

Start vanuit je Hart

Voor startende ondernemers die hun
ideaal willen verwezenlijken (en dus een
boel klanten willen)

Patrick Roozmond

Inleiding:

GA NIET SLEUREN

*'Heb je wel eens gras sneller zien groeien
doordat je er iedere dag aan trok?'*

Verkopen is hulp bieden

Je eigen bedrijf valt of staat bij de gratie van genoeg klanten. Verkopen dus. Verkopen betekent niet dat je met je product moet gaan leuren en sleuren. Het betekent niet dat je mensen moet gaan overtuigen om een opdracht binnen te halen. Dat denken we vaak wel. We krijgen de kriebels van het woord verkoop omdat we meteen allerlei beelden hebben over verkoop. We denken aan glatte autodealers en mensen die ons tijdens het avondeten opbellen met de vraag of we wel tevreden zijn met onze pensioenvoorziening. Dat is geen verkoop, dat is pushen.

Wel is het vaak zo dat we eigenlijk geen zin hebben in verkopen. We willen het liefst dat de klanten zo naar onze deur komen wandelen. We willen ons ambacht uitvoeren en willen klanten dienen met ons product en hebben geen zin om tijd en aandacht te besteden aan verkoop.

Antoinette is gek van mozaïek en begint Stuuc en Moos. Ze wil badkamers decoreren met mozaïekvakmanschap waarbij haar grote inspiratiebron Gaudi is. Ze wil graag met haar klanten praten over wat ze mooi vinden, zich inleven in de badkamer, met een ontwerp komen en het vervolgens uitvoeren. Ze is haar bedrijf gestart om badkamers te versieren met prachtige passende kunstzinnige mozaïek, niet om klanten hiervoor te werven. Ze heeft nog geen klanten en voelt zich enigszins onzeker. 'Hoe kom ik nou aan klanten?'

Dit is de hamvraag voor de meeste startende zelfstandigen: Hoe kom ik aan klanten? We weten dat we ergens goed in zijn, we weten dat we iets moois te bieden hebben. En toch, als we onszelf en onze producten aan moeten bieden, voelen we ons onzeker en gaan we twijfelen. Mensen in onze omgeving gaan ons ook allerlei

adviezen geven. 'Weet je wat jij moet doen, ...' En dan komt er vaak een advies waar we helemaal geen zin in hebben of waar we ons niet goed bij voelen.

Als we met verkopen bezig gaan, lopen we vaak leeg. We zien er als een berg tegenop en gaan ons vaak anders voor doen dan we zijn, waardoor we nog vermoediger en hopelozener raken dan we al waren. Of we vinden dat we niet zelfverzekerd genoeg zijn en gaan ons vervolgens oppompen tot een karikatuur van onszelf. We gaan allerlei trucjes uithalen die niet bij ons passen. We gaan onszelf op de borst kloppen en aanprijzen als de juiste keuze, waardoor klanten zich geforceerd voelen en niets kopen. Nog meer vermoeidheid en wanhoop.

Dit boek is bedoeld om van verkopen een natuurlijke activiteit te maken. Iets dat je gewoon doet omdat je doet wat je te doen hebt. Omdat je het je klanten gunt. Omdat je eerst wilt dienen, dan verdienen. Omdat je relaties wilt aangaan om mensen daadwerkelijk te helpen met hun probleem of verlangens.

Dit betekent niet dat verkopen opeens makkelijk wordt. Verkopen blijft spannend omdat er altijd een kans is dat je keihard wordt afgewezen. Vaak worden we geconfronteerd met onze angsten. 'Ik ben niet goed genoeg.' 'Ik kan het niet.' 'Het wordt nooit wat met mij en mijn bedrijf.' Hieronder zitten existentiële angsten. Angst om je alleen te voelen. Angst om niets voor te stellen. Zeker als je iets aanbiedt dat echt vanuit je hart komt, vanuit je eigenheid komt, komt de angst om afgewezen te worden vaak dominant naar boven drijven.

Deze angsten zijn juist het mooie van verkopen. Verkopen biedt een mogelijkheid om hiermee om te leren gaan. Heb geen illusie: die angsten gaan niet weg. Wel kan je met ze om leren gaan, waardoor ze je niet meer lamleggen. Je kan leren om je niet te laten leiden door je angsten. Van verkopen word je een mooier mens. Niet omdat je meer klanten krijgt. Niet omdat je jezelf over je angsten heen leert zetten. Maar omdat je leert werken IN je angst. Niet omdat je jezelf beter voordoet dan je bent, maar omdat je je voordoet zoals je bent. Welkom, dus.

Dit wordt een uitgebreid verhaal. Uitgebreid omdat de inzichten, aanwijzingen en opdrachten belangrijk zijn om tot jouw eigen manier van ondernemerschap te komen. Dat gaat niet vanzelf, daar moet je veel voor doen. Zoals mijn leraar ooit zei: 'Om te zijn, daar moet je veel voor doen.' Om vanuit eigenheid te ondernemen, daar moet je veel voor afleren. Het blijkt enorm moeilijk om gewoon op je eigenheid te vertrouwen.

Verkopen is hulp bieden

Verkopen is hulp bieden. Dit in tegenstelling tot netwerken: dat is om hulp vragen. Je komt dus je hulp bieden. Jouw klanten zitten ergens mee en daar heb jij een oplossing voor. Zo simpel is het. Dit is heerlijk eenvoudig en waar: verkopen = hulp bieden.

Dat betekent dat als je niet je product ten volle aanbiedt, je eigenlijk je hulp onthoudt. Je onthoudt dus aan een ander iets dat hij of zij enorm nodig heeft. Dat is nu wat we een zonde kunnen noemen.

Mathilde is loopbaanadviseur en zij begint Motilans. Ze kwam erachter dat mensen met een uitkering die erg lang werkzoekend zijn, niet echt geholpen worden met standaardgesprekken en sollicitatietrainingen. Uit haar ervaring bleek dat sommige van die mensen door beweging en dans meer zelfvertrouwen krijgen, waardoor sollicitatiegesprekken ook meer opleveren. Mathilde heeft dus specifieke trainingen ontwikkeld voor langdurig werkzoekenden. Maar ja, wie zit hier op te wachten? Ze komt in eerste instantie alleen maar weerstand tegen 'Ach, we hebben bij de gemeente al zoveel alternatieve trainingen gehad.'

Stoppen zou doodzonde zijn, want Mathilde heeft veel langdurig werkzoekenden echt iets te bieden. Ze heeft iets ontwikkeld dat ook interessant is voor gemeenten, omdat langdurig werkzoekenden sneller uit de uitkering komen door haar trainingen. Een aanbod hebben we allemaal. Jij hebt iets te bieden waar behoefte aan is, anders was je niet zover gekomen of kan je beter nu gelijk stoppen. Je weet dat het mensen zal helpen. Jij komt hulp bieden.

Hoe zorg je er nu voor dat deze hulp ook aangenomen wordt? Oftewel: Hoe kom je aan klanten? Daar gaat dit boek over. Dit boek is verdeeld in vijf stappen en begint met je innerlijke voorbereiding. In Stap 1 besteed ik hier veel aandacht aan, omdat kennis van je eigenheid, zoals je talent en je roeping, de grondtoon is van je ondernemerschap. Daarnaast is het belangrijk om je eigen behoeften serieus te nemen en te beginnen om iets van het oude los te laten en daarmee ruimte te maken voor het nieuwe. In deze voorbereidende fase definieer je ook de klant die bij jou hoort en je hieruit volgende product. De innerlijke Stap 1 eindigt met het uiterlijke begin: jouw doel.

Nadat je de basisvoorwaarden voor elkaar hebt, ga je jouw eerste uiterlijke stappen maken in Stap 2. Je gaat spelen, aanmodderen. Een belangrijke tijd, waarbij je saboteurs meteen om de hoek komen kijken om mee te oefenen. Door met je eerste

proefklanten te werken leer je de kunst van het verleiden, waarbij je altijd het probleem of verlangen van de klant voorop stelt. In deze fase ga je ook aan de slag met het om hulp vragen aan je netwerk en met het definiëren van jouw promotionele gift. Een gift is een ultiem, bezielend ondernemersinstrument: je geeft iets vanuit eigenheid waardoor klanten jouw geur ruiken en naar je toe komen.

In Stap 3 ga je nog een stapje verder de uiterlijke wereld in en bepaal je jouw eigen verkoopstrategie. Welke verkoopstrategie past bij mij en mijn product? Je krijgt aanwijzingen voor het maken van je huisstijl, je brochure, je website en je teksten en vormgeving.

Je gaat nu volop aan de slag met je onderneming en daarin kom je van alles tegen. Om hiermee om te gaan, geef ik je in Stap 4 allerlei aanwijzingen voor onderweg naar je doel. Dit zijn tips om jouw boot op koers te laten varen en je niet gek te laten maken door allerlei emoties of zakelijke etiquettes. Stap 5 is de laatste stap en gaat over de kunst van het afronden.

Dit zijn de vijf opeenvolgende stappen die we ook bij de ondernemerscoaching volgen. Nu aan de slag met Stap 1: je innerlijke voorbereiding.

Stap 1:

JE INNERLIJKE VOORBEREIDING

1.1 Talent en roeping: Wees eigenaardig

*Your time is limited,
so don't let it be wasted living someone else's life.'*
Steve Jobs

Eigen aard is goud waard. Je klanten komen af op een authentiek mens, op iemand die zichzelf is en gelooft in wat hij of zij aanbiedt. Je hebt als zelfstandige professional een vonk in je waar andere mensen echt iets aan hebben. Die vonk, jouw eigenaardigheid, maakt dat anderen op jou af komen.

Jij maakt zelf het gat in de markt. Veel professionele dienstverleners zijn naarstig op zoek naar het gat in de markt. Dan leg je de referentie buiten jezelf en heb je niet in de gaten dat mensen op jouw aantrekkelijkheid afkomen. Klanten komen op jouw enthousiasme af. Jouw vonk. Doordat jij weet dat je jouw klanten een grote dienst kan bewijzen, komen klanten op je af. Kan je je voorstellen dat jij zelf een plek in de markt creëert voor jouw bedrijf? Je maakt zelf het gat in de markt doordat je toegewijd bent aan je missie en daar trouw aan wilt blijven. Wat er ook gebeurt.

Dit betekent overigens niet dat je geen rekening hoeft te houden met de klant. Juist wel, je bent eigenaardig én je past je aan. (Daar komen we in de paragraaf over verleidingskunst op terug.) Doordat je weet waar jij voor staat, kun je je gemakkelijk aanpassen aan allerlei klanten. Je kunt jezelf vergelijken met een bamboeplant die enorm stevig in de grond staat en tegelijkertijd met alle winden mee kan waaien. Je kunt dus met alle soorten klanten meebewegen, omdat je zelf zo stevig in de grond staat. Je durft bijzonder en eigenaardig te zijn, waardoor je je gemakkelijk kan aanpassen.

Eigenaardigheid bestaat uit twee componenten: allereerst je talent en kwaliteiten en ten tweede je roeping of je missie. Je talent is wat je van nature hebt en waar je heel goed in bent. Je missie is datgene waar jij warm van wordt, waar jij je toe geroepen voelt. Beide hebben een enorme aantrekkingskracht op je klanten en zijn erg belangrijk voor je verkoop. We beginnen met je talent en kwaliteiten.

Je talent en kwaliteiten

'Word de ene gave die je bent.'

Jan de Dreu

Laat ik met mijn eigen voorbeeld beginnen. Mijn talent is aanmoedigen. Ik heb een natuurlijke drang om mensen aan te sporen tot een nieuwe stap en ze daarin te helpen met aanwijzingen om er trouw aan te blijven. Ideeetjes komen bij mij aanwaaien als bladeren van een eik op een stormachtige herfst dag. Ik krijg allerlei ideeën als mensen met iets zitten. Het kan bij mij altijd anders én helemaal op jouw eigen manier.

Dit maakt mij dus aantrekkelijk, want ik weet dat ik als ondernemerscoach mensen kan helpen met mijn aanmoediger. Ik krijg klanten die aanvoelen dat ze mijn aanmoediger nodig hebben om tot een bloeiend bedrijf te komen. Deze mensen zouden zelf snel verstrikt raken in hun eigen worsteling en door de bomen het bos niet meer zien.

Dit is helemaal niet iets om arrogant over te doen. Dat heb ik gewoon. We hebben dat allemaal. Iedereen heeft een uniek talent dat bedoeld is om anderen te helpen. Het is belangrijk om dit te benoemen voor jezelf opdat je het bewust kan gaan inzetten. Doordat je bewust bent van je eigen talent, versterk je de werking ervan en komen er meer mensen op je af. Het is alsof je de dop van je eigen honingpot afdraait waardoor meer mensen op de geur van jouw specifieke honing afkomen.

Roelienke is met een kleurenadviesburo begonnen. Haar eerste product is het organiseren van kleurenworkshops waarbij haar klanten zelf aan de slag gaan om hun eigen kleuren te ontdekken. Vooral de mensen die enigszins onzeker zijn over de kleuren die bij hen passen, kan Roelienke goed helpen. 'Dit is jouw kleur' kan zij zo helder zeggen dat er voor deze mensen een last van hun schouders valt. Roelienke is een geboren overtuigster.

Een aantal aanwijzingen over je talent

- Je heb er maar één. Je bent uniek in één natuurtalent. Je hebt één uniek talent dat niet door een opleiding is te verkrijgen. Daarnaast heb je nog veel kwaliteiten en vaardigheden. Roelienke is een geboren overtuigster met daarbij veel kwaliteiten zoals inlevend, makkelijk contacten leggend, en heel efficiënt.
- Je talent is bedoeld voor anderen. Een ander woord voor talent is gave. Je gave is om te geven. Je hebt iets unieks wat anderen nodig hebben. Met haar overtuigster helpt Roelienke mensen die onzeker zijn. Ineens zien haar klanten het ook zelf.
- Je doet het moeiteloos. Als vanzelf. Je kunt het niet laten. Het kan zo gewoon zijn dat je zelf de waarde ervan moeilijk ziet. Het is onderdeel van je natuur. Roelienke overtuigt. Punt. Dat doet ze ook met vriendinnen, de buurman en collega's.
- Het is vaak beangstigend en spannend om in je talent te gaan staan. Je ziet per definitie dingen die anderen niet zien waardoor je jezelf eenzaam in je talent kan voelen.

Opdracht: Benoem je talent

Mijn mentor Jan de Dreu is een meester in het mensen laten benoemen van hun talent. Hij heeft hiervoor een oefening ontwikkeld die hij beschrijft in zijn boek LEEF, 8 opwekkende aanwijzingen. Het is een simpele oefening, maar vraagt enige innerlijke voorbereiding. Het kan je bijvoorbeeld helpen door eerst een lange wandeling te maken voordat je met deze oefening begint. De oefening gaat als volgt.

Wees stil. Voel het contact van je voeten met de grond en luister naar je adem. Verzamel informatie over jezelf middels vragen zoals: Wat deed ik graag als kind? Waar gaat als vanzelf mijn aandacht naar uit wanneer ik bijvoorbeeld de krant lees? Wat ergert mij steeds opnieuw? Vervolgens maak je de zin af: 'ik ben een geboren' en neem je serieus wat als eerste in je opkomt.

Durf eigenaardig te zijn

Je talent is een levenslange studie. Een studie die belangrijk is omwille van jouw klanten. Doordat je de werking van je talent dieper gaat leren kennen, worden jouw klanten beter geholpen, waardoor je steeds aantrekkelijker wordt. Een mooi vooruitzicht, niet? Dit betekent dat je hier steeds eigenaardiger in mag worden. Je mag je talent steeds meer voorop zetten.

Marianne is begonnen met het geven van trainingen. Ze is een geboren 'moeder'. Zij geeft trainingen die steeds eigenaardiger worden. Kom maar bij moeder Marianne, daar is alles goed. Ze daagt mensen steeds meer uit, omdat ze weet dat ze met haar talent een veiligheid biedt waarin mensen het aandurven om zichzelf aan te kijken. Het is veilig.

Om eigenaardig te zijn hoef je niets anders te doen dan dieper op je talent te vertrouwen. Je hoeft niet opeens rare dingen te gaan doen, maar alleen maar dat wat je als vanzelf doet, bewust te gaan doen voor je klanten. Dan wordt het geen spelletje van 'kijk mij eens eigenaardig zijn', maar je maakt een authentiek onderscheid waar je klanten wat aan hebben.

Je kwaliteiten en vaardigheden benoemen

Om je talent heen hangen allerlei kwaliteiten. Ieder mens heeft allerlei kwaliteiten in zich zoals zorgvuldigheid, openheid, een neus voor schoonheid, gevoeligheid, strakheid, helderheid, moederlijke omarming. Ook deze kwaliteiten kun je bewust inzetten naar je klanten toe.

Daarnaast hebben we ook nog vaardigheden. Vaak vergeet je als ondernemer wat je heel goed kan of waar je een opleiding in hebt genoten, zoals computerkennis, schrijfkennis, spreekvaardigheden, ambachtelijke vaardigheden, terwijl je dat juist goed kan gebruiken bij het opzetten van je bedrijf.

Opdracht: Benoem je kwaliteiten en je vaardigheden

Je missie

'Any life career that you choose in following your bliss, should be chosen with the sense that nobody can frighten me off from this thing.'

Joseph Campbell

Het tweede onderdeel van je eigenheid is je missie, oftewel waar jij je toe geroepen voelt. Mijn eigen voorbeeld: ik voel mij geroepen om mensen te helpen die vanuit hun hart iets op willen zetten. 'Start vanuit je Hart'. Ik wil het er bij mensen wel inrammen: begin nu bij jezelf, bij het vlammeke dat in jou brandt, waar jij je toe aangetrokken voelt. Of je nu boodschappen gaat doen, met je kinderen speelt of een bedrijf opzet, begin bij je hart.

Hier gaat het eigenlijk over: je vakidiotie. Je bent ergens heel enthousiast over en daar mag je nog gekker in worden. Mathilde, de loopbaanadviseur die langdurig werkzoekenden in beweging wil brengen, mag bijvoorbeeld al haar aandacht geven aan bewegen. Eigenlijk wil zij van de daken schreeuwen: 'Je helpt langdurig werkzoekenden niet naar een baan door nog meer gesprekken! Laat mij met hen bewegen en zingen waardoor ze zelfvertrouwen krijgen en zelf naar een baan gaan zoeken.'

Je missie serieus nemen is vaak niet makkelijk, want niemand zit er op te wachten. Niemand zit er op te wachten dat Mathilde met bewegingstrainingen gaat beginnen in de loopbaanadvisering. Het is ook veel makkelijker om jezelf aan te passen door gewóón te doen. Mathilde zou gewoon kunnen blijven solliciteren als een loopbaanadviseur die goede gesprekken kan voeren.

Dat wat ons roept en ons zo enthousiast maakt, maakt nu juist het verschil. Daar moeten we trouw aan blijven en dat moeten we juist voorop durven te zetten, want uiteindelijk maakt dat ons woest aantrekkelijk.

Tijdens het opzetten van mijn bedrijfje voor biologische chips in 2001 kwam ik in contact met de inkoper van de Hanos, een groothandel in voedingswaren. Hij gaf me een rondleiding en liet me zijn collectie 'eetbare bloemen' zien. Die kwam van een kruidenteler uit België die alles wist van kruiden en bloemen. Deze Belgische kruidenteler was een kruidenfreak die alleen met echt geïnteresseerde koks over kruiden en bloemen wilde praten. Een beetje kok kwam niet eens bij die man binnen. Maar de productkennis en de kwaliteit van zijn producten waren bij deze man zo enorm dat hij nooit hoefde te verkopen. Zijn naam ging van kok tot kok.

We denken vaak dat we allerlei verkooptrainingen moeten gaan doen, bijvoorbeeld gesprekstechnieken leren, om in contact te komen met klanten. Dat kan je gaan doen, maar ik zou beginnen om je roeping serieus te nemen.

De andere kant van je missie is het kruis dat je draagt. Mijn vriend Kees heeft zijn missie als volgt benoemd: 'Van het bedrijfsleven een inspirerende plek maken'. Dat is echt zijn werkmotto en leidraad geworden. Het kruis voor Kees is dat hij steeds maar ziet dat het bedrijfsleven geen inspirerende plek is. Dat kan hem ook steeds onderuit halen. 'Waar ben ik toch aan begonnen?' Zo kan hij zich verscheurd voelen tussen hoe het nu is in een bedrijf en hoe hij het in zijn visie ziet. Deze afstand is er dus per definitie, anders zou er voor Kees geen werk aan de winkel zijn. Het is een hele opgave om deze afstand te verdragen.

Je missie maakt je NU een expert

Ik ben een expert in het starten van een bedrijf vanuit je hart. Als mensen als zelfstandige professionals iets voor zichzelf willen beginnen, kan ik daarbij helpen. Mijn werkwijze is die vanuit het hart, daar ben ik een expert in.

Dit betekent niet dat je er al goed in bent, maar dat je er de godganse dag mee bezig bent. Je hoeft er niet goed in te zijn om er een expert in te zijn, maar je moet je er helemaal aan wijden. Antoinette denkt de hele tijd aan het op Gaudiaanse wijze decoreren van badkamers. Ze is een tegelzetcursus voor gevorderden begonnen en heeft een aantal vriendinnen bereid gevonden om hun badkamer te laten restylen. Overal waar ze komt vertelt ze over mozaïek in de badkamer. Haar oprechte, continue focus hierop maakt Antoinette tot een expert.

Voor veel starters is dit een probleem. Zij denken eigenlijk dat zij nog veel moeten leren voordat hun een plaats op de markt toekomt. Maar het is juist hun gedrevenheid, hun enthousiasme, hun liefde voor hun missie die hen voor klanten nu juist interessant maakt. Dit in tegenstelling tot veel andere mensen op de markt die hun ambacht zonder roepingsgevoel uitoefenen. Ze zijn er goed in en doen hun ding, maar er zit geen toewijding in. Die toewijding maakt nu juist dat mensen graag met bijvoorbeeld Antoinette in zee willen. De grote kunst is om zelf te zien dat je nu al iets prachtigs hebt, iets dat nu al waarde heeft voor jouw klanten.

Waar ben jij expert in?

Dit gaat over uniekheid. Vaak merk ik dat mensen denken dat ze uniek moeten worden. Ze moeten zich onderscheiden en denken dat ze daar iets onderscheidends voor moeten gaan doen. Je hoeft niets anders te doen dan het onderscheidende te zien van jezelf en dat te benadrukken. Je hoeft dus niets bij te leren om anders te worden om een betere verkoper te worden. Je hoeft daarvoor geen enkele vaardigheid te leren, maar juist leren vertrouwen op het talent en de missie die je nu bent. Je hoeft je niet te onderscheiden van anderen, want je bent al onderscheidend. Je eigen uniekheid zien en vertrouwen, daar gaat het om.

Waar weet jij veel van af? Wat heb je voor informatie die je klanten niet hebben? Expert zijn gaat vaak over informatie. Ik weet alles van de ins en outs van het starten van een bedrijf. Gewoon omdat ik het zelf al meerdere malen gedaan heb en omdat ik er enorm mee bezig ben.

Je manifest: Wat wil je van de daken schreeuwen?

Het manifest geeft antwoord op de vraag 'Waarom zit de wereld te wachten op jouw onderneming?' Je geeft daarin weer wat je van de daken wilt schreeuwen, waar jij warm van wordt. In dit manifest komt dus je roeping en je expertstatus tot uiting. Twee voorbeelden.

Mathilde's manifest ging over dat het tijd wordt voor beweging. De loopbaancoaching is vaak mentaal gericht, waardoor een grote groep mensen buiten de boot valt. Het is tijd om met deze mensen hun expressie te gaan oefenen waardoor ze meer zelfvertrouwen krijgen.

Het manifest van Eisse, meubelmaker, ging over hout, hout en hout. Hij is een houtfreak en wil van de daken schreeuwen dat hout wonderschoon is. 'Als je gelukkig wilt worden, koop een ambachtelijke, houten kast en voel met je handen de schoonheid.'

De vorm van je manifest kun je uiteraard zelf bepalen. Gerjanne gebruikte voor het manifest van haar reclamebureau voornamelijk steekwoorden. Je kunt ook een collage maken. Of tien geboden. Of een paar zinnen. Hoe je het ook doet, doe het op jouw eigen manier.

Opdracht: Maak je manifest waarin je jouw missie helder verwoordt. Zorg dat je dit vrijuit schrijft, want het mag een enigszins utopische ondertoon hebben! Je startmanifest is er alleen voor jezelf, dus voel je vrij om je te laten gaan.

Niet te snel naar buiten

Als we een eigen bedrijf beginnen, willen we dat graag laten weten aan onze omgeving. 'Ik begin voor mezelf!' Voor je het weet, gaan mensen je allerlei vragen stellen waar je zelf het antwoord nog niet op hebt. Of ze gaan je ongewild advies geven 'Weet je wat jij moet doen, ...' Iedereen gaat zich ermee bemoeien en heeft een mening klaar. En als sommigen zeggen dat je eigen bedrijf een slecht idee is, omdat de tijd er nog niet rijp voor is, ga je het wellicht nog geloven ook.

Het begin van je onderneming is een kwetsbare fase. Je idee is als een knop van een plant in de lente. Die moet je beschermen voor mogelijke vorst. Je moet niet te snel naar buiten met je plan of idee, maar eerst zelf je idee koesteren en in jezelf laten bloeien. Misschien spreek je er met een goede vriend over. Rustig aan. Eerst zelf je haalbaarheid onderzoeken door je innerlijk voor te bereiden en wat rond te snuffelen in de markt.

Inhoud

INLEIDING: GA NIET SLEUREN	9
Verkopen is hulp bieden	9
STAP 1: JE INNERLIJKE VOORBEREIDING	17
1.1 Talent en roeping: Wees eigenaardig.	17
1.2 Je behoeften: Je bent meer dan je verkoop	24
1.3 Je offer: Voordat je start, laat je iets los	29
1.4 Je commissaris: Je hebt een baas nodig	31
1.5 Je klant: Er is maar één inspiratiebron	33
1.6 Product en prijs: Je klant heeft helderheid nodig	39
1.7 Visualisatie: Verkoop begint bij het einde	45
1.8 Samenvatting van opdrachten	51
STAP 2: DE EERSTE UITERLIJKE STAPPEN	55
2.1 Onderzoek: Serieus aanmodderen	56
2.2 Je tegenkrachten: Omhels je saboteur	61
2.3 Verleidingskunst: Eerst de relatie	66
2.4 Netwerken: Hulp vragen	70
2.5 Je gift: Wat geef je weg?	78
2.6 Stagnatie: Broedplaats voor een kans	86
2.7 Begroting: Kloppende cijfers	89
2.8 Samenvatting opdrachten 'de eerste stappen'	93
STAP 3: DE VERKOOPSTRATEGIE	97
3.1 Je verkoopstrategie: Acht manieren om te werven	97
3.2 Je visitekaartjes en huisstijl: Niet te snel	108
3.3 Een brochure: Heb je die nodig?	109
3.4 Een website: Hoe bouw je die in dertig dagen?	110
3.5 Teksten: Schrijf zelf en vraag hulp	116
3.6 Vormgeving: Besteed het uit	119

STAP 4: AANWIJZINGEN OM JE DOEL TE HALEN	123
4.1 Wed alles op één paard	123
4.2 Planning: Wat is wijsheid?	126
4.3 Geloof je erin?	131
4.4 Hoe overtuig ik iemand?	133
4.5 Jouw doel heeft tijd nodig	134
4.6 Doorgaan tot een Ja of een Nee	136
4.7 Zorg voor je energiepeil.	137
4.8 Onafhankelijk van het resultaat	140
4.9 O ja, de administratie	142
4.10 Toch een baan erbij?	144
4.11 Zelfrelativering helpt	145
4.12 Wees eigenaardig	146
STAP 5: AFRONDING. DOEL GEHAALD?	151
Meer weten?	157