

Blauwdruk voor een Business MakeOver

in 7 simpele stappen naar succes



**VOOR MEER: OMZET EN MARGE, STRUCTUUR, EXPERTSTATUS,
BALANS TUSSEN WERK EN PRIVÉ, GROEIKRACHT, TOEKOMSTGERICHTHEID,
STURING EN GEMAK**

Tineke Rensen
PowerEvents®
Distributieweg 46
2645 EJ Delfgauw
T +31(0)15 785 1592

info@power-events.eu
www.power-events.eu
ABN Amro bank: NL15 ABNA 0561166048
KVK nummer: 54531381
BTW nummer: NL1615.79.371B

Copyright

Behalve voor persoonlijk en niet-commercieel gebruik, is het niet toegestaan iets van dit Ebook of de inhoud daarvan te verveelvoudigen, op te slaan in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar te maken, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, hetzij mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige manier dan ook, zonder voorafgaande toestemming van PowerEvents.



Een gratis Business MakeOver voor ieder bedrijf

Ben jij een serieuze MKB ondernemer, met of zonder personeel (tot ongeveer 10 personeelsleden) en herken je enkele van onderstaande zaken, lees dan vooral dit gratis E-book helemaal door.

- Je bedrijf loopt op zich prima maar het kan altijd beter.
- Je hebt ambities die nog niet verwezenlijkt zijn.
- Je hebt een idee dat je zaken anders wilt aanpakken maar je kunt er nog niet precies de vinger op leggen wat dan en hoe dan.
- Je hebt een website maar verder doe je niet zoveel online. Je ziet het nut er wel van in maar je hebt er niks mee en/of je hebt er helemaal geen tijd voor. Ook denk je wellicht dat het je klauwen met geld gaat kosten.
- Je hebt vaak het gevoel dat je aan de waan van de dag overgeleverd bent. Als je personeel hebt, ben je steeds meer de manager. Het echte ondernemen verdwijnt daardoor vaak naar de achtergrond.
- Je wilt groei en meer omzet, maar je wilt niet harder werken en/of meer personeel.

- Het voelt soms alsof jij of het bedrijf (of beiden) tegen grenzen aan lopen.
- Je hebt een hoge verantwoordelijkheid die soms ook als druk aan voelt.
- Je wilt meer grip op zaken krijgen maar je wilt niet nog meer naar je toe trekken.
- Je wilt meer lol in het ondernemen.
- Je staat open voor vernieuwende inzichten en methodes maar het moet wel praktisch, uitvoerbaar en simpel zijn.
- Je ziet zoveel kansen en mogelijkheden en je vindt het ook heel leuk dat je steeds met allerlei zaken bezig bent, maar je mist daardoor vaak focus.
- Je hebt misschien al eens een cursus voor ondernemers gevolgd, maar je hebt er daarna weinig mee gedaan omdat je weer over ging tot de orde van de dag.
- Je hebt geen glasheldere toekomstvisie voor je bedrijf, daar steek je geen tijd in.
- Je wilt een blauwdruk voor je Business MakeOver.

Het zijn zomaar wat zaken die ik bij mijn klanten tegen kom en het is allemaal onnodig. Na 25 jaar ondernemen heb ik een **simpel 7 stappen plan** ontwikkelt waarmee je al deze zaken eenvoudig om kunt buigen.

Dat zal ik je in dit Ebook laten zien aan de hand van 2 Business MakeOver cases van ondernemers waar ik nu mee werk.



Inhoudsopgave

Wie ben ik?	6
CASE 1: Business MakeOver	8
Na een gesprek van een uur	11
CASE 2: Business MakeOver	16
Na een gesprek van een uur	17
Dus	20
Hoe ging dat bij mijzelf?	20
“De Blauwdruk voor een Business MakeOver”	23
Kan ik jou vooruit helpen?	24



Tineke Rensen

Wie ben ik?

Mijn naam is Tineke Rensen en in 2015 ben ik 25 jaar ondernemer. Ik startte op mijn 25^e met een typemachine en wonend in een stacaravan, mijn eerste bedrijf. Inmiddels heb ik meerdere bedrijven opgezet. Mijn meest succesvolle, internationale bedrijf, verkocht ik in 2011. Sindsdien richt ik me met mijn bedrijf PowerEvents op de groei van ondernemer en zijn of haar bedrijf.

Dit doe ik op mijn eigen unieke manier. D.m.v. coaching van de ondernemer zelf. De grootste asset van ieder bedrijf is de ondernemer zelf. Hoewel deze daar zelf in veel gevallen heel anders over zal denken.

Voor deze ondernemers ben ik sparringpartner, coach en leraar. Door mijn ruime ervaring als ondernemer en mijn grote kennis van de nieuwe online economie, halen mijn klanten snel resultaat.

Ik ben in 1998 gekozen tot beste vrouwelijke ondernemer van Zuid Holland. Ik was topsporter en lid van 2 nationale sportteams, freestyle kajak en freestyle skiën. Bij het kajakken behoorde ik tot de Europese top en ik werd Nederlands kampioen.

Ik reis nog steeds de hele wereld rond om te leren van talrijke miljonairs. Zo houd ik mijn ondernemerskennis up to date. Deze kennis deel ik tijdens mijn inspirerende en motiverende lezingen voor ondernemers.

Ook geef ik trainingen en personal events waar ondernemers samen met mij specifiek op ondernemerszaken en -vaardigheden in gaan.



Ik schrijf nu mijn eerste ondernemers boek dat medio 2015 zal verschijnen. Ik ben columnist bij deondernemer.nl en ik blog op mijn eigen blog. Het is mijn missie om de bekrompen wijze m.b.t. denken over geld en succes in Nederland om te buigen. Er is veel interesse vanuit de pers voor wat ik doe.

Zie hiervoor in [de pers](#).



nrc.next

NRC  HANDELSBLAD

fd.
het financieele dagblad

FiscAlert

Business MakeOver case 1

Ik sprak ondernemer Theo. Hij heeft een mooi en goedlopend lopend bedrijf in een branche die aardig wat last heeft van de crisis. Zijn bedrijf heeft een omzet van 1.200.000,00 euro. Zijn financiële zaken zijn goed op orde, de boekhouder vindt dus dat het erg goed gaat met zijn bedrijf. Zelf vind hij dat ook en toch wil hij een keer met me in gesprek. Maar er is meer dan alleen de financiële kant van een bedrijf en het kan ook altijd nog beter.

Hij heeft 12 mensen in vaste dienst en heeft ook nog oproepkrachten en ZZP-ers die hij inhuurt om pieken op te vangen. Hij heeft een prachtig bedrijfspand en hij heeft ook meerdere busjes rond rijden.

Zijn overtuiging is dat als een klant je belt dat je deze direct moet bedienen. Hij baalt ervan dat het vaak hollen of stilstaan is. Ook baalt hij ervan dat hij niet de garantie heeft of hij al zijn personeel over een half jaar nog wel aan het werk kan houden. Ondanks dat het tot nu toe steeds allemaal goed komt vind hij het toch vervelend om hier niet al eerder duidelijkheid over te hebben.

Hij werkt veel en maakt lange dagen en daarom wil hij niet meer verder groeien met zijn bedrijf. Hij heeft het idee dat hij het dan nog drukker gaat krijgen.

Hij vangt veel voor zijn personeel op, want klanten hebben vaak zijn mobiele nummer en bellen hem dus heel vaak persoonlijk. Hij is al 52 en heeft het idee dat hij zo niet door kan gaan want anders krijgt hij gezondheidsklachten.

Hij heeft een aantal vaste en grote opdrachtgevers waarvoor hij onderaannemer is. Hij levert veel kwaliteit en zelfs een klant die vandaag belt kan morgen nog geholpen worden.

Hier is hij ook echt trots op.

Ook neemt hij opdrachtjes voor de verhuur van kleine materialen aan van bijvoorbeeld een tientje. In het verleden is namelijk gebleken dat er uit één zo'n kleine opdracht een grote opdracht kan komen.

Naast zijn bedrijf is hij nog:

- voorzitter van de lokale ondernemersvereniging
- hij geeft les op een school
- en zo doet hij nog 2 andere vrijwilligers functies

Verder heeft hij een personeelslid dat niet bevalt. Hij hikt er tegen aan om weer het hele proces van een ontslagprocedure in gang te moeten zetten. Een afdeling P&O heeft hij niet dus het komt allemaal weer op zijn bordje terecht. (denkt hij)

Hij is al 35 jaar ondernemer dus hij heeft al aardig wat gepresteerd, daar is hij terecht trots op en zoals het een ondernemer betaamt is hij ook eigenwijs. Hij denkt dan ook dat hij zijn eigen zaken zelf wel op kan lossen en mijn hulp niet nodig heeft.

Aquisitie doet hij bijna niet. Hij is een bekende in de branche en omdat hij altijd goed werk aflevert word hij gewoon gebeld. Dat zal door veel ondernemers als een luxe gezien worden. Veel ondernemers zouden dit graag willen voor hun bedrijf.

Theo is niet bezig met de toekomst van zijn bedrijf. Hij plant niet en heeft geen zakelijke- en financiële doelen. Hij heeft er niks mee, hij vindt het niet nodig en hij heeft er al helemaal geen tijd voor.

Hij heeft een beetje in zijn hoofd wat hij om moet zetten om de jaaromzet, die hij ook in zijn hoofd heeft, te gaan halen. Hij zit heel goed boven op de financiën, want hij weet wat er binnenkomt en wat er uitgaat. Maar hij maakt hier verder geen plannen voor. Wat hij niet doorheeft is, dat dit een bepaalde mate van onrust creëert in zijn hoofd.

Hij heeft het idee dat hij helemaal geen tijd heeft voor een coachingstraject. Want dan moet hij nog harder werken en nog meer doen, want dan krijgt hij ook nog tussentijds opdrachten om aan zijn bedrijf te bouwen.

Na een gesprek van een uur ben ik erachter dat Theo:

Zijn klanten verkeerd opvoedt.

Als je dag en nacht voor je klanten klaar staat en altijd op iedere last minute vraag een oplossing biedt dan gaan de klanten ook niet ver vooruit plannen. Het is dan heel gewoon dat je altijd voor ze klaar staat als bedrijf. Veel ondernemers vinden het lastig om het adagium “de klant is koning” in het juiste perspectief te zien. Je bent geen slaaf van je klant.

Als je nooit zegt dat je vol zit, denken klanten dat je altijd plek hebt. Soms moet Theo hemel en aarde bewegen om een klant nog te kunnen bedienen. Hij is er trots op dat dit steeds weer lukt. Het geeft hem een kick. Maar zijn marge verdwijnt soms helemaal door te dure last minute inleen-kosten.

Het kan juist heel goed zijn om tegen je klant te zeggen dat je vol zit. Veel ondernemers durven dit niet omdat ze bang zijn dat de klant dan wegloopt. Het tegendeel kan ook het geval zijn. Ze gaan een keer weg en komen snel weer bij je terug omdat ze ervaren hoe slecht de service bij een ander is. Theo weet namelijk heus wel dat hij een hele goede service levert als hij dat vergelijkt met zijn naaste concurrenten. Alleen hier zwijgt hij over, want daarover klop je jezelf natuurlijk niet op de borst.

Dit zijn nou juist zaken die je wel naar buiten moet brengen, omdat dit je onderscheidt van je concurrenten.

Marges staan soms onnodig onder druk.

Theo vraagt geen extra kosten voor last minute opdrachten. Waardoor zijn marge soms voor een groot deel verdwijnt. Er wordt een groot beroep gedaan op zijn flexibiliteit om de klant toch nog ter wille te kunnen zijn op het laatste moment en hij houdt er een heel druk gevoel aan over over.

Kleine niet lucratieve opdrachten.

Hij heeft nog nooit gemeten hoeveel kleine opdrachten van een tientje werkelijk die grote opdracht oplevert. Het bedrijf is namelijk net zoveel tijd kwijt aan de klant van een tientje als aan een klant die meer komt huren. Deze huurt dan voor minimaal 150 euro tot ruim 1000 euro aan losse spullen (verhuur van materialen is niet eens zijn core-business).

Het ontslag van de niet goed functionerende werknemer.

Het werk van een ontslagprocedure kun je ook uitbesteden. Hier had Theo nog nooit aan gedacht.

Hij heeft geen goed beeld van zijn ideale klant.

Hij heeft geen ideale klantprofiel opgesteld. Iedereen die hem belt en iets van hem wil, daar werkt hij voor. Geld laat je tenslotte niet lopen. Daardoor zitten er ook wel klanten bij die weinig opleveren en waar hij weinig energie van krijgt. Doordat hij geen acquisitie voert bepaald hij niet met welke klant hij juist graag wil werken.

Hij kan meer de regie in eigen hand nemen.

Omdat hij geen acquisitie doet en iedereen die hem wil betalen als klant ziet is het vaak een u vraagt wij draaien verhaal geworden. Daardoor verliest hij de regie en loopt hij te vaak achter de feiten aan te hollen.

Hij belemmert de groei van zijn bedrijf.

Groeien wil hij niet omdat hij zelfs met 12 man personeel, nog steeds veel zelf doet. Ja natuurlijk kan hij zelf veel sneller en waarschijnlijk ook veel beter, daarvoor is hij ook de expert en de ondernemer. Nog wat meer los kunnen laten, is iets dat nodig is voor hem om door te kunnen groeien met zijn bedrijf.



Hij mag zijn klanten best opvoeden.

Doordat hij zijn klanten niet opvoedt en altijd last minute voor ze klaar staat leren ze ook niet dat ze beter al een paar maanden van te voren kunnen reserveren, want als ze bellen heeft hij toch altijd tijd en plaats. Last minute opdrachten zouden bijvoorbeeld duurder kunnen zijn omdat er meer gevraagd wordt van de flexibiliteit van het bedrijf en van Theo zelf. Daardoor weet hij ook niet of zijn personeel over een half jaar nog werk heeft en dat geeft hem vaak een onrustig gevoel. Daardoor durft hij ook niet goed, uit te breiden.

Hij moet wat meer vertrouwen op de toekomst en leren loslaten.

Als blijkt dat hij iedere keer al zijn personeel aan het werk kan houden en dat al jaren op rij lukt, zelfs in de crisis (waar zijn branche erg veel last van heeft) dan komt het werk dus wel. Gewoon minder zorgen maken is dan misschien makkelijk gezegd, maar dit valt wel te leren, ook al denkt Theo dat dit nou eenmaal de aard van het beestje is.

Hij denkt dat hij geen tijd heeft om nog meer met zijn bedrijf bezig te zijn.

Hij is bang dat als hij met mij samen gaat werken, dat hij nog meer tijd kwijt is. Dat is echter wel werken AAN zijn bedrijf en werken aan doelen die in overleg gesteld worden en die zin hebben en wat opleveren.

Voor Theo zelf en voor zijn bedrijf.

Ik denk dat er ook een stukje weerstand achter zit, dat hij denkt dat hij het zelf allemaal wel weet en dat je beter gewoon hard kunt werken IN je bedrijf (dat is hij gewend en kan hij goed) dan het werken AAN je bedrijf. Dat kost alleen maar nog meer tijd denkt hij. Hij vergeet dat het ook heel veel op gaat leveren.

Een mens doet liever de dingen die comfortabel aanvoelen. Ook al leveren deze vaak niet meer het gewenste resultaat op. Hij heeft zich tijdens dit gesprek best al aardig bloot gegeven, maar tijdens mijn coaching zal hij ook zaken aan moeten gaan pakken en veranderen. En dan komt er weerstand om de hoek kijken. Bijna niemand vindt veranderen namelijk echt leuk.

De toekomstvisie voor zijn bedrijf ontbreekt.

Hierdoor stuurt hij niet naar de toekomst. Hierdoor heeft hij ook niet die regie over zijn bedrijf die hij zou kunnen hebben. Hij heeft geen maandelijkse targets. Zijn excuus is dat er nou eenmaal zwakke maanden zijn zoals de zomermaanden. Dan kun je dus volgens hem niet per maand berekenen wat je financiële targets zijn. Als ik dan zeg dat je de maandtarget ook door 10 maanden kunt delen heeft hij daar nog niet aan gedacht.

Als hij signaleert dat hij in een bepaalde maand zijn financiële target niet gaat halen kan hij acquisitie gaan plegen. Dan is dat wellicht geen omzet meer voor die maand, maar kan hij nog wel zijn financiële jaardoel veilig stellen.

Als jij dit leest dan lijkt het alsof er heel wat aan de hand is met het bedrijf van Theo. Maar het bedrijf loopt goed, het kan alleen op veel fronten nog beter en vooral veel gemakkelijker voor Theo zelf. Na meer dan 35 jaar ondernemen heeft hij dat ook wel verdient.

Wat levert het op?

Als hij bovengenoemde zaken één voor één aan gaat pakken dan krijgt Theo:

- Meer structuur in het bedrijf.
- Meer rust voor zichzelf.
- Meer de regie in handen waardoor hij de zaken naar zijn hand kan zetten.
- Meer rust in het bedrijf.
- Theo hoeft zich geen zorgen meer te maken over zijn gezondheid in de toekomst.
- Groei van zijn bedrijf.
- Beter een vinger aan de pols.
- Meer dingen doen die hij zelf leuk vindt om te doen in zijn bedrijf.

Welke overtuigingen houden hem vast waar hij nu zit:

- Iedere klant is altijd koning.
- Als ik ga groeien krijg ik het nog drukker.
- Personeelsbeleid moet ik zelf doen.
- Iedereen die iets van je wil is je klant, want geld laat je toch niet lopen.
- Ik heb geen hulp nodig. Ik ben al 35 jaar een succesvol ondernemer.
- Ik heb helemaal geen tijd voor coaching en om structureel aan de toekomst van mijn bedrijf te bouwen.

Dan zijn er nog een aantal angsten (die hijzelf waarschijnlijk niet zo zal benoemen):

- Als ik mijn klant niet bedien gaat hij naar een ander.
- Het toegeven dat hij hulp kan gebruiken.
- Dat hij zijn personeel niet aan het werk kan houden (zonder dat hier een reden voor is).
- Geen zin in verandering.

Wil jij na het lezen van deze case ook eens samen met mij op onderzoek uit gaan naar jouw volgende “Next Level” voor jouw bedrijf, maar ook voor jou als ondernemer, klik dan op de button en vul de vragen in.

NEXT-LEVEL GESPREK

Business MakeOver case 2



Onderneemster Nina heeft weer een heel ander bedrijf. Zij is nu 6 jaar bezig. Ze heeft een jaar geleden haar eenmanszaak omgevormd tot een BV. Ze heeft nu 5 vaste personeelsleden in dienst. Een aantal daarvan werkt op haar kantoor, dat ze heeft aan huis. Er werken ook een aantal mensen vanuit hun eigen huis omdat deze veel onderweg zijn. Ze leent veel gespecialiseerd personeel in via een detachingsbureau. Haar bedrijf maakt winst en ze heeft een omzet van 600.000.

Nina vindt zelf dat er zaken beter kunnen, ze ziet van haar zelf dat ze dingen anders wil maar ze weet nog niet goed hoe. Ze vindt het ook vaak vervelend om alles maar in haar eentje te bedenken en te beslissen. Nina heeft een grote ambitie. Ze ziet een bedrijf voor zich met heel veel personeel dat allemaal met heel veel plezier naar hun werk gaan. Het is haar missie om te laten zien dat je een goedlopend bedrijf kunt hebben waar het personeel ook groeit en bloeit. Ze nam zelf contact met me op.

Na een gesprek van een uur zijn we het erover eens dat ze aan de slag gaat met:

Ideale klant profiel opstellen.

Ook bij Nina is iedereen die haar belt een klant. Daardoor heeft het kunnen gebeuren dat ze het afgelopen jaar langzaam steeds andere opdrachten kreeg, waar ze steeds minder marge op kreeg omdat ze veel personeel moest inhuren via een bureau. Dit had ze wel door, maar ze nam er geen actie op. Ze liet het maar een beetje lopen. Nu gaat ze een duidelijk klantprofiel opstellen. Voor welke klanten biedt haar bedrijf de uitgelezen oplossing. En met welke klanten wil ze graag werken en van welke klanten krijgt ze energie.

Financiën en plannen.

Ook gaat ze aan de slag met het maken van een jaarplanning. Ze gaat een financiële begroting maken, wat ze nog nooit heeft gedaan. Veel ondernemers hebben de overtuiging dat als ze hun boekhouding maar uitbesteden aan een goede boekhouder of accountant dat het financiële deel vanzelf wel loopt. Maar deze persoon staat niet aan het roer van je bedrijf en stuurt niet bij.

Overzicht krijgen in haar diensten en meer specialiseren.

Het bedrijf van Nina biedt veel verschillende diensten. Voor mij is het in het begin lastig om te zien wat nu de rode draad in haar bedrijf is. We gaan alles in kaart brengen en bekijken wat ze zelf nog leuk vindt om te doen en wat ze door moet schuiven naar haar personeel. Ook bekijken we bij welk soort klant, welke dienst het beste past.



Persoonlijke groei van de ondernemer zelf.

Met Nina zelf ga ik ook aan het werk op overtuigingen die het verwezenlijken van haar droombedrijf nu nog in de weg staan.

Als kind mocht ze niet zijn wie ze is. Iemand die graag opvalt, die graag groot is en die graag in de belangstelling staat. Iemand ook, die heel graag voor anderen klaar staat en veel te bieden heeft als persoon. Ze moest zich als kind

voortdurend kleiner voordoen dan ze zich van binnen voelde. Ze moest rustig zijn en zich “niet aanstellen”

Helaas is dit bij veel ondernemers heel diep ingebed en het is ook voor een groot deel te wijten aan onze jammerlijke Nederlandse cultuur van “Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg”. En je moet in Nederland ook vooral je kop niet te ver boven het maaiveld uit steken.

Missie en visie strategie vernieuwen.

Ze heeft een missie en visie strategie opgemaakt samen met een extern adviseur. Maar die past helemaal niet bij wie ze echt als mens is. Je bent als ondernemer niet 2 personen.

Ik ga met haar op zoek naar haar eigen missie en visie in dit leven en we gaan deze dan toepassen op haar bedrijf. Zodat haar kernwaarden in dit leven ook in haar bedrijf tot uiting gaan komen. Toekomstig nieuw personeel moet zich in deze kernwaarden herkennen en dit uit kunnen stralen in en buiten het bedrijf.

Personeelsbeleid aanscherpen.

Ze moet afscheid gaan nemen van een personeelslid omdat deze zich geen professionele werkhouding aanmeet. Hij maakt niet waar, waarvoor hij is aangenomen en hij remt nu zelfs Nina's ambities.

Hierover met me kunnen klankborden geeft haar rust en de zekerheid dat haar gevoel klopt en dat ze de juiste keuzes gaat maken.

Website en offerte traject verbeteren

Nina heeft een standaard offerte sjabloon. Ze heeft net een klanttevredenheidsonderzoek gedaan, maar over de bijzonder positieve resultaten staat niets vermeld in haar offertesjabloon. Ook is ze van plan om enkele opgenomen klant reacties op video, op de site te plaatsen. Heel goed natuurlijk, maar die link hoort dan ook weer in het offertesjabloon.

Nina weet dat ze niet de goedkoopste is met haar bedrijf. Daarom raad ik haar aan om helder te krijgen wat de bezwaren kunnen zijn van prospects, om haar offerte af te wijzen. Hierop moet ze anticiperen in haar offerte. Een onderbouwing voor de hogere prijs raad ik haar ook aan.

En zo kan ik nog veel meer Business MakeOver cases met je delen. Kijk hiervoor op mijn website bij de [klantreacties](#).

Misschien denk je waarom moet ik eigenlijk groeien met mijn bedrijf?

Om het goede personeel in jouw toko te behouden is groei van je bedrijf noodzakelijk, de goede mensen moeten mee kunnen groeien met het bedrijf anders gaan ze naar een andere uitdaging op zoek.

Dus...

Als je doet wat je altijd gedaan hebt krijg je ook wat je altijd gekregen hebt. Daardoor wordt het op een gegeven moment moeilijk om een volgend niveau met je bedrijf te bereiken. Het heeft je gebracht tot waar je nu bent. Er is een andere mindset, er zijn andere skills en andere vaardigheden voor nodig om door te groeien naar een volgend niveau. Het probleem is dat je dat van jezelf vaak lastig kunt zien. Je ziet je eigen blinde vlekken niet. Daarvoor is een onafhankelijk en ervaren expert nodig.

Met deze expert ga je verder bouwen aan je bedrijf en aan de toekomst van je bedrijf. Dat zou iedere ondernemer als muziek in de oren moeten klinken, maar het wordt toch vaak weggezet als management geneuzel en doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg. Of..... en je hebt hem al gehoord, daar heb ik toch geen tijd voor.

Theo laat zien dat hij daarmee heel ver is gekomen en toch na een gesprek van een uur zie ik zoveel verbeterpunten voor hemzelf en voor zijn bedrijf. En raar is dat niet.

Hoe ging dat bij mezelf?

Met mijn vorige bedrijf organiseerde ik sportieve bedrijfsuitjes en incentives met outdoor en survival activiteiten in meerdere landen. Met eigen middelen heb ik mijn bedrijf steeds verder door laten groeien. Op het laatst had ik in piekperiodes 25–30 man voor me werken. Het bedrijf maakte winst en toch was ik niet tevreden over de winst, ik wilde meer.

En daar liep ik tegen een plafond aan (wat ik zelf overigens totaal niet door had). De omzet/winst bleef al 3 jaar gelijk en wat ik ook probeerde het bedrijf groeide niet meer.

Ik besloot om een cursus te gaan volgen. Ondernemen was me namelijk niet al met de paplepel ingegoten. Ik was de enige in de hele familie die een bedrijf startte. Ik had dus weinig voorbeelden en moest alles zelf uitvinden. Ik besloot dus niet om wéér in mijn bedrijf of personeel te investeren, wat ik voorheen altijd deed. NEE, dit keer besloot ik om in MEZELF te gaan investeren.

Mijn oogkleppen vielen af. Allerlei zaken waarvan ik al lang gehoord en gelezen had passeerden de revue. Maar ik paste ze niet toe, omdat ik er geen zin in had en ook omdat ik dacht dat het me teveel tijd zou kosten. En als ik heel eerlijk tegen mezelf was, ik wist ook niet precies hoe ik het aan moest pakken en waar ik het beste als eerste kon beginnen, dus daarom deed ik maar niks en ging ik gewoon op de oude voet verder.

Ik stak mijn kop in het zand. Ik maakte mezelf wijs dat het voor mijn bedrijf toch niet nodig was. Het was alleen voor grote organisaties van belang. Ik had alles wel onder controle. En laten we eerlijk zijn er waren altijd wel 101 en 1 andere zaken die om mijn aandacht vroegen.
Herkenbaar?



Zoals ik al zei mijn oogkleppen vielen af. Ik ging steeds meer trainingen volgen en ik kwam steeds meer zaken tegen die ik anders aan kon pakken. Ik merkte hoe belangrijk mijn mindset was als ondernemer en hoe je daarmee slaagt of blijft ploeteren. Ik nam een businesscoach die me op mijn blinde vlekken wees.

Er vielen nog meer oogkleppen af. Na een jaar was ik zover dat ik de keuze durfde te maken om mijn bedrijf te verkopen. Ik had er al vaker over nagedacht en het ook al eens voorzichtig geprobeerd (wat natuurlijk niet lukte omdat het geen overtuigende actie was). Ik wilde al zeker 10 jaar wat anders, maar ik had de overtuiging dat ik niets anders kon dan de sport. Mijn hele leven draaide om sport. Ik ben topsporter geweest en heb een opleiding voor sportleraar gedaan.

In 2012 heb het bedrijf succesvol verkocht en ben ik me nog meer gaan omscholen. Ik heb trainingen over de hele wereld gevolgd en heb enorm veel extra kennis opgedaan. Met mijn 25 jaar ervaring als ondernemer en al die extra kennis die ik heb opgedaan ben ik nu heel goed in staat om in korte tijd te signaleren waar ondernemers en hun bedrijven een grote stap vooruit kunnen zetten.



**De Blauwdruk
voor een
Business MakeOver
in 7 simpele stappen
naar succes**

Ik werk volgens mijn eigen methode die ik heb ontwikkeld.

De Blauwdruk voor een Business MakeOver: in 7 simpele stappen naar succes.

In deze methode komen de volgende thema's in willekeurige volgorde aan bod:

- 1 Mindset
- 2 Plannen
- 3 Branding
- 4 Slimme businessstools
- 5 Team
- 6 Groeikracht
- 7 Verantwoording



Afhankelijk van waar de ondernemer zich nu bevindt als persoon en met zijn/haar bedrijf wordt er met diverse thema's uit deze methode gewerkt.

Wat denk je, kan ik jou ook vooruit helpen?

Kan ik jou ook helpen met:

- de groei van je bedrijf naar een volgend niveau.
- structuren in je bedrijf onder de loep nemen en vergemakkelijken of versnellen.
- jou helpen om te laten zien waar je eigen blinde vlekken en blokkades zitten, zodat je acties zomaar ineens meer resultaat gaan opleveren.
- met jou klankborden, zodat je eindelijk eens jouw ideeën met een betrouwbaar en deskundig persoon kunt ventileren.

- meer rust, tijd en balans tussen werk en privé voor jezelf vinden.
- het dilemma tussen manager en ondernemer zijn.
- en zo weet je er zelf ook vast nog wel een paar op te noemen.

Ik bied iedere maand 5 gratis “1-op-1 Next Level” gesprekken aan. Het gesprek duurt ongeveer een half uur en vindt plaats via de telefoon, via skype of bij mij op kantoor. Het is bedoeld om te inventariseren waarmee jij een doorbraak kunt maken naar een volgend niveau als persoon en met je bedrijf. En welke actie jij vervolgens kunt ondernemen en of ik je daarbij kan helpen. Het is dus geen gratis coachgesprek.

Wil jij samen met mij op onderzoek uit gaan naar jouw volgende “Next Level” klik dan op de link en vul de vragen in.

NEXT-LEVEL GESPREK

Waarom iedere ondernemer een businesscoach nodig heeft.

Donald Trump, één van de meest spraakmakende ondernemers uit Amerika heeft meerdere adviseurs en mentoren. Zijn rechterhand George Ross, van wie ik de eer had om hem te mogen interviewen, legt uit waarom je altijd een coach nodig hebt als ondernemer. [Bekijk de video](#)



“Een klankbord, mentor of coach zou voor iedere ondernemer zeer waardevol kunnen zijn, ongeacht de ontwikkelingsfase waarin jij en je bedrijf zich bevinden”

Jacqueline Zuidweg

Zakenvrouw van het jaar en schrijver van het boek:

“Vallen, opstaan en weer doorgaan, over ondernemers in uitdagende tijden”.

Een coach, stelt vragen en haalt de antwoorden uit jou naar boven.

Een leraar, leert je nieuwe technieken en zaken.

Een mentor, geeft je advies en is een klankbord.

Tineke Rensen switcht met gemak tussen deze 3 rollen en samen met het door haarzelf ontwikkelde model “Blauwdruk voor een Business MakeOver” is zij de uitgelezen persoon om eens mee in gesprek te gaan.

Je kunt je hier aanmelden voor een gratis “1-op-1 Next Level gesprek”. Het invullen van de vragenlijst zou je niet meer dan 10 minuten moeten kosten.

NEXT-LEVEL GESPREK

Iedere maand geef ik 5 ondernemers de gelegenheid om met me in gesprek te gaan. Wie weet tot snel.

Op jouw succes,

Groet,
Tineke Rensen



www.power-events.eu