



deStartersAcademie

module 3 | Doelen stellen en globale planning

Oscar Bulthuis



De E-books van De Starters Academie heb ik met veel plezier en toewijding voor jou geschreven. Net als bij een 'gewoon' boek gelden er auteursrechten op de inhoud van alle E-books. Het is dan ook niet toegestaan de teksten te gebruiken voor andere doeleinden dan je eigen studie of de E-books te verspreiden, tenzij je kunt aantonen dat je toestemming hebt gevraagd en gekregen van De Starters Academie.

Doelen stellen en globale planning

Als startende ondernemer sta je eigenlijk voor een soort hindernisbaan. Je gaat op weg naar je doel van alles tegenkomen en je moet creatief en in goede conditie zijn om heelhuids bij je doel te komen.

In de vorige module heb je uitgebreid kunnen nadenken over jouw drijfveren voor het zelfstandig ondernemen. Als je daar goed over hebt nagedacht, weet je nu heel goed waarom je je reis bent aangegaan. Je motivatie is helder. Maar waar gaat jouw reis heen, wat is het doel van je reis? Wat wil je allemaal ontdekken en bereiken?

In deze module ga je voor jezelf heldere doelen kiezen en een globale koers richting dat doel formuleren. Je gaat de stip op de horizon zetten. Je tropische eiland bepalen! Want zodra je de stip hebt gezet, weet je waar je op af moet sturen, welke koers je moet gaan varen. Je creëert *focus*, een van de cruciale aspecten van de ondernemersmindset. Ik reik je de vier elementen van de globale planning aan.



Door deze in te vullen, bereik je dat je vooraf al nadenkt over de belangrijkste aspecten rondom jouw doel: de planning, de tijdsinvestering, de kosten en de opbrengsten.

Doel en motivatie

Verwar je in kaart gebrachte motivatie (je drijfveren) niet met je doel. Motivatie vormt nooit een doel op zich, het is de brandstof om te reizen naar je doel.

Het stellen van doelen is belangrijk. Waarom? Omdat dan de kans groter wordt dat je er ook daadwerkelijk komt! *Misschien* zit ik over een paar maanden wel op Corsica. Wie weet! Maar als ik dat als *doel* stel, wordt de kans ineens groter dat het zo zal zijn. Ik kan dan een *plan* maken om er te komen. In bedrijfstermen heet dat een *strategie*. Ik kan mijn middelen in kaart brengen, de financiën bekijken. En... uiteindelijk zal ik ook in beweging moeten komen...

Voor je bedrijf is dat niet anders. Zolang je geen helderheid hebt over waar je heen wilt, blijf je zwalken. Alles wat je dan doet, is in feite onsamenhangend. Er is veel beweging (veel 'actie'), maar weinig resultaat, weinig richting. Waar ga je dan heen? Je loopt dan het risico dat je wel heel erg druk bent, met van alles en nog wat, maar dat je allesbehalve effectief bent: weinig klanten, weinig omzet.

Toen ik voor mijzelf begon, is mij dat overkomen. Ik had nog niet veel klanten en verdiende weinig, terwijl ik wel veel tijd stak in mijn bedrijf. Deze zoektocht hoort er weliswaar bij, maar wanneer je iemand hebt die je af en toe de weg wijst, ben je sneller uit het doolhof.

Hoe kies je je doel?

Op basis van je drijfveren heb je al een aardige richting waarin je het moet zoeken. Als je het namelijk goed doet, ligt je doel in het verlengde van je motivatie. Met andere woorden, je doel wordt gevoed door je motivatie. Ik geef een voorbeeld. Als een van je drijfveren is, dat je graag vanuit huis wilt werken (vrijheid), ligt het niet voor de hand als doel te stellen dat je binnen een jaar je eigen kantoor op locatie wilt. Of als een van jouw drijfveren is dat je graag zelfstandig wilt kunnen voorzien in je eigen levensonderhoud (aanzien/liquide middelen), zou je jezelf als doel kunnen stellen een jaaromzet van € 60.000,- te draaien.

Kies in elk geval een doel waar je enthousiast van wordt. Een doel waarvan je gaat glimlachen als je eraan denkt. Als je doel in het verlengde van je drijfveren ligt, kan dat ook bijna niet anders.

Leg bij het kiezen van jouw doel de lat liever hoog dan laag: grote doelen zijn beter te raken. Je gaat ook anders en creatiever denken als je je doelen groot stelt: je moet wel.

Ik geef een voorbeeld. Stel je wilt je eigen beautysalon beginnen en je mikt op een omzet voor het eerste jaar van € 25.000,-. Als je hierop inzet, zul je waarschijnlijk ook niet meer halen. Maar als je inzet op € 100.000,-, moet je het heel anders aanpakken en dan kom je misschien uiteindelijk uit op € 55.000,-. Dat is minder dan je wilde, maar dat is veel meer dan de oorspronkelijke € 25.000,-, nietwaar? Wees natuurlijk wel 'enigszins' realistisch hierin: je moet wel een idee hebben hoe je dat grote doel zou kunnen halen of tenminste in de buurt kan komen. Hoe



je dat weet? Kijk om je heen: als er anderen zijn in jouw markt die dat kunnen, dan kan jij het ook!

Voor het bepalen en formuleren van je doel reik ik je een methode aan, die ik zelf ook steeds hanteer. Mijn drijfveren vormen de basis voor het kiezen van mijn doel. Vervolgens zijn er vier elementen die je helpen met het uitstippelen van een globale koers naar dat doel. In feite bedenk je nu in grote lijnen *een manier* (strategie) om bij je doel te komen. Er is overigens nog een vijfde element van de globale planning, maar die wordt vanwege zijn belang besproken in een eigen module (module 5 – Het omgaan met risico's).

Natuurlijk weet ik niet wat jouw specialisme en ambities zijn, maar ik kan je wel die van mij laten weten en aan de hand daarvan kun jij zien hoe het **doel van de reis** die ik in de films voor De StartersAcademie maakte, tot stand is gekomen. Vertaal deze stappen naar je eigen situatie, op basis van je eigen drijfveren en dromen.

Je leest het goed, in deze module onthul ik waarheen de reis leidt, die wij samen gaan maken en hoe een en ander zo tot stand is gekomen!



Mijn vijf drijfveren voor het maken van bijzondere films als onderdeel van de StartersAcademie:

Ik wil graag...

Vrijheid

- vrij zijn om mijn eigen tijd in te delen en mijn passies 'reizen en ondernemen' te combineren.
- vrij zijn om de films vorm te geven zoals ik denk dat het beste werkt.
- vrij zijn om te werken met de mensen die mij energie geven.

Ik wil graag...

Ontplooiing

- leren hoe ik film optimaal kan inzetten om startende ondernemers toegang te geven tot mijn kennis.
- leren hoe ik kennis op een toegankelijke en avontuurlijke manier per film kan overbrengen.
- creatief zijn en nog meer improviseren.

Ik wil graag...

Aanzien

- dat mijn familie en vrienden trots op mij zijn.
- dat mensen bewondering hebben voor wat ik doe.
- dat anderen door mij geïnspireerd raken.

Ik wil graag...

Voldoening

- trots op mijzelf zijn als ik 's ochtends voor de spiegel sta.



- eindelijk eens de hoogste berg van Corsica beklimmen die al 15 jaar op mijn bucketlist¹ staat. Ik liep op mijn 18^e op Corsica de GR20. Dat is de langste en zwaarste lange afstandswandeloctocht van Europa. De tocht was prachtig, maar ging niet naar de hoogste berg: die zagen we alleen maar in de verte liggen. Ik heb mij toen voorgenomen ooit eens die berg wel te gaan beklimmen.
- dat ik met mijn werk startende ondernemers help en daarmee de wereld een stukje leuker en beter maak.

Ik wil graag...

Materieel/financieel

- binnen een redelijk budget toch professionele en avontuurlijke films maken.
- een reis maken die ook als metafoor en financieel past bij de positie van startende ondernemers.
- door de verkoop van de films als onderdeel van de StartersAcademie in mijn levensonderhoud voorzien.

Voor mij betekent de invulling van de vijf drijfveren, dat ik het volgende doel voor mijn reis formuleer:

¹ De Engelse term ‘bucketlist’ betekent zoveel als een ‘wensenlijst’. Een Engelse uitdrukking voor ‘sterven’ is ‘Kick-the-bucket’. Op een bucketlist zet je dus die dingen die je in elk geval in je leven gedaan wilt hebben, voordat je aan je eind komt. Er is ook een schitterende en inspirerende film hierover gemaakt, ‘The Bucketlist’, met Jack Nicholson en Morgan Freeman, die ik je absoluut aanraad te gaan kijken.



“Het maken van 24 korte films op verschillende locaties met als resultaat het beklimmen van de hoogste berg van Corsica, de Monte Cinto!

Het mag duidelijk zijn, dat ik dit doel niet in een minuut heb afgeleid vanuit mijn drijfveren. Daar zijn wel enkele weken aan vooraf gegaan en het reisdoel is ook regelmatig gewijzigd. Van de Kilimanjaro (Tanzania) tot en met de Triglav, de hoogste berg van Slovenië.

Het is niet erg als je in eerste instantie nog niet zo specifiek bent met het formuleren van je doel als ik dat hierboven doe. Met behulp van de vier elementen van de globale planning, die ik nu ga bespreken, lukt het je ook om steeds beter je doel te formuleren.

Wat is jouw doel? Waar ga jij op af?
Kies je bestemming zo, dat je ervan gaat glimlachen!

De vier elementen van de globale planning

Nu volgt een belangrijke stap: het maken van een globale planning naar je doel. Tegelijkertijd kun je – zoals hierboven gezegd - jouw doel verder formuleren met deze elementen.



Ik gebruik zelf altijd deze vier elementen:

1. Formuleer subdoelen
2. Welke termijn?
3. Welk kostenplaatje hangt eraan?
4. Wat zijn de verwachte/gewenste opbrengsten?

1. Formuleer subdoelen.

Knip je doel op in kleinere stukjes. En benoem ook specifiek die kleinere stukjes.

In mijn doel:

“Het maken van 24 korte films op verschillende locaties met als resultaat het beklimmen van de hoogste berg van Corsica, de Monte Cinto!”

staat een aantal woorden dat nadere toelichting vereist. Het zijn subdoelen die je nader moet specificeren. Want wat is een korte film? En wat zijn dan die verschillende locaties? Je maakt je globale doel specifieker, door subdoelen te stellen. Toen ik het plan bedacht voor de Startersacademie, was mijn doel in grote lijnen: “Het maken van films en het beklimmen van een berg als metafoor voor de top die je als starter wilt halen”.

Door het formuleren van subdoelen, werd mijn doel specifieker en beter. Het moesten korte films worden en de te beklimmen berg werd de Monte Cinto. Maar er zijn nog meer subdoelen te stellen. Want wat is een korte film? En



wat zijn dan die locaties? Hoe moet de stijl van de films worden?

Ik formuleerde de volgende subdoelen, de volgende onderdelen van mijn doel:

- De films duren maximaal vijf minuten.
- De helft van de films worden in Nederland gemaakt, de rest op reis naar de Monte Cinto.
- De films moeten avontuurlijk zijn, leuk en laagdrempelig.
- De films worden onderscheidend.

Door het aanbrengen van subdoelen, krijgt je doel een verdere invulling, maar blijft het grote plaatje nog helder. Het helpt heel erg wanneer je met anderen over je doelen gaat praten. Het wordt 'ineens' een stuk serieuzer en je begint erin te geloven. Hou er rekening mee dat niet iedereen zal je begrijpen of kan helpen. Mijn ervaring is in elk geval dat het merendeel van de mensen om mij heen enthousiast wordt wanneer ik mijn doelen met ze deel en bespreek. Ik krijg daar op mijn beurt weer energie van en het doel wordt nog concreter.

2. Op welke termijn?

Op welk moment wil je je doel gerealiseerd hebben? Als je dat weet, kies je het gunstigste vertrekmoment en dan rolt er vanzelf uit hoelang je erover mag doen!



Doe het in deze volgorde. Dus: wanneer wil je aankomen, wanneer wil je je doel bereikt hebben? Ook moet je bepalen wanneer je op weg gaat naar je doel. Dat hoeft namelijk niet altijd 'meteen' te zijn (al is dat meestal wel zo). Als je namelijk weet wanneer je reis begint en wanneer je wilt aankomen, weet je dus ook hoelang je erover doet.

Waarom op deze manier?

Neem voor jezelf eens een bepaalde taak in gedachten. Bijvoorbeeld het schrijven van een advies voor een klant of het voorbereiden van een presentatie. En ga eens na hoe vaak jij vanuit puur realisme rekent dat 'zoiets' een uur kost om te doen? En guess what? Je hebt dan ook minimaal een uur nodig! Maar als je nou eens over vijf minuten gedoucht en aangekleed beneden moet staan omdat je je vliegtuig moet halen? Lukt je dat dan? Natuurlijk!

Dit stuk globale planning is essentieel. Als starter komt er van alles op je af en je kan dan de neiging hebben om alles tegelijk te willen oppakken. Wanneer je je 'reis' opknipt in subdoelen en dan ook nog bepaalt wanneer je die verschillende onderdelen oppakt, hou je de grote lijnen in het oog en loop je jezelf niet voorbij.

Zo stelde ik mij als doel om in een jaar alle films te maken. Op welke termijn wil jij je doel gehaald hebben? Periodes van een jaar zijn overigens prima om mee te rekenen.

Tot slot is het hier van belang dat je 'je eigen race rent'. Natuurlijk mag je kijken hoe andere starters het doen en wat ze doen, maar ga jezelf niet vergelijken. Iedereen heeft zijn eigen uitgangspunten, zijn eigen doelen en zijn eigen

tempo. Race je eigen race: je hoeft niet de doelen van een ander te halen, alleen je eigen doel!

3. Welk kostenplaatje hangt er globaal aan?

Zorg dat je een beeld hebt van het globale kostenplaatje van je doelstelling. Ga hier enkele avonden goed voor zitten en praat erover met anderen. Het is nu nog niet nodig een volledig uitgewerkt financieel plan te hebben, dat komt later. (in module 11 'Financiën' komt dit nog uitgebreid aan de orde)

Om de kosten voor de films binnen te perken te houden, maakte ik de films met 1 crewmember. Dus geen apart productieteam, geen aparte geluidsman/vrouw en geen montageafdeling. Waarschijnlijk zal jij je als starter ook dergelijke teams niet kunnen permitteren. En misschien zou het beklimmen van het basisstation van de Mount Everest, met een complete filmploeg spectaculairder zijn, maar budgettair is dit niet gewoon haalbaar: het is peperduur! Bovendien vind ik het beklimmen van de Mount Everest (de hoogste berg ter wereld) geen goed symbool voor de doelstelling die een startende ondernemer zich kan stellen. De Monte Cinto op Corsica daarentegen is lastig genoeg maar wel haalbaar.

Het begroten van de kosten is misschien een lastige klus voor je. Hou het daarom globaal, probeer niet te veel details in te vullen. Vraag ook hulp aan anderen. Bekijk welke uitgaven echt noodzakelijk zijn en welke uitgave meer 'luxe' zijn. Schrap als starter zoveel mogelijk 'luxe'.

Reis als een budgetreiziger en maak voor jezelf, heel globaal, een eerste begroting.

4. Wat zijn de verwachte/gewenste opbrengsten?

Naast de kosten zijn de opbrengsten die je beoogt van groot belang. Wat levert je onderneming op? Ook hier gaat het om het grote plaatje. Dit vierde punt is een beetje 'gemeen' geformuleerd. Wat er kan natuurlijk een verschil zijn tussen een verwachte en een gewenste opbrengst. Welke moet je nu hebben?

Ik adviseer je – omdat het om je doelen gaat – in eerste instantie te gaan voor jouw *gewenste* opbrengst. In tweede instantie zou ik ook een inschatting maken van wat je kunt verwachten. Als hier een wereld van verschil tussen zit, kun je jouw *gewenste opbrengst* realistischer maken. Als jouw *verwachte opbrengsten* in financiële termen beduidend lager zijn jouw *verwachte kosten*, moet je heel goed uitkijken. Het is echter niet een 'no-go' voor je plannen: in de regel moet je eerst investeren voordat je kan oogsten, maar je moet je er wel van bewust zijn dat je mogelijk je reserves moet aanspreken in je opstart fase.

In het voorbeeld zijn de films een *onderdeel* van De StartersAcademie. De films zelf zijn (vooralsnog!) niet per stuk 'te koop'. In die zin genereren zij geen omzet.

Ik heb echter wel als doel dat de films moeten uitnodigen tot deelname aan De StartersAcademie en zichzelf dan ook (minimaal) moeten terugverdienen. Ik hou voor mijn eigen 'privacy' de exacte bedragen voor mijzelf, ik ga ervan uit



dat je daar begrip voor hebt (sowieso raad ik je aan met niet teveel mensen over jouw financiële zaken te praten). Maar om je een idee te geven: mijn films hebben 'x' euro gekost. Als gewenste opbrengst heb ik een bedrag van 2 maal 'x' voor het komende jaar geformuleerd.

Verder is een van de niet- financiële opbrengsten van de films dat ik ze kan inzetten als marketinginstrument (waardoor ik weer meer omzet kan genereren) en dat de films helder en op een leuke manier de kennis overbrengen die ik belangrijk vind. En voor mij is het natuurlijk ook een opbrengst dat ik er zelf plezier aan beleef.

Wat zie jij als opbrengsten van je doel? Denk vooral in financiële termen, maar zoals je hierboven leest moet je het zeker breder invullen.

Door je doel in deze vier elementen te 'ontleden', bewijs je jezelf een grote dienst. De contouren van je ondernemingsavontuur krijgen vorm en daarmee vergroot je je kans op een succesvolle start aanzienlijk!



Opdrachten:

- 1) Kijk nog eens naar je drijfveren uit de vorige module.
Schrijf nu voor jezelf je belangrijkste ondernemersdoel uit. Eerst in één zin met de grove lijn. (“Ik ga films maken en een berg beklimmen”) Dan voeg je er enkele subdoelen aan toe. Herschrijf dan je eerste zin, je hoofddoel, aangevuld met enkele subdoelen. (“Het maken van 24 korte films op verschillende locaties met als resultaat het beklimmen van de hoogste berg van Corsica, de Monte Cinto!”)
- 2) Werk je hoofddoel verder uit, zodat er enkele subdoelen/specificaties ontstaan. (“De films duren maximaal vijf minuten.” En “De helft van de films worden in Nederland gemaakt, de rest op reis naar de Monte Cinto” etc.)
- 3) Bepaal wanneer je je doel wilt bereiken. (bijvoorbeeld over een jaar)
- 4) Maak een grove schatting van de kosten en van de opbrengsten.

Hoe zou het zijn om deze doelen na te jagen? Wat voor reis wordt dat? Wat ga je allemaal zien en beleven.

Deel dit met andere ondernemers. Je zult zien dat je anderen inspireert en... dat anderen je gaan helpen.

Succes!



En over twee weken...

Nu je jezelf een prachtig doel hebt gesteld, sta je misschien te popelen om de wereld met je idee of dienst te veroveren. Maar voordat je vertrekt, moet je weten waar je bent, wat je kracht is, je ontwikkelpunten (je zwaktes) en hoe de route naar je doel eruit ziet. Welke kansen en bedreigingen staan je mogelijk te wachten? Je zult het terrein dat voor je ligt moeten verkennen. Dat ga je in de volgende modules doen!