deStartersAcademie

module 4 | Oriëntatie: de SWOT-analyse

Oscar Bulthuis

deStartersAcademie

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.

Oriëntatie: de SWOT-analyse

Je hebt nu voor je bedrijf een aantal doelen helder geformuleerd. En dan is er mogelijk een stemmetje in je hoofd dat zegt: :"Maar ik ben nog maar net begonnen" of "Ik sta nog maar 'hier'"

Ja, waar is 'hier' eigenlijk? Wie ben je eigenlijk, waar sta je op dit moment ten opzichte van je doel? Het is natuurlijk heel 'stoer' om je doelen te stellen, maar dan? Hoe ziet de weg naar jouw doel er eigenlijk uit? Wat ga je tegenkomen?

Om op deze vragen een antwoord te vinden, is het nodig je te Oriënteren. Deze en de volgende modules helpen je hierbij. Steeds vul je een stukje van de routekaart in. De route naar jouw doel.

De oriëntatiefase

De oriëntatiefase is cruciaal voor succes. Of je nu starter bent of een ervaren ondernemer: voordat je aan een nieuw avontuur begint, dien je jezelf goed te oriënteren. Ik ben een ervaren reiziger. Ik bezocht meer dan 50 landen en bracht bij elkaar opgeteld enkele jaren in het buitenland door. Maar elke keer als ik weer op reis ga, bereid ik mij voor. Ik wil weten of er taalbarrières zijn, hoe er betaald wordt in het betreffende land, of er een visum nodig is en hoe ik er het beste kan komen. Voor ondernemen is het niet anders.

In de komende modules help ik je stap voor stap door deze oriëntatiefase. Door te weten wie je bent, waar je staat en hoe het landschap er onderweg uitziet, ga je goed voorbereid op pad en bereik je succesvol je doelen.

Na mijn laatste baan in loondienst heb ik een jaar de tijd genomen voor deze oriëntatie voordat ik voor mijzelf begon. Mogelijk heb jij die tijd niet en dat hoeft ook niet. Met dit programma maak je deze slag in enkele weken!

Begin bij jezelf!

Oriëntatie begint bij jezelf. Wat weet je van jezelf? Waarschijnlijk heb je wel eens van een SWOT-analyse

gehoord. SWOT is het acroniem[1] voor Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. Oftewel, in het Nederlands: Sterktes, Zwaktes, Kansen en Bedreigingen. Aan het eind van deze module ga je de SWOT-analyse maken.

Ondernemers die zichzelf goed in kaart hebben gebracht, weten waar hun sterke kanten liggen en op welk gebied ze beter hulp kunnen vragen of zich moeten ontwikkelen.
Ze weten waar er kansen liggen en waar ze op hun hoede moeten zijn.

Sterktes
De eerste stap in de SWOT-analyse is het bepalen van je Sterktes. Waar ligt jouw kracht. Het gaat hierbij – in dit kader - niet alleen of beter gezegd niet zozeer om jouw inhoudelijke kwaliteiten, maar juist om jouw kwaliteiten als ondernemer.

Natuurlijk is het van groot belang dat je inhoudelijke kwaliteiten hebt. Als je je eigen schoonheidssalon wilt beginnen, is het natuurlijk noodzakelijk dat je verstand hebt van je vak. Van verschillende huidtypes bij mensen en misschien wel het effect van veel koffiedrinken op rimpels. Ik noem maar wat (dit is

[1] Een acroniem (ook wel 'letterwoord') is een afkorting die wordt uitgesproken als een woord.

duidelijk niet mijn vakgebied ☺). In je communicatie (komt in latere modules nog uitgebreid aan bod) is het natuurlijk nodig deze Sterkte te benadrukken.

Echter, in deze module gaat het over jouw Sterkte, jouw kracht als ondernemer. Waar ligt jouw kracht? Ben je van nature misschien goed in sales? Of samenwerken? Neem je initiatief of ben je sterk in details? Ben je risicomijdend of juist nemend? Ben je assertief?
Het gaat hierbij dus om persoonlijkheidskenmerken.

Kijk eens naar successen in het verleden, zowel zakelijk als privé. Welke eigenschappen van jezelf zaten daar achter? De analyse gaat het beste wanneer je concrete voorvallen of situaties gebruikt en daar de eigenschappen bij bedenkt die van dit voorval tot een succes maakte.

Bij Sterktes gaat het om al die zaken die jou en jouw bedrijf krachtig maken.

Zwaktes
Tegenover de Sterktes staan natuurlijk de Zwaktes. In welke zaken ben jij minder goed? Sterktes en Zwaktes vormen beide een zijde van dezelfde medaille. Zo kan het zo zijn dat zaken waar je kracht ligt, kunnen doorslaan naar een Zwakte. Ik geef een voorbeeld. Als je aandacht hebt voor details, kan dat een Sterkte zijn

(afhankelijk van het soort werk dat je doet). Heb je echter te veel oog voor detail, dan kan diezelfde kracht omslaan in een Zwakte, bijvoorbeeld omdat je te langzaam werkt of de grote lijnen uit het oog verliest.

Ook de zwaktes kun je in kaart brengen door te kijken naar zaken in het verleden die niet goed zijn verlopen. Waar kwam dat door? Wees eerlijk en spaar jezelf niet, maar…let op. Zeg nooit: "Ik ben niet goed", maar benoem de *eigenschap* die ervoor zorgde dat de gebeurtenis niet goed verliep. De *gebeurtenis* was een mislukking, niet jij als persoon. Zo kun je bijvoorbeeld zeggen dat je te weinig initiatief nam, die keer. Zie het als een leerpunt, niet als een fout. Het is pas een fout als je er niet van leert!

Ik raad je aan om voor het in kaart brengen van zowel de Sterktes als de Zwaktes hulp te vragen aan anderen. Anderen zien soms beter waar jouw kracht ligt, dan jijzelf. En, helaas zien zij soms ook beter waar jouw zwakke plek is ☺ . Het is niet erg om zwakke plekken te hebben. Iedereen heeft die. Het is wel erg om niet te weten wat jouw zwakke plekken zijn, want dan kun je er namelijk niet zoveel aan doen.

Het is overigens niet nodig dat je altijd moet zorgen dat je beter wordt in iets waar je niet goed in bent

(zwakke plek). Je kunt namelijk ook hulp vragen aan anderen of uitbesteden. Ik geef een voorbeeld. Stel, het is voor jouw bedrijf nodig dat je goed bent in koude acquisitie, maar je vindt het vervelend, eng en je bent er niet goed in. Natuurlijk kun je proberen het te leren, maar beter is het wellicht om dit niet zelf te doen en je juist te focussen op waar jouw kracht ligt. Je zou kunnen gaan samenwerken iemand die juist heel goed is in sales.

Afhankelijk van wat je doet en in welke branche je actief bent, kan een eigenschap een Sterkte zijn of juist een Zwakte. Stel, je bent erg commercieel. Als jij je richt op business-to-business, bijvoorbeeld de reclamebranche, dan is dat absoluut een Sterkte, een kracht. Maar als jij ambtenaren of Goede doelen adviseert, dan kom je met een snelle en commerciële babbel waarschijnlijk juist niet zo ver en kan een te commerciële instelling juist een zwakte zijn.

Sterktes en Zwaktes worden ook wel de *interne* factoren genoemd. Ze gaan over jou en jouw bedrijf. Naast de interne factoren heb je dus ook de *externe* factoren, die veel meer over de omgeving gaan. Hier komen de Kansen en Bedreigingen om de hoek kijken.

Kansen

Ondernemen doe je niet door in de spreekwoordelijke schulp te kruipen. Je bent als persoon en met je bedrijf

onderdeel van een omgeving, een groter geheel. Dat betekent dat er kansen zijn, waar je als persoon en bedrijf mee te maken hebt. Wat zijn die kansen?

Is de economie gunstig, is er een trend die leidt tot veel vraag naar jouw dienst of product? Stel je helpt mensen om te stoppen met roken. De overheid besluit op enig moment dat rokers meer moeten betalen voor hun zorgpremie. Niet leuk voor de roker, maar voor jouw bedrijf is dit een kans: meer mensen zullen op zoek gaan naar iemand die hen wil helpen te stoppen met roken. Kansen kunnen ook liggen in je netwerk. Stel je ontwerpt en bouwt websites. Misschien is je buurman wel directeur van een bedrijf, waar jij de website van zou kunnen verbeteren. Of misschien ken hij juist veel bedrijven die een andere website zouden willen hebben. Kijk dus naar je omgeving en breng eens - met een hele zonnige kijk - alles wat maar een kans zou kunnen zijn, in kaart.

Bedreigingen

Net zoals Sterktes en Zwaktes twee zijden zijn van een medaille, geldt dat ook voor Kansen en Bedreigingen. Diezelfde overheid die in het voorbeeld hierboven besloot om de zorgpremie voor rokers te verhogen, zou in plaats daarvan ook kunnen besluiten dat ‘Stoppen met roken’-cursussen voortaan niet meer in het basispakket van de zorgverzekering vallen. Als jij dan deze mensen wilt helpen, heb je een mogelijk

probleem. In de zorg is dit absoluut iets wat speelt. Zo zijn er allerlei vormen van therapie die door sommige verzekeraars wel vergoed worden en door andere weer niet. Ben jij haptonoom of fysiotherapeut, dan is het absoluut noodzakelijk dat je goed naar deze regelingen kijkt en bepaalt of dit een kans voor je vormt, of juist een bedreiging.

Naast regelgeving als mogelijke bron van Bedreiging, kun je ook kijken wat concurrenten doen en of er bepaalde marktontwikkelingen zijn, die mogelijk tot zwaar weer kunnen leiden in je branche.

Kans of bedreiging?

Straks ga je aan de slag met het in kaart brengen van de kansen en bedreigingen. Het kan zijn dat je iets tegenkomt, wat een kans lijkt, maar een bedreiging is. Of andersom: iets wat een bedreiging lijkt, kan uiteindelijk een gouden kans zijn. Dit klinkt misschien tegenstrijdig of ingewikkeld. Wanneer je als ondernemer te maken krijgt met een 'bedreiging', dan moet je daar iets mee doen. En soms ontstaan daar de meest prachtige kansen door.

Heel veel verder in deze training, geef ik je een prachtig voorbeeld van een branche die te maken kreeg met een bedreiging en die die wist om te buigen tot een kans. Ik verklap je vast dat deze module zich afspeelt in Grasse, aan de Côte d'Azur, in Frankrijk!

Mocht je zoiets tegenkomen bij je analyse – iets waarvan je denkt dat het een tegenslag is, maar waarvan je ook denkt dat het ook kansen zou bieden – neem het dan bij beide punten op. Er is geen goed of fout. Het gaat erom dat je bewust kansen en bedreigingen in kaart brengt.

Ook bij dit onderdeel is het van belang dat je het niet alleen probeert te doen. Praat met anderen erover of interview mensen in de branche. Zij kennen de ontwikkelingen misschien wel beter dan jij of kijken er met andere ogen naar.

deStartersAcademie

Opdrachten:

1) Maak een SWOT-analyse. Teken een matrix en vul elk vierkant met zoveel mogelijk eigenschappen en aspecten. In onderstaande matrix staan een aantal voorbeelden. Gebruik gerust deze woorden of dimensies, maar bedenk vooral de woorden die bij jou en jouw situatie passen.

Intern	**Sterktes** • Doorzetter • Conceptueel denker • Relevante opleiding • Gezond verstand (intelligent) • Leidinggevende ervaring • Eigenwijs • Rationeel • Creatief • Gefocust op kwaliteit • Deskundig/ervaren • Initiatiefrijk • Flexibel • Netwerker	**Zwaktes** • Te kritisch • Snel afgeleid • Voorzichtig, zekerheden zoekend • Introvert • Dromerig • Perfectionistisch • Afwachtend • Weinig financieel inzicht • Niet zo'n goede onderhandelaar • Weinig ervaring als ondernemer
Extern	**Kansen** • Regelgeving • Groeimarkt • Weinig concurrentie • Gunstig vestigingsklimaat • Overheidssubsidies • Groot netwerk	**Bedreigingen** • Regelgeving • Veel concurrentie • Verslechterd economisch klimaat • Onbekende markt, veel onderzoek nodig

Het doel van deze opdracht is niet het oplossen van zwaktes of wat dan ook, maar het verkrijgen van een helder beeld. Over jouw eigenschappen als ondernemer, want daarmee valt of staat je bedrijf.

2) Vraag tenminste drie mensen in jouw omgeving jou te helpen met deze matrix.

Kijk nu eens goed naar de SWOT-analyse.

Succesvolle ondernemers zoeken voor hun zwaktes en bedreigingen een oplossing of een vangnet. Ze richten zich op sterktes en kansen.

3) Wat voor oplossingen kun jij bedenken om jouw zwaktes te ondervangen? Kun je gaan samenwerken met iemand? Kun je misschien zorgen dat je in je werk minder 'last' hebt van je zwaktes of dat ze minder opvallen? En wat zou je kunnen doen om eventuele bedreigingen het hoofd te bieden?

Succes!

En over twee weken…

Succesvolle ondernemers richten zich op hun sterke kanten en kansen. Dat is een goede eigenschap. Maar, aan elke kans kleeft een risico, dat is per definitie zo: ondernemen is risico's nemen. Je geeft je zekerheden voor een deel op en om die kans te pakken, moet je misschien wel investeren of minimaal uit je comfort zone gaan.

Hoe ga je als ondernemer om met risico's? Hoe zorg je ervoor dat jouw doel, jouw schat, niet in gevaar komt? Over twee weken worden deze en andere vragen beantwoord in een explosieve module…