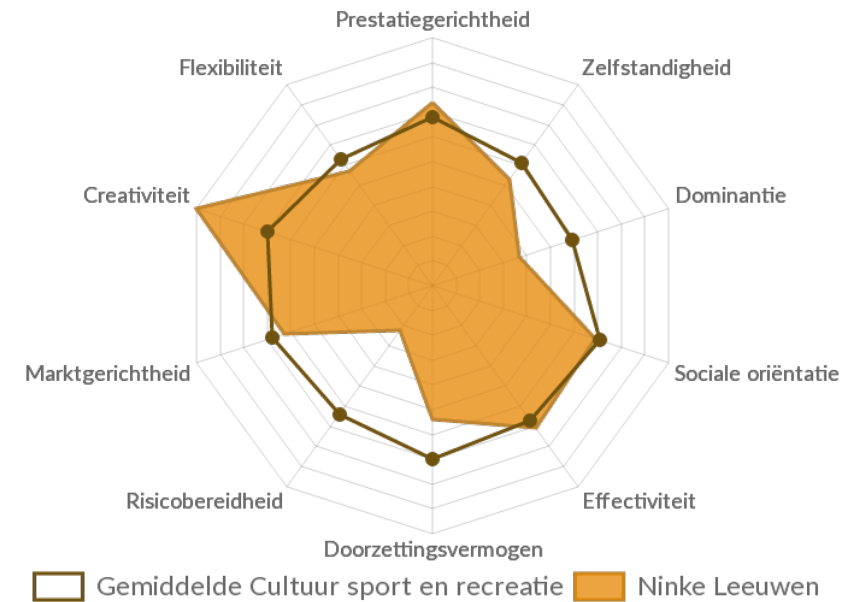
Flexibiliteit

Risicobereidheid

JOUW ONDERNEMERSPROFIEL VERGELEKEN

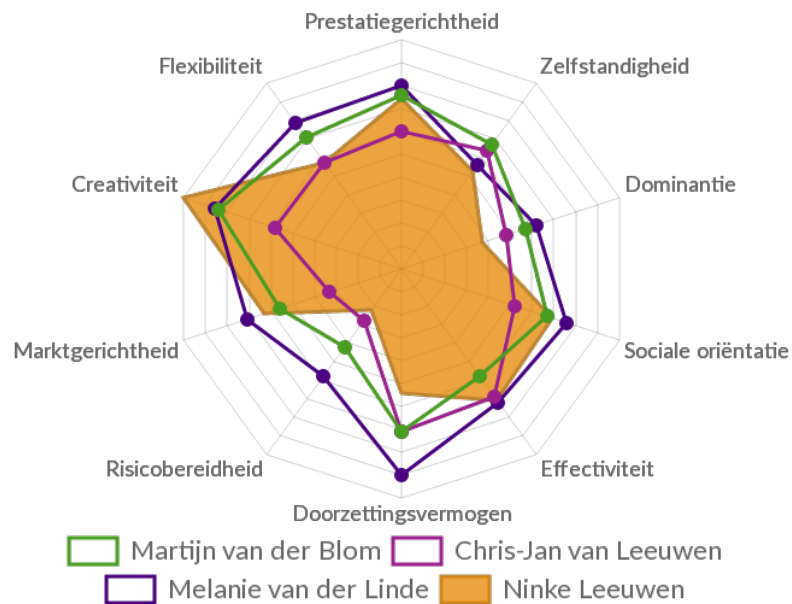
Branchegemiddelde

In onderstaande spinnenwebfiguur zijn je scores weergegeven door een (oranje) vlak. Dit weerspiegelt jouw ondernemersprofiel. De dunne getrokken lijn hieronder toont het gemiddelde profiel van alle mensen die de scan hebben gedaan in de branche die is geselecteerd. Het geeft een extra inzicht hoe anderen hebben gescoord. Echter, dit gemiddelde profiel zegt niets over succesvol ondernemerschap in die branche.

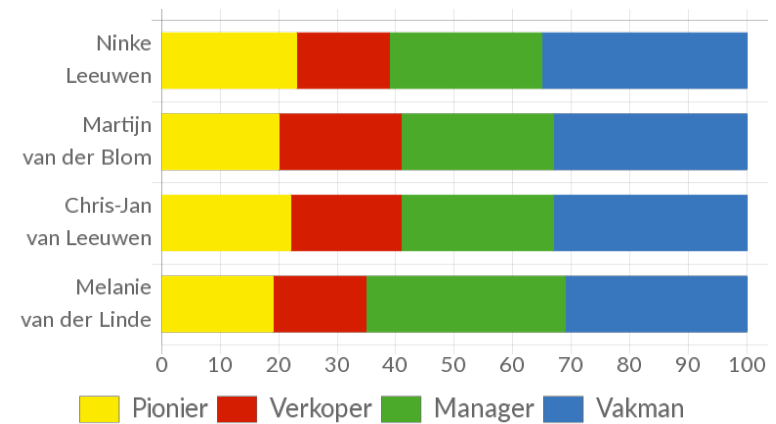


360 graden feedback

In afbeelding zijn je scores weergegeven door een (oranje) vlak. Dit weerspiegelt jouw ondernemersprofiel. De dunne getrokken lijn of lijnen tonen de profielen van de personen die je gevraagd hebt de scan over jou in te vullen. Heb je nog niemand uitgenodigd, log dan in op jouw account en bij het onderdeel 360 graden feedback kun je hen uitnodigen. Zo wordt direct duidelijk waar de overeenkomsten maar ook waar de verschillen liggen. Het biedt je dieper inzicht in wat anderen de sterke en zwakke kanten van jou als ondernemer vinden.



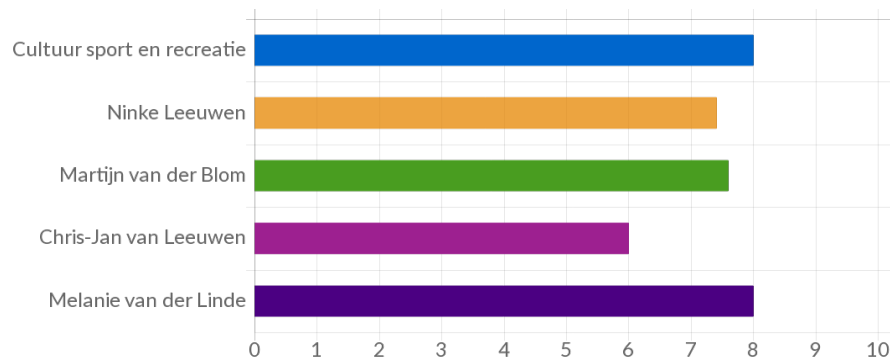
In vergelijking met de feedback geeft jouw profiel het volgende weer:



PRESTATIEGERICHTHEID

Wat wordt daaronder verstaan?

Succesvolle ondernemers zijn prestatiegericht. Dat wil zeggen: zij streven doelgericht naar een prestatie en gaan daarbij zonnodig de strijd met anderen aan. Met hun zakelijke doel voor ogen werken ze met veel wilskracht en energie aan hun eigen bedrijf. Zij willen steeds meer presteren door alles zo goed mogelijk te doen en leggen de lat voor zichzelf steeds hoger. Ze willen zich onderscheiden. Die drijfveer komt van binnenuit. Niet-succesvolle ondernemers hebben geen sterke prestatiebehoefte of sterke wil om succes te hebben. Zij nemen sneller genoegen met minder.



Hoe zit dat bij jou?

Je bent zeer doelgericht en je verzet bergen om je doel te bereiken. Het motiveert jou. Het is een verbintenis die je met jezelf aangaat. Een doel daagt jou uit en die spanning heb je nodig, want zonder een doel kom jij niet snel in actie.

Daarnaast heb je een drang om te presteren en wil je graag succes hebben. Daartoe ga je de uitdaging aan met jezelf en wil je graag weten hoe goed je het hebt gedaan. Je neemt geen genoegen met minder. Je stelt hoge eisen aan jezelf en je probeert jezelf steeds weer te verbeteren. En eigenlijk heb je die druk ook nodig want als er niets op het spel staat, begin jij je al snel te vervelen.

Verder hoef je niet zo nodig de beste in jouw vakgebied te zijn. Je accepteert al snel dat er anderen zijn die beter of succesvoller zijn dan jij.

"Doe wat je echt leuk vindt en zorg dat je daarin een topper wordt!"

Jan Aalberts

Hoe kun je hier mee omgaan?

Je doelgerichtheid is zeer sterk, maar het kan jou ook kortzichtig maken. Waardoor je alleen nog oog hebt voor jouw doel. Zorg voor een duidelijke en eerlijke terugkoppeling, zodat je ook van tijd tot tijd afstand kan nemen. Houd het overzicht. Waar ben je? Waar sta je? Dat voorkomt tunnelvisie.

Een andere tip, en dat is een lastige voor veel ondernemers, is een dag vrij nemen. Echt vrij nemen, dus even helemaal geen mail of sociale media om volledig afstand te nemen. Het klinkt misschien wat vreemd, maar het kan de passie die je ervaart extra aanwakkeren.

Je drang naar prestaties is hoog, maar door je te hechten aan het resultaat wordt het moeilijk om het ook eens los te laten. Je kunt dan zelfs doordrammen. Bedenk dat wat voor jou goed is, voor een ander al snel perfect is. Dus, pas op voor perfectionisme. Dat maakt je niet slagvaardiger.

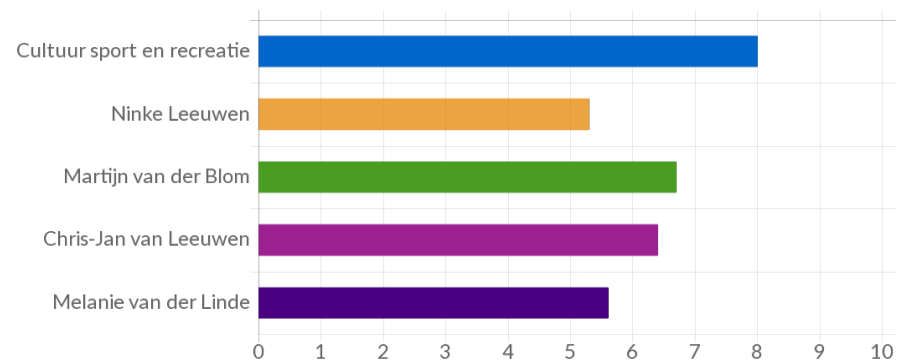
Perfectionisten zijn vaak uitstellers; het is voor hen psychologisch beter te accepteren dat een taak nog niet af is, dan het idee dat ze tekort schieten.

Je behoefte om de competitie aan te gaan is laag. Geef niet van te voren al op. Probeer de strijd eens aan te gaan. Je kunt meer dan je denkt. Het geeft een kick als je wint. Concentreer je op het proces en stappen die leiden tot het gewenste resultaat, dan op het resultaat alleen.

ZELFSTANDIGHEID

Wat wordt daaronder verstaan?

Zelfstandigheid is vaak de reden waarom iemand voor het bestaan van ondernemer kiest. De behoefte om zelf in vrijheid te kunnen beslissen en te doen wat je zelf goed acht. Succesvolle ondernemers durven tegen de stroom in te gaan, moeilijke beslissingen te nemen, zelf hun problemen op te lossen en kunnen werkzaamheden op eigen kracht tot een goed einde brengen. Niet-succesvolle ondernemers kijken eerst wat anderen doen en wachten te lang met beslissingen nemen, ze laten het vaker aan anderen over.



Hoe zit dat bij jou?

De behoefte aan zelfstandigheid is minder sterk aanwezig, wat niet betekent dat je niet zelfstandig kunt werken. Je betreft anderen graag bij de beslissingen die je moet nemen en hoort ook graag hun oordeel. Daarin wil je de ander ook de ruimte geven en vind je het soms ook prima als ze jou vertellen wat je moet doen.

*"Ondernemen is niet eenzaam, wel alleen.
Als ondernemer sta je er uiteindelijk alleen voor."
Kees de Jong*

Hoe kun je hier mee omgaan?

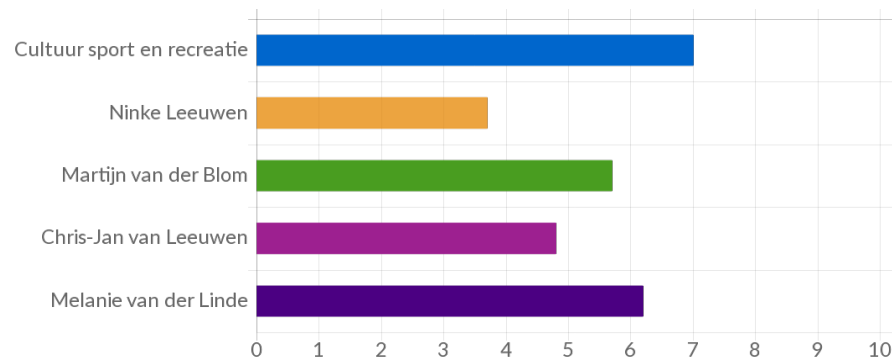
In het ondernemerschap kun je je zelfstandigheid aanvullen door de juiste mensen om je heen te verzamelen die jou met raad en daad kunnen bijstaan en de keuzes helder voor je uiteenzetten. Zorg wel voor kritische mensen, want aan mensen die het altijd met je eens zijn heb je niets.

Er is altijd wel iemand in je omgeving die jou wil helpen. Omring je met mensen die geslaagd zijn. Bijvoorbeeld succesvolle ondernemers of coaches. Vraag het ze gewoon. Mensen vinden het heerlijk om over hun succes te vertellen en zijn vaak bereid anderen te helpen.

DOMINANTIE

Wat wordt daaronder verstaan?

Dominantie is de behoefte om controle over anderen te hebben; om iemand je wil op te leggen. Dominantie kan een reden zijn om te ondernemen, omdat jij dan de touwtjes in handen hebt. Succesvolle ondernemers weten wat ze willen en hoe ze anderen kunnen beïnvloeden om hun eigen doelen te bereiken. Daarbij gaan ze er vanuit dat hun gezag of mening wordt geaccepteerd. Al zegt het daarmee nog niets over de manier waarop dit gebeurt. Niet-succesvolle ondernemers zijn bescheiden. Ze treden liever niet op de voorgrond en zwijgen eerder dan dat ze de ander hun wil opleggen. Ze laten het gebeuren.



Hoe zit dat bij jou?

Je oefent niet graag invloed uit en je wil anderen al helemaal niet overheersen. Je bent iemand die liever niet de eerste stap zet. Dat initiatief laat je aan anderen over. Je doet je best om het de ander naar de zin te maken en je loopt niet voorop met het kenbaar maken van je eigen wensen en behoeften.

Verder heb je er weinig behoefte aan jouw mening of standpunt door te drukken en de aandacht voor jezelf op te eisen. Liever laat je het aan de ander over of ze met jouw visie en mening instemmen. Je accepteert dat je de ander niet kunt overtuigen, zelfs als je gelijk hebt.

*"Een entrepreneur is een egocentrisch mens:
hij is bezig met zijn eigen motivatie,
met beter willen zijn dan een ander.
Daar komt zijn motivatie uit voort."
Paul Fentener van Vlissingen*

Hoe kun je hier mee omgaan?

Je behoefte aan controle over anderen is niet groot. De baas zijn is echter iets anders dan de baas spelen. Als ondernemer ben je de baas en anderen verwachten dat ook van je. Jij moet de beslissing nemen. Soms zul je je dominant moet opstellen en de aandacht voor jezelf opeisen. En dat niet alleen bij medewerkers, maar ook bij klanten en leveranciers.

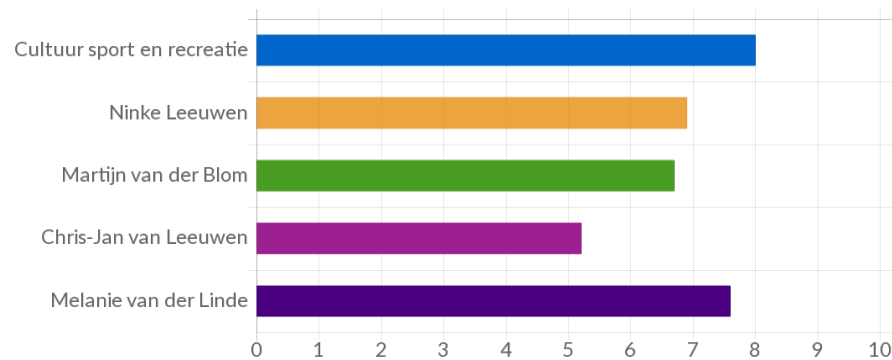
Misschien heeft het woord dominantie een negatieve bijklank voor je. Daar ben je niet de enige in, maar er zijn meer vormen van dominantie. Bijvoorbeeld door iemand te dwingen iets te doen, maar het kan ook door iemand te inspireren en enthousiast te maken om iets voor je te doen. Dat is ook een vorm van dominant gedrag.

Leg anderen uit waarom jij iets gedaan wil krijgen. Motiveer ze voor jouw wens en wat zij daarin kunnen betekenen. Mensen willen graag helpen als ze inzien waarom ze iets moeten doen en inzien dat ze de ander daar enorm mee helpen.

SOCIALE ORIËNTATIE

Wat wordt daaronder verstaan?

Sociale oriëntatie is de mate waarin iemand gericht is op anderen. Succesvolle ondernemers begrijpen dat mensen en netwerken nodig zijn om hun ideeën te realiseren. Ze leggen gemakkelijk contact en laten zich leiden door zakelijke overwegingen bij hun sociale handelen. Daarbij kunnen ze hun sociale behoeften (zoals vriendschap) opzij zetten en hun aandacht richten op hun onderneming. Beginnende ondernemers werken vaak alleen, en het zelfstandige bestaan kan dan heel eenzaam zijn. Niet-succesvolle ondernemers zijn gereserveerd en terughoudend in het leggen van contact.



Hoe zit dat bij jou?

Je legt contact met andere mensen, al kun je in je toenadering van anderen soms wat terughoudend zijn. Je stapt niet als eerste op iemand af. Het beheren van relaties doe je liever dan het werven van nieuwe contacten, zeker als je iets te verkopen hebt.

*"Je moet niet vies zijn van netwerken
en het belang ervan onderschatten."*

Marlies Dekkers

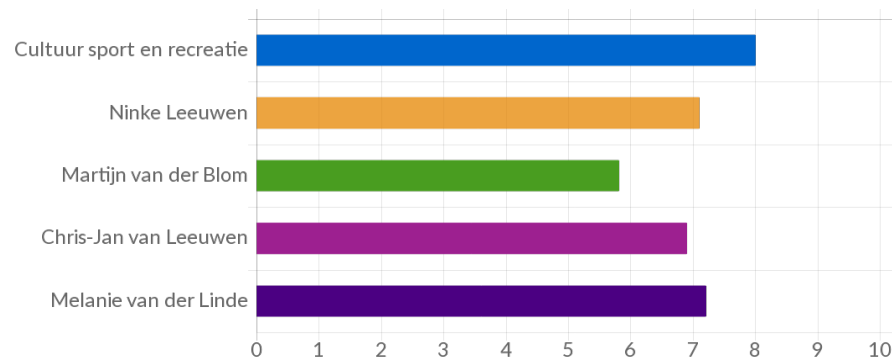
Hoe kun je hier mee omgaan?

Je sociale oriëntatie is gericht op anderen zolang het mensen zijn die je kent of die je door de situatie leert kennen. Zelf stap je niet direct af op nieuwe mensen, maar bedenk dat de ander misschien ook niet zo makkelijk op jou zal afstappen. In elk geval past relatiebeheer beter bij je dan het zelf werven van nieuwe en onbekende klanten.

EFFECTIVITEIT

Wat wordt daaronder verstaan?

Persoonlijke effectiviteit is het geloof in eigen kunnen en zelfverzekerdheid in relatie tot anderen. Succesvolle ondernemers vertrouwen erop dat ze hun doelen kunnen bereiken op eigen kracht. Ze zijn ervan overtuigd elke opdracht tot een goed einde te kunnen brengen; dat hun succes niet van anderen afhangt, maar van henzelf. Ook in relatie tot anderen, al zijn die rijker, belangrijker of machtiger, brengen ze dat zelfvertrouwen mee. Niet-succesvolle ondernemers geloven minder in hun eigen kracht en leven met het idee dat hun succes van de omstandigheden afhangt.



Hoe zit dat bij jou?

Je bent niet altijd zo zeker van je zaak. Je twijfelt er nog wel eens aan of dat wat je wil bereiken, ook zal bereiken. In jouw ogen komt daar ook een dosis geluk bij kijken en hangt het niet alleen maar van jou af.

Daarnaast ben je niet zeker van jezelf als je met andere mensen bent. Als de ander in jouw ogen belangrijker, beter of machtiger is, dan zijn er momenten dat je aan jezelf twijfelt. Je weet dan niet direct welke houding je aan moet nemen in hun bijzijn. Je kunt dan stil worden.

*"You rise or fall, succeed or fail,
by the image you hold in your mind."
Henry Ford*

Hoe kun je hier mee omgaan?

Je gelooft niet altijd in je eigen kracht. Denk positief. Ondernemerschap is een mindset. Probeer een beeld te schetsen van jouw toekomst zoals jij het voor ogen hebt. Bedenk vervolgens dat het alleen nog maar een kwestie is van doen en niet van kunnen. Maak je eigen geluk. Bedenk ook, dat twijfelen geen zwakte is. Als je vooraf je bedenkingen hebt, kan je dat juist behoeden voor fouten of verkeerde beslissingen. Echter, achteraf je vraagtekens plaatsen bij een beslissing die je hebt genomen, is minder effectief.

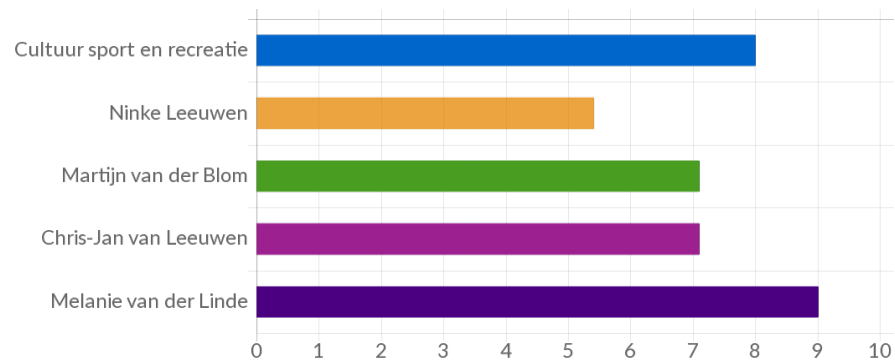
In relatie tot anderen ben niet altijd zeker van jezelf. Je maakt je druk om wat anderen denken en of je zaken wel op de juiste manier aanpakt. Maar het is niet zozeer wat anderen denken, maar wat jij denkt dat anderen denken.

De manier waarop jij naar anderen kijkt, zegt veel over hoe je naar jezelf kijkt. Denk aan je sterke eigenschappen en ga uit van je eigen kracht. Niemand is perfect. Denk je nu dat jij dat niet kan? Het kan als jij besluit dat het kan.

DOORZETTINGSVERMOGEN

Wat wordt daaronder verstaan?

Doorzettingsvermogen is krachtig doorgaan ondanks tegenslagen of bezwaren. Ook op de langere termijn. Succesvolle ondernemers hebben een groot doorzettingsvermogen. Met een duidelijk en helder doel voor ogen overwinnen ze uiteindelijk elke hobbel. Ook als ze soms niet (direct) vooruitkomen, volharden ze. Ze bijten zich vast in het werk en laten niet los voordat het doel is bereikt. Niet-succesvolle ondernemers hebben een gebrek aan zelfdiscipline en geven sneller op vanwege vermoeidheid of verveling.



Hoe zit dat bij jou?

Op de lange termijn maak je niet altijd af waaraan je begonnen bent. Zodra het tegenzit schakel je over op iets anders en het kost je moeite om later de draad weer op te pakken. Je accepteert uiteindelijk ook dat je je doel niet zal halen.

Wanneer je met je dagelijkse werk niet vooruit komt of je voelt je aandacht verslappen, dan geef je daar toch eerder aan toe dan je misschien zou willen. Hierdoor loop je het risico dat je jouw taken voor je uit gaat schuiven. Dit vergroot de kans dat ze helemaal niet meer worden afgerond.

*"Success is walking from failure to failure
with no loss of enthusiasm."
Winston Churchill*

Hoe kun je hier mee omgaan?

Je doorzettingsvermogen op de lange termijn is niet sterk. Wil je leren vol te houden? Ontwikkel dan een visie. Werk de visie uit tot een concreet en meetbaar einddoel: wat is het resultaat dat je gaat neerzetten? Bepaal de stappen die naar dit einddoel leiden. Maak de stappen zo klein mogelijk en kies iedere keer voor de volgende stap en houd dat voor ogen.

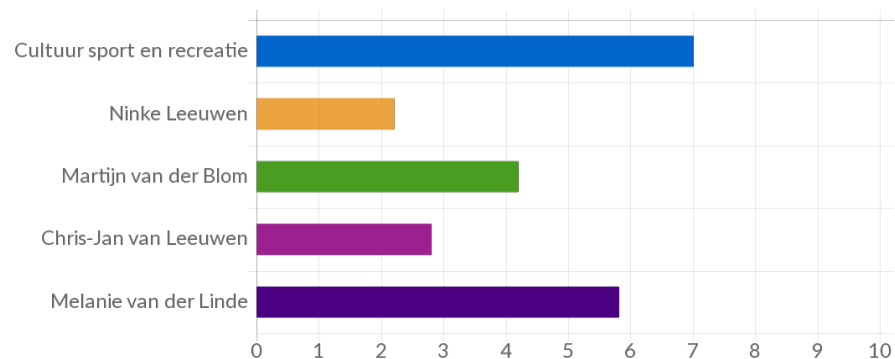
Het werken met SMARTER doelen, kan hierbij helpen. Op het internet vind je meer informatie over het geheim van smarter doelen stellen.

Je beschikt niet over een groot doorzettingsvermogen op de korte termijn. Je mist discipline. Neem afstand en verzamel feedback. Bepaal daarna opnieuw de stappen die je moet nemen om het resultaat te krijgen dat jij wil bereiken. Maak de stappen klein zodat ze in een werkdag passen. Concentreer je vervolgens op de eerstvolgende stap en niet op het einddoel. Probeer ook altijd op een dag een stap meer te doen dat je gepland had. Dat vergroot het gevoel dat je goed bezig bent en geeft je meer motivatie voor de volgende stap.

RISICOBEREIDHEID

Wat wordt daaronder verstaan?

Risicobereidheid is het kunnen omgaan met onzekerheid en de bereidheid verlies te nemen. Succesvolle ondernemers zijn actieve risico nemers. Ze nemen kansen pro-actief waar en doen dat met energie, initiatief en bereidheid om de gewenste uitkomst van een kans te realiseren ondanks de risico's die inherent zijn aan de waargenomen kans. Hun doelen zijn meer gericht op het verbeteren van hun leven, dan op het behoud ervan. Niet-succesvolle ondernemers zijn passieve risico nemers. Zij benaderen risico's voorzichtiger en defensiever en reageren vaak alleen op wat op hun pad komt waar men niet omheen kan.



Hoe zit dat bij jou?

Je bent risicomijdend. Je bent zeer voorzichtig en je kijkt nogal argwanend tegen zaken aan in je omgeving die nieuw zijn en waarvan je niet kunt inschatten wat de risico's zijn. Als de uitkomst onzeker is, laat je het liever aan je voorbij gaan.

*"Wijsheid is de som van verwerkte mislukkingen."
Paul Fentener van Vlissingen*

Hoe kun je hier mee omgaan?

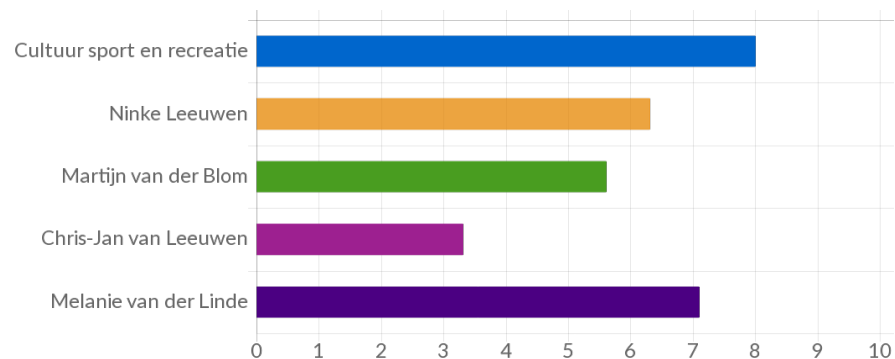
Je bent erg voorzichtig, maar waar komt dat vandaan? Wat is het dat jou tegenhoudt? Waar ben je bang voor? En hoe erg is het als dat gebeurt waar je zo bang voor bent? Zeg eens eerlijk; is het dat echt zo erg?

Heb je een fout gemaakt? Raak niet in paniek. Analyseer wat er aan de hand is en houdt het overzicht. Laat je in elk geval niet verlammen door de angst. Ga na bij jezelf wat het ergste is dat er kan gebeuren. Vaak blijkt de angst ervoor niet zo erg te zijn als je vooraf dacht.

MARKTGERICHTHEID

Wat wordt daaronder verstaan?

Marktgerichtheid is je inleven in de behoeftewereld van (potentiële) klanten om van daaruit een koppeling te maken naar de eigen bedrijfsvoering. Succesvolle ondernemers spelen in op de specifieke behoefte van een duidelijk afgebakende doelgroep. Ze kunnen ook nauwkeurig aangeven wat hun concurrenten doen. Ze volgen de trends en ontwikkelingen en praten met klanten om te kunnen anticiperen op veranderingen in de markt. Niet-succesvolle ondernemers hebben weinig oog voor de behoeften van hun klanten. Ze zijn vaak meer productgericht en hebben geen duidelijke doelgroep voor ogen.



Hoe zit dat bij jou?

Je hebt een vaag beeld van jouw markt en wat zich daarin afspeelt. Daarnaast heb je beperkte informatie om je marktbenadering specifiek te kunnen formuleren en te weten op welke afnemersgroepen jij je eigenlijk moet richten.

Verder ben je klantgericht, al heb je niet echt goed zicht op wat er in jouw (potentiële) klant omgaat of op welke manier je jouw product kan laten aansluiten bij de behoefte van potentiële klanten.

*"Kansen liggen gewoon op straat,
maar je moet er wel voor bukken."
Scarlett Kwekkeboom Jansse*

Hoe kun je hier mee omgaan?

Veel ondernemers ontwikkelen of verkopen iets waar weinig behoefte aan is. Het is dan ook de nummer 1 reden waarom bedrijven mislukken. Weten wie je doelgroep is en welk probleem ze ervaren is cruciaal. Vernieuwen is dus belangrijk. Verken de markt. Bezoek internetsites en plaats zoekopdrachten over jouw markt of product. Praat met mensen of ga eens langs bij brancheverenigingen.

Kijk ook naar trends en ontwikkelingen. Banken en het CBS hebben de informatie online beschikbaar of Panteia dat veel onafhankelijk economisch en marktonderzoek doet. Volg succesvolle concurrenten op de markt. Onderzoek wie binnen jouw doelgroep valt, wat ze doen, hoe ze je product gebruiken en toets of jouw aannames kloppen.

Je kunt ook een ondernemingsplan maken of een business model canvas opstellen. Kijk ook op websites, die stellen vaak een gratis eBook of whitepaper beschikbaar over hoe je marktonderzoek doet. Uiteraard, kun je ook informatie verzamelen door te gaan netwerken en bij concurrenten te kijken hoe zij het aanpakken.

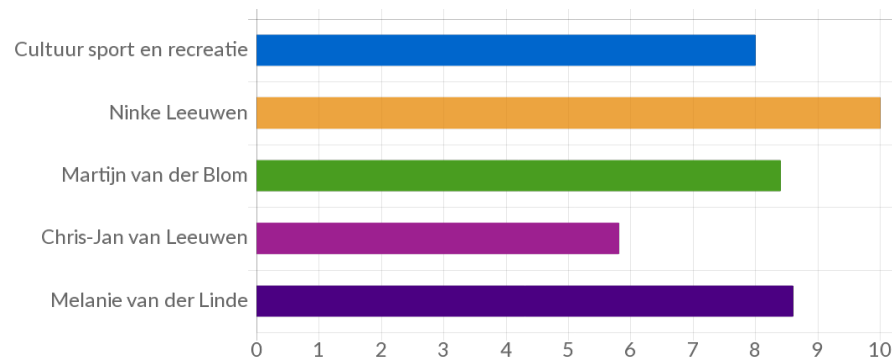
Vraag huidige of potentiële klanten naar hun ervaringen met jouw product of dienst. Als je nog geen klanten hebt, vraag dan mensen die positief zijn over wat je wil starten naar hun ervaringen met soortgelijke producten en diensten.

Bedenk vooraf een duidelijk doel en wat je precies te weten wil komen. Laat altijd ruimte over voor een open antwoord. Klanten willen weleens langzamer bewegen of anders reageren dan ondernemers vooraf inschatten. Gebruik die feedback, maar maak kleine en flexibele aanpassingen.

CREATIVITEIT

Wat wordt daaronder verstaan?

Creativiteit is het vermogen om te "spelen" met gedachten en nieuwe mogelijkheden te zien en uit te proberen. Succesvolle ondernemers stellen zich open voor wat in hun omgeving gebeurt. Daarbij worden ze niet gehinderd door beperkingen van de situatie, maar juist uitgedaagd door de mogelijkheden. Ze hebben het vermogen om vanuit andere invalshoeken te denken en platgetreden paden te verlaten. Hierdoor kunnen ze problemen omzetten in nieuwe kansen en durven ze risico's te nemen. Niet-succesvolle ondernemers zijn beperkt in hun denkwijze en durven het experiment minder snel aan.



Hoe zit dat bij jou?

Je bent een dagdromer. Je vindt het heerlijk om te fantaseren en je gedachten de vrije loop te laten. Je komt telkens weer met nieuwe ideeën en voor problemen verzijn je dan ook makkelijk meerdere oplossingen. Je hebt zelfs de neiging met oplossingen te komen voor problemen die er niet eens zijn.

Je scoort hoog op het vermogen mogelijkheden te zien. Je bent nieuwsgierig naar alles wat nieuw of anders is. Je hebt een brede interesse en je bent meestal bezig verbeteringen te bedenken of nieuwe mogelijkheden te ontdekken.

*"Logic will get you from A to B.
Imagination will take you everywhere."
Albert Einstein*

Hoe kun je hier mee omgaan?

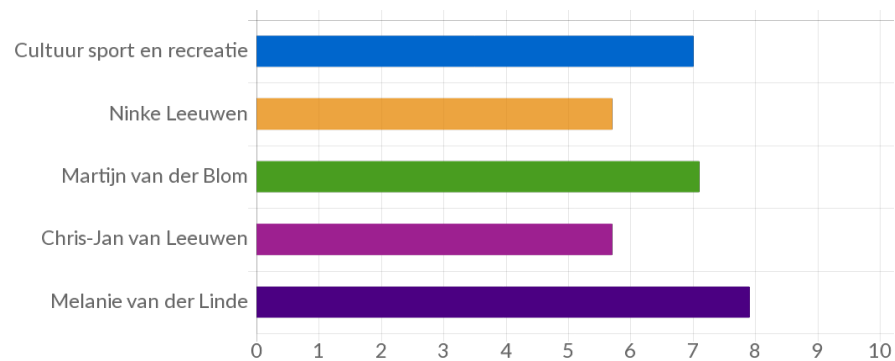
Je bent fantasierijk. Waarschijnlijk bruis je van de ideeën. Focus je dan op één idee. Dwing jezelf dat idee verder uit te werken voor je met een ander idee start.

Je nieuwsgierigheid is prima en opent vele mogelijkheden, maar vergeet niet ook aandacht te schenken aan de meer dagelijkse zaken. Die kun je nog weleens uit het oog verliezen. Kiezen voorkomt verdrinken. Heb je nog geen missie? Als starter kun je veel baat hebben bij een missie. Bepaal je missie, en gebruik dat als kompas voor je beslissingen.

FLEXIBILITEIT

Wat wordt daaronder verstaan?

Flexibiliteit berust op aanpassingsvermogen. Succesvolle ondernemers reageren op veranderingen die ze in de omgeving waarnemen, zoals nieuwe wensen van de klant of nieuwe concurrenten op de markt. Ze interpreteren kansen of bedreigingen op hun effect en passen hun (ondernemings)plan daarop aan. Niet-succesvolle ondernemers zijn nauwelijks bereid om zich aan te passen. Ze bieden weerstand en kunnen star en koppig zijn.



Hoe zit dat bij jou?

In principe heb je er geen problemen mee als bepaalde zaken veranderen, hoewel je het ook wel prettig vindt als het bij het oude en vertrouwde blijft en je je niet hoeft aan te passen aan de veranderde omstandigheden.

*"You must either modify your dreams
or magnify your skills."
Jim Rohn*

Hoe kun je hier mee omgaan?

Je stelt je kritisch op. Onderken je eigen (natuurlijke) weerstand. Is het realistisch en terecht? Mensen die weerstand bieden, ontbreekt het meestal aan inzicht. Ontbreekt het jou aan inzicht?

ONDERNEMERSDENKSTIJLEN

Je voorkeur voor een bepaalde denkstijl

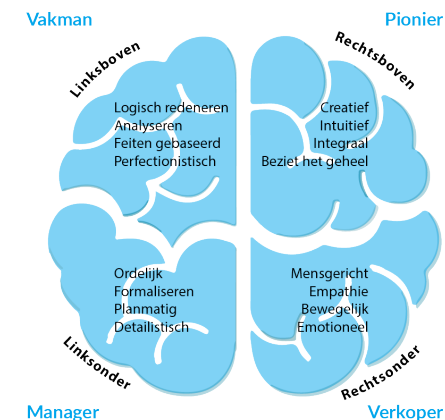
De structuur van je hersenen heeft een directe relatie met de manier waarop je denkt: je denkstijl. Die beïnvloedt op haar beurt weer het gedrag dat je vertoont. Je hersenen hebben een linker- en een rechterhelft, maar ook een onder- en een bovenhelft. Samen vormen zij de vier kwadranten van je hersenen.

De vier kwadranten werken samen. Hun samenwerking is afhankelijk van de situatie, maar van nature zijn een of meerdere delen dominanter dan de andere delen. Bij iemand die linkshandig is, domineert de linkerhand over de rechterhand. Elk kwadrant vormt een denkstijl en heeft een aantal specifieke kenmerken. Mensen die meer linkerhersen helft zijn georiënteerd, hebben een andere denkstijl dan mensen die meer rechterhersen helft zijn georiënteerd. Dat geldt ook voor de bovenhelft en de onderhelft van de hersenen.

Bij de linkerhersen helft speelt de ratio (het nuchtere verstand) een belangrijke rol en bij de rechterhersen helft juist de emotie. De onderhelft van de hersenen wordt gekenmerkt door afhankelijkheid en instinct, terwijl de bovenhelft wordt gekenmerkt door onafhankelijkheid en verstand. De linker bovenhelft heeft bijvoorbeeld als kenmerken: logisch redeneren en analyseren. Het tegenovergestelde kwadrant, de rechter onderkant, heeft daarentegen als kenmerken: mensgericht en sociaal.

Onderstaand schema van het brein geeft de verschillende kenmerken per denkstijl weer.

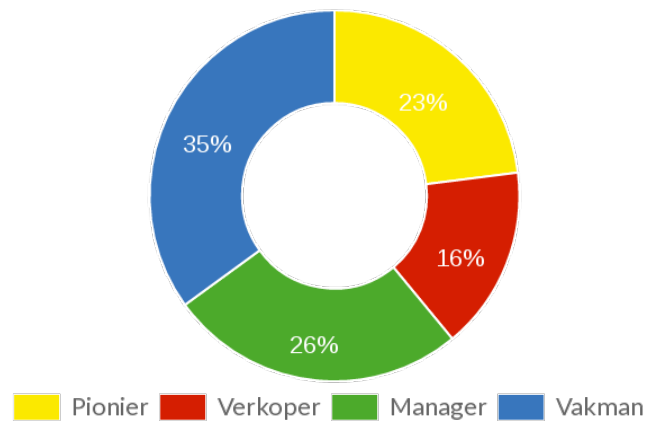
Ieder mens heeft alle denkstijlen in zich, maar zoals gezegd ook een natuurlijke voorkeur voor een bepaalde denkstijl. Dat is de denkstijl die doorgaans de boventoon voert en bepaalt hoe je denkt en handelt. Het is echter telkens weer de situatie die bepaalt hoe de vier denkstijlen samenwerken en daarmee welk gedrag je vertoont. Daarom is het mogelijk dat je anders reageert dan je op grond van je voorkeuren denkstijl zou verwachten. Dat maakt de mens ook zo complex.



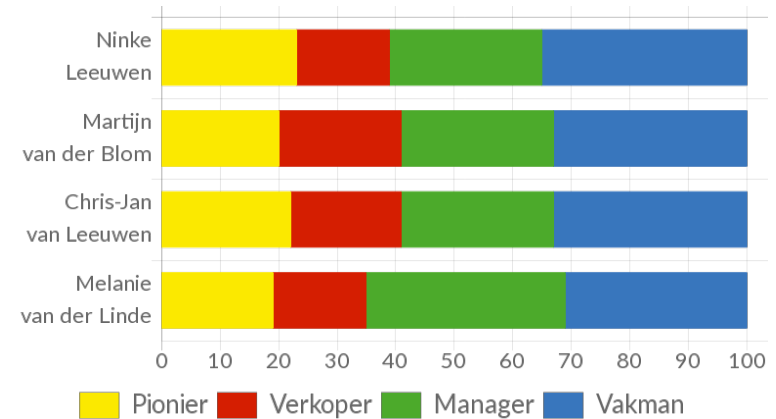
Figuur: de vier denkstijlen

JOUW ONDERNEMERSDENKSTIJL

In de afbeelding zijn je scores zichtbaar. Deze scores weerspiegelen jouw ondernemersdenkstijlen. Er is geen goed of fout. Het gaat om jouw voorkeur. Wat heb je nodig en wat kun je beter ontwikkelen of aanvullen? Heb je ook de 360 graden feedback gedaan, dan zie je die van elke persoon eronder weergegeven. De vier ondernemersdenkstijlen worden in de volgende pagina's nader toegelicht. Jouw ondernemersdenkstijlen laten de volgende verdeling zien.



In vergelijking met de feedback geeft jouw profiel het volgende weer:

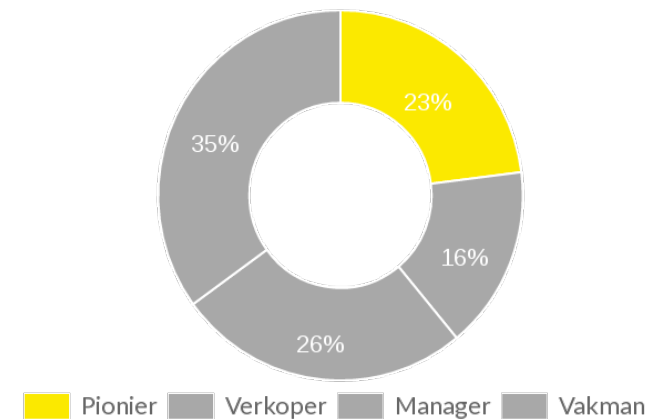


PIONIER

Wat wordt daaronder verstaan?

In het ondernemerschap wordt deze denkstijl omschreven als de pionier. De gedachten van de pionier worden gedomineerd door mogelijkheden. Hij leeft in de toekomst en heeft een lange termijn visie. Door zijn sterke verbeeldingskracht ziet hij vaak het hele plaatje al voor zich, terwijl anderen nog geen benul hebben. De pionier denkt speels, snel en vaak buiten de kaders. Hij valt op door een gepassioneerde, optimistische, maar soms ook naïeve stijl. Hij heeft het vermogen om een situatie in chaos te veranderen of juist uit de chaos te redden. Dit komt doordat hij bestaande zaken in een nieuw daglicht kan zetten en ogenschijnlijk onlogische problemen transformeert in oplossingen.

De pionier kan tot grote hoogtes komen in chaossituaties, maar verliest zichzelf in situaties van orde en de dagelijkse praktijk. Hij raakt snel verveeld door routine en heeft weinig aandacht voor details. Zijn grote drijfveer is het krijgen van erkenning. Hij onderscheidt zich door anders te zijn. In situaties van chaos krijgt hij die kans. Waar anderen de onmogelijkheden of routine van de situatie accepteren, vraagt de pionier zich voortdurend af waarom de dingen gaan zoals ze gaan en waarom het niet anders kan. Zijn ideeën over hoe het anders of beter kan, worden enkel begrensd door zijn fantasie.



Hoe zit dat bij jou?

De ondernemersdenkstijl van Pionier is, hoewel in mindere mate, ook op jou van toepassing. Dit geldt overigens ook voor de denkstijl van Manager. Je kan je soms ook aangetrokken voelen tot situaties waarin deze denkstijlen zich thuis voelen. Situaties waar veel zaken nog geen vaste vorm hebben of zelfs nog bedacht moeten worden en verbeeldingskracht een uitkomst biedt, maar wel aangepakt en georganiseerd moeten worden.

Wat jou vooral kenmerkt binnen de denkstijl van Pionier is jouw:

- constante stroom aan ideeën
- kwaliteit om out-of-the-box te kunnen denken

Hoe kun je hier mee omgaan?

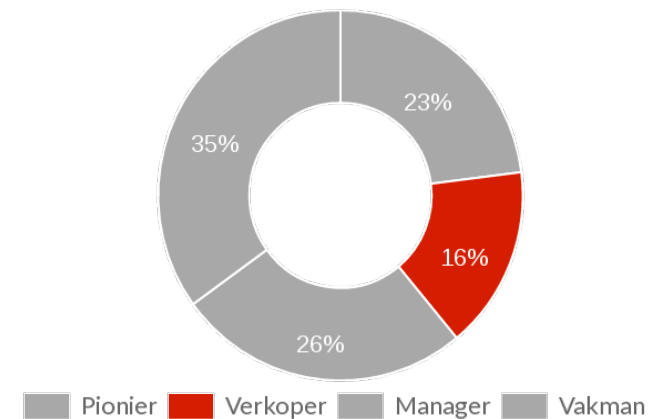
Bepaal eerst of je jezelf herkent in bovenstaande beschrijving. Deze beschrijving is namelijk vrij sterk neergezet om verschillen tussen denkstijlen te benadrukken. Wat zegt dit over jou en jouw ondernemerschap? Richt je vooral op de denkstijl die jou het meest typeert en concentreer je op werkzaamheden die met jouw denkstijl het meeste resultaat opleveren. Daarin ligt jouw kracht en uiteindelijk levert dat jou ook het meeste plezier op. Wil je deze denkstijl ontwikkelen dan kun je ondermeer het volgende doen: ontwerp een logo voor je eigen bedrijf; neem een beslissing alleen op basis van je intuïtie en probeer elke dag minstens een gek idee te verzinnen.

VERKOPER

Wat wordt daaronder verstaan?

In het ondernemerschap wordt deze denkstijl omschreven als de verkoper. De verkoper houdt van mensen en is gericht op het aangaan van relaties. Hij gaat vaak af op zijn gevoel. Hij heeft grote interesse in de mensen om zich heen en hecht veel waarde aan het maken van contact, al kan hij zich daarin laten leiden door zakelijke redenen. Hij begrijpt als geen ander de behoeften van de klant. Zijn grote drijfveer is acceptatie door de omgeving. Het is juist dit type dat gericht is op de ander. Zolang de anderen het naar hun zin hebben, heeft hij dat ook.

Verkoop van producten of diensten betekent aansluiting bij de behoeften van de klant. Hij functioneert goed in harmonische situaties. Daarin zoekt hij voortdurend naar win-win situaties. De verkoper wil graag wat voor anderen doen, want dat verhoogt de kans op acceptatie. Dat maakt dit type loyaal, flexibel en enthousiast. Het komt voor dat anderen misbruik van hem maken. Conflicten gaat hij liever uit de weg en kritiek kan hij slecht verdragen; hij zal het zich persoonlijk aantrekken. Dit leidt ertoe dat hij ongeschikt is om snelle, harde of rationele beslissingen te nemen. Hij maakt zich eerder druk voor wie de gevolgen ervaart, in plaats van zich te realiseren wat de beste beslissing is.



Hoe zit dat bij jou?

Jouw voorkeur gaat het minste uit naar deze denkstijl. In vergelijking met de andere denkstijlen scoor je hierop het laagste. Je voelt je niet direct aangetrokken tot situaties waarin deze denkstijl zich thuis voelt. Situaties waar het vooral gaat om persoonlijk contact, er voor de ander zijn en begrip en ondersteuning bieden.

Wat jou vooral kenmerkt binnen de denkstijl van Verkoper is jouw:

- snelheid waarmee je energie van anderen oppikt
- inlevingsvermogen

Hoe kun je hier mee omgaan?

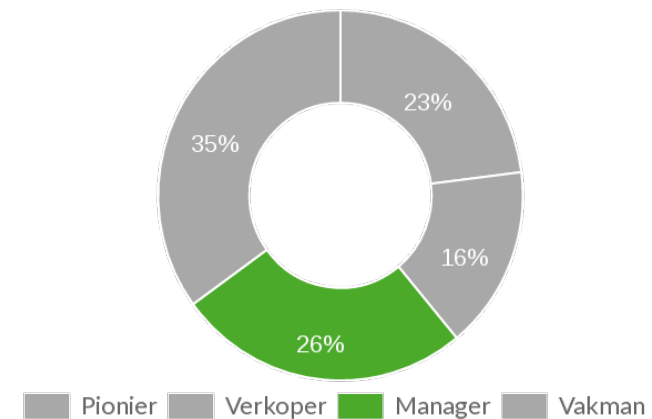
Bepaal eerst of je jezelf herkent in bovenstaande beschrijving. Deze beschrijving is namelijk vrij sterk neergezet om verschillen tussen denkstijlen te benadrukken. Daarom is de kans dat jij je (voor een deel) ook in deze beschrijving herkent aanwezig. Wil je deze denkstijl ontwikkelen dan kun je ondermeer het volgende doen: bied jezelf aan iemand te ondersteunen bij zijn werk; besteed minstens 15 minuten per dag om iemand echt persoonlijk te leren kennen of neem eens een beslissing waarbij je enkel rekening houdt met de gevoelens en behoeften van anderen.

MANAGER

Wat wordt daaronder verstaan?

In het ondernemerschap wordt deze denkstijl omschreven als de manager. De manager is als geen ander in staat op de zaak te passen. Door zijn zoektocht naar zekerheden hecht hij groot belang aan regels en procedures. Gericht op de korte termijn houdt hij het overzicht in een anders chaotische situatie. Graag houdt hij de touwtjes in handen en streeft hij naar orde. Hij structureert het bedrijf tot een efficiënt opererende onderneming en voor de kleinste details wordt een planning opgesteld. Weinig wordt aan het toeval overgelaten. Hij structureert het werk tot een vlekkeloos verlopende zaak, waar iedereen zijn taken en bevoegdheden kent.

Echter, wanneer veranderingen opdoemen, weet de manager zich geen raad omdat de regels opeens niet meer bruikbaar zijn. Hij maakt namelijk graag gebruik van regels die hun succes hebben bewezen en houdt daar strak aan vast. Hij houdt niet van verandering en hecht er aan dat iedereen zich aan de regels houdt. Zo niet, dan volgt onherroepelijk een opmerking. Hij heeft verantwoordelijkheidsgevoel. Hij accepteert dat de dingen gedaan moeten worden zoals ze altijd al gedaan worden, ook al strookt dat niet met zijn eigen idee. Zaken worden tot in de puntjes geregeld. Dat maakt de manager loyaal en integer.



Hoe zit dat bij jou?

De ondernemersdenkstijlen van Manager en Pionier zijn, hoewel in mindere mate, ook op jou van toepassing. Je kunt ook uit de voeten met situaties die volgens een bepaald plan (dienen) te verlopen, maar dit soort situaties hebben niet direct jouw voorkeur.

Wat jou vooral kenmerkt binnen de denkstijl van Manager is jouw:

- voorkeur om een systeem aan te brengen dat werkt
- planmatige manier van werken
- behoefte om te zorgen dat iedereen zich aan de regels houdt

Hoe kun je hier mee omgaan?

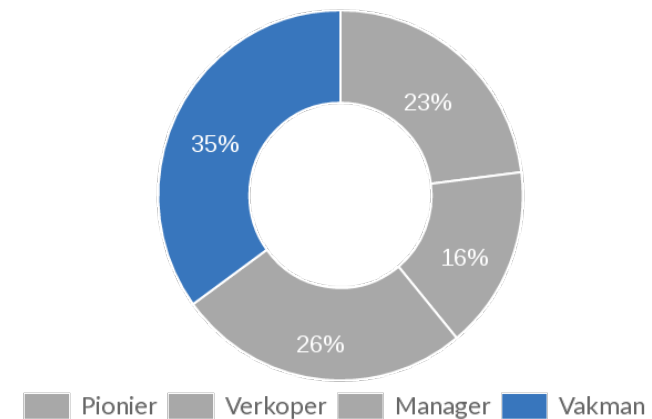
Bepaal eerst of je jezelf herkent in bovenstaande beschrijving. Deze beschrijving is namelijk vrij sterk neergezet om verschillen tussen denkstijlen te benadrukken. Maar richt je vooral op de denkstijl die jou het meest typeert. Wil je deze denkstijl ontwikkelen dan kun je ondermeer het volgende doen: plan een project of opdracht in detail en houdt je eraan; maak een 'things to do today' lijst aan en streep acties door als ze gedaan zijn of neem eens een beslissing op basis van zekerheid.

VAKMAN

Wat wordt daaronder verstaan?

In het ondernemerschap wordt deze denkstijl omschreven als de vakman. De vakman (of vrouw) is goed op de hoogte van alle ontwikkelingen op zijn vakgebied. Hij weet alle "ins" en "outs" van zijn vak. Hij vormt zich een beeld van gebeurtenissen vanuit zijn ervaring en vakkennis waardoor hij onafhankelijk en rationeel tot de juiste beslissing komt. Hij weet altijd de beste alternatieven voor te schotelen. De vakman is individualistisch en realistisch ingesteld. Hij onderscheidt zich door de wens de beste te zijn, in elk geval in zijn vakgebied. Hij stelt zich vaak kritisch op en moet eerst zelf overtuigd zijn dat iets werkt voordat hij het vertrouwt.

Hij gaat er prat op het beter te weten of te kunnen. Hij neemt de realiteit als gegeven en probeert daarin zo goed mogelijk te presteren. Nadeel van dit type is dat hij een perfectionistische en soms ook autoritaire houding kan aannemen. Als het over zijn vak gaat schuwt hij de discussie niet. Het leveren van kwaliteit is voor de vakman topprioriteit. Communiceren en omgaan met mensen gaan hem minder makkelijk af en daarmee is verkopen ook niet zijn sterkste kant. In zijn overtuiging verkoopt een goed product zich zelf wel.



Hoe zit dat bij jou?

Je voorkeur gaat het meest uit naar deze denkstijl. In vergelijking met de andere denkstijlen scoor je hierop het hoogste. Je hebt een natuurlijke voorkeur voor situaties die vragen om een zorgvuldige en kwalitatieve aanpak al dan niet vooraf gegaan door een weloverwogen analyse. Kortom: vakmanschap. Je bent een denker en je gebruikt je verstand en als het jouw vakgebied betreft dan is men bij jou aan het goede adres. Je bent in staat grote hoeveelheden informatie op te nemen en kritiek te geven. Niet om kritiek te hebben, maar vooral omdat je de zwakke punten in een plan of idee ziet. Maar ondernemen houdt meer in dan het zo goed mogelijk uitoefenen van je vak. Alle denkstijlen zijn nodig om een bedrijf vlekkeloos te laten verlopen. Ondernemen vraagt dus om alle denkstijlen; niet alleen tijdens de startfase maar ook in latere fasen.

Wat jou vooral kenmerkt binnen de denkstijl van Vakman is jouw:

- voorkeur je te blijven focussen op je werk
- neiging om iets grondig uit te zoeken
- focus op iets goed te willen doen
- voorkeur om iets systematisch te onderzoeken
- neiging je te richten op de inhoud
- neiging je blind te staren op de details

Hoe kun je hier mee omgaan?

Bepaal eerst in welke mate je jezelf herkent in bovenstaande beschrijving. Deze beschrijving is namelijk vrij sterk neergezet om verschillen tussen denkstijlen te benadrukken. Daarom is de kans dat jij je ook (ten dele) in de beschrijving van andere denkstijlen herkent aanwezig. Herken je jezelf inderdaad hierin dan ligt jouw kracht in situaties die vragen om kwaliteit en vakmanschap. Focus je op zaken waarin jouw ervaring en vakkennis gevraagd worden. Maar liggen problemen of noodzakelijke werkzaamheden niet in jouw vakgebied besteed die dan uit, maar niet voordat je zelf een grondige analyse hebt uitgevoerd. Want daartoe ben je prima in staat. Sta ook open voor wilde ideeën en wees spontaan.

HOE KRIJG JE GRIP OP GROEI?

Wat elke ondernemer moet weten!

Organisaties groeien of krimpen. Als ondernemer moet je in die opgaande of neergaande beweging mee. Dit betekent dat je rol in de tijd sterk kan veranderen en dat er andere eisen aan je worden gesteld. De startfase van een bedrijf vereist een andere rol dan de fase van sterke groei. De ontwikkeling van een ondernemer gaat echter niet gelijk op met de ontwikkeling van het bedrijf. Je ziet de zwakke punten van de ondernemer dan ook terugkomen in de onderneming.

In de persoon van de ondernemer liggen dus de potentiële valkuilen voor de ontwikkeling van het bedrijf. Daarom is inzicht in je eigen persoonlijke sterke en zwakke kanten van levensbelang voor de groei van je bedrijf. Alleen door herkenning en acceptatie van jouw zwakke punten, kan een neergaande beweging van je bedrijf worden voorkomen. Pas dan kan een succesvolle strategie worden gekozen die jouw eigen zwakke punten aanvult of compenseert.

Het verband tussen de bedrijfslevenscyclus, de rollen van de ondernemer en de structuur van de hersenen

De bedrijfslevenscyclus

De levenscyclus van een bedrijf kent globaal vier fases van ontwikkeling: geen groei, lichte groei, sterke groei en afnemende groei. Elke fase kan vaker worden doorlopen. Na een fase van afnemende groei kan een fase van lichte groei aanbreken, gevolgd door een fase van sterke groei. Zodoende spreekt men van een cyclus. Die ziet eruit als een S-curve zoals in onderstaande figuur. Zowel op als neergaande bewegingen zijn mogelijk.

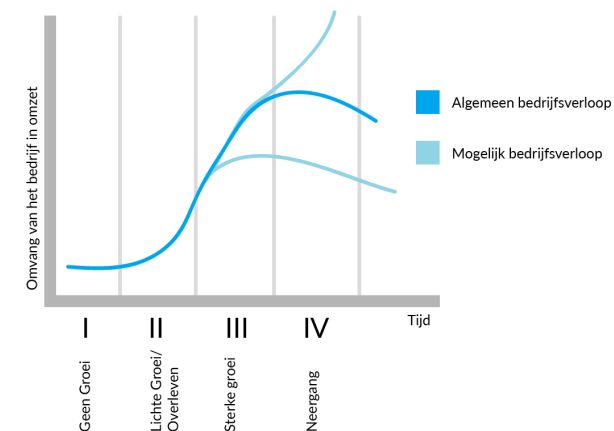
De eerste fase heet de startfase. Een ondernemer start meestal klein. De meeste aandacht gaat uit naar het opbouwen en inrichten van het bedrijf. Veel praktische zaken moeten nog worden geregeld. Van groei is veelal nog geen sprake en met het werven van klanten moet vaak nog worden begonnen.

De eerste groei tekent zich af zodra de vraag naar producten of diensten stijgt. Die groei hoeft niet een logische gevolg te zijn van de inzet van de ondernemer. Vaak ontstaat groei toevallig en soms wordt de ondernemer zelfs overrompeld door een grote order. Dit kan betekenen dat de eerste medewerker(s) moeten worden aangetrokken. Het bedrijf leunt sterk op de ondernemer.

Als het bedrijf aansluiting vindt bij de markt ontstaat sterke groei. De bedrijfsvoering wordt complexer en de ondernemer verliest het overzicht. Er ontstaat vanuit de organisatie steeds meer behoefte aan duidelijke regels en een heldere structuur. Taken en bevoegdheden moeten worden gedelegeerd. Het bedrijf wordt minder afhankelijk van de ondernemer.

Door de strakke organisatie verliest het bedrijf de aansluiting met de markt en krimpt de groei. De fase van afnemende groei of afbouwfase kan elk moment intreden. Als bijvoorbeeld na de eerste groeifase de groei afneemt en er niets wordt ondernomen, kan dat uitmonden in beëindiging van het bedrijf.

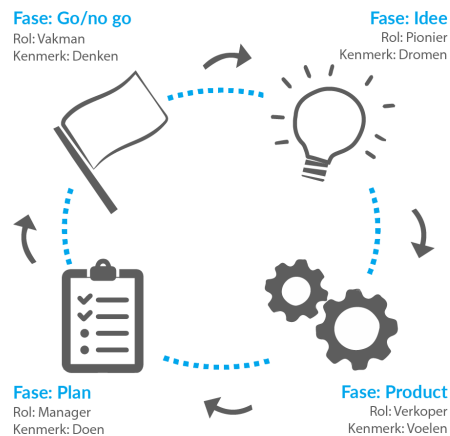
De overgang van de ene naar een andere fase wordt ingezet doordat de bestaande structuur een verdere groei niet meer aankan. De overgangen zijn moeilijk aanwijsbaar. Voor de ondernemer zijn ze wel voelbaar, maar niet altijd zichtbaar. Soms is een conflict nodig om de volgende stap te kunnen zetten.



Figuur: bedrijfslevenscyclus

De ondernemersdenkstijl in het proces van ondernemen

Het model van denkstijlen en de bedrijfslevencyclus zijn heel goed met elkaar te verenigen. Samen geven ze een duidelijk inzicht in de verschillende rollen die voor een ondernemer noodzakelijk zijn in de verschillende fases die elk bedrijf doorloopt. Met andere woorden: in elke fase van de onderneming moet de ondernemer een andere rol vervullen. De vier stadia komen zowel voor als na de start van het bedrijf naar voren.



Voor de start: van idee tot B.V.

Fase: idee

Het proces start met een idee of concept. Het idee leeft sterk in de verbeelding van de ondernemer en het is de uitdaging om het concreet vorm te geven. Dit kan een prototype zijn of een eerste versie van het product of dienst. Deze fase kenmerkt zich door (be)denken en verbeelden. De ondernemer is vaak bezeten van zijn idee en de mogelijkheden die het biedt. Dit is bij uitstek de vaardigheid van de ondernemersrol pionier.

Fase: product

De eerste reacties op het product of dienst zijn van groot belang voor het aanscherpen ervan. Vrienden of potentiële klanten fungeren als proefkonijn. Goed luisteren naar de reacties en zich kunnen invoelen in de belevingswereld van de klant (empathie) zijn kenmerken van deze fase. Hierin herken je duidelijk de ondernemersrol van verkoper.

Fase: plan

Het gevoel dat een duidelijke rol heeft in voorgaande fases, maakt plaats voor een rationele kijk op het product en de markt waarop de ondernemer zich gaat richten. Keuzes moeten worden gemaakt en een plan moet worden opgesteld met een inschatting van de haalbaarheid van het ondernemersidee. Planmatig kunnen werken en zaken tot in detail kunnen uitwerken, zijn van belang. De vaardigheden van de rol van manager.

Fase: go/no go

De vraag, wel of niet te starten met het ondernemersidee, vraagt een objectief oordeel over de haalbaarheid van het plan. Dit vereist een onafhankelijke en kritische kijk. Het verstand viert in deze fase hoogtij. Door middel van gerichte vragen kunnen de gaten in het plan worden opgespoord en wordt duidelijk wat aanscherping behoeft. Het is de rol van (bedrijfs)adviseur als vakman die door zijn onafhankelijkheid objectief en kritisch de pijnpunten blootlegt.

Na de start: van start tot "smart"

Fase: Vroege fase

Tijdens de startfase is er nog geen groei. Deze fase wordt vooral gekenmerkt door chaos. De jonge onderneming is een nieuwe vreemde in de omgeving en de ondernemer moet vooral pionieren om de eigen zaak op gang te krijgen. De pionier is onafhankelijk en neemt risico. Hij is vaak overtuigd van zijn eigen ideeën en heeft doorzettingsvermogen.

Fase: Expansiefase

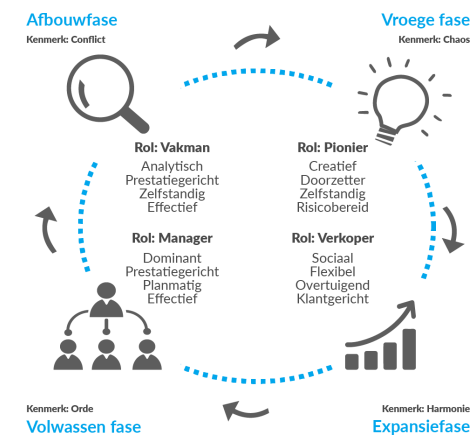
Het bedrijf komt in harmonie met de omgeving als de eerste omzetten zijn geboekt en het product of dienst lijkt aan te slaan. Dan wordt het zaak de verkoopinspanningen te intensiveren en flink aan te pakken. De verkoper is open en op anderen gericht. Hij past zich makkelijk aan, is marktgericht en heeft het vermogen anderen te overtuigen.

Fase: Volwassen fase

Naarmate de organisatie groeit, hoe sterker de wens om die groei beheersbaar te houden door orde op zaken te stellen. De manager is gericht op orde binnen de organisatie, waardoor het mogelijk is optimaal te profiteren van de gunstige markt en de winst te maximaliseren. De manager is gericht op het sturen van bedrijfsprocessen. Hij plant, organiseert en bezit leidinggevende capaciteiten.

Fase: Afbouwfase

Maar een strak ingerichte organisatie past zich minder makkelijk aan als de markt verandert. De groei neemt af, bijvoorbeeld door de komst van een concurrent. Al snel ontstaat een conflict waar de ondernemer een antwoord op moet vinden. Er dient een objectief beeld gevormd te worden van de verslechterde situatie. De analytische vaardigheid, objectieve kijk en bedrijfskundige vakkennis van de bedrijfsadviseur als vakman komen dan goed van pas. Hij weet alle 'ins' en 'outs' van goede bedrijfsvoering. Hij is goed op de hoogte van de ontwikkelingen in zijn vak. Kwaliteit leveren is belangrijk. Hij is precies en prestatiegericht.



EINDCONCLUSIE

Je antwoorden op de scan zijn de basis voor je persoonlijk rapport. Het persoonlijk rapport kan niet los gezien worden van je zakelijke en persoonlijke situatie. Bespreek daarom jouw ondernemersprofiel met mensen die jou goed kennen, of beter nog, met een onafhankelijke ondernemerscoach. Dat levert je altijd nieuwe inzichten op.

Het gaat er namelijk niet om hoe goed je scoort, maar hoe je ermee omgaat. Welke punten zijn voor jouw ontwikkeling als ondernemer van belang en welke niet. Gebruik deze input als spiegel, om je zelfkennis te vergroten en een strategie te ontwikkelen die je functioneren als ondernemer versterken. Bijvoorbeeld door coaching, training of opleiding.

Ondernemen is de kracht om mensen om je heen te verzamelen die jou aanvullen of compenseren. Hoe beter je weet waar je persoonlijke valkuilen liggen voor jouw bedrijf, hoe beter het je in staat stelt dat 'dream-team' om je heen te verzamelen.

Je scoort niet sterk op belangrijke eigenschappen en kwaliteiten voor het ondernemerschap. Het gaat daarbij vooral om de combinatie van eigenschappen en kwaliteiten. Sterker scoor je in elk geval op je vermogen prioriteiten te stellen en een prestatie neer te zetten als dat nodig is. Dit wordt ook ondersteund door de ondernemersrol van vakman die het meest op jou van toepassing is. Je bent het type ondernemer dat zijn vak zo goed mogelijk uitoefent.

Je hebt aangegeven geen eigen bedrijf te hebben. Wellicht overweeg je een eigen bedrijf te starten of een onderneming over te nemen, maar gezien je antwoorden op de Ondernemerstest is je geschiktheid voor het startend ondernemerschap matig te noemen. Het is daarom aan te bevelen je persoonlijk rapport met anderen te bespreken, zodat ook je persoonlijke situatie besproken kan worden om een strategie te bepalen die je persoonlijk functioneren vergroot. Als je overweegt een eigen bedrijf te starten, is het aan te raden een bedrijf te starten op basis van je vakmanschap. Dan kom je het beste tot je recht en dat motiveert jou het meeste. Denk je aan overname of opvolging van een bestaand bedrijf, dan is het aan te raden je te richten op bedrijven die de fase van afnemende groei tot geen groei doormaken en waar vooral jouw vakmanschap gevraagd wordt.

Entrepreneur Scan is gericht op de ontwikkeling van jouw ondernemerschap. Dit rapport geeft inzicht in jouw ondernemersprofiel, maar je bent zelf verantwoordelijk voor de ontwikkeling ervan. Entrepreneur Scan is niet aansprakelijk voor het slagen of falen van jouw onderneming of ontwikkeling.

© Entrepreneur Scan

All rights reserved.

www.entrepreneurscan.com