



deStartersAcademie

module 12 | Metgezel en netwerken

Oscar Bulthuis

Metgezel en netwerken

Zelfstandig ondernemen betekent niet dat je alleen werkt. Misschien ken je de uitdrukking: alleen reis je sneller, samen reis je verder en is het leuker. Met wie ga je in je bedrijf allemaal samenwerken? Of, om in reistermen te blijven: met wie ga jij op avontuur? En weet je al waar je deze mensen zou kunnen vinden en hoe kies je deze mensen?

Tijdens jouw ondernemersavontuur zullen er verschillende mensen voor kortere of langere tijd met je meereizen. Je krijgt te maken met klanten en met andere aanbieders, zoals leveranciers van bijvoorbeeld ICT-producten of boekhouders. Misschien ga je wel samenwerken met iemand die bijna hetzelfde doet als jij, om een grote klant binnen te halen. Of je werkt samen met iemand, die jouw dienst juist ondersteunt, zoals een grafisch vormgever, terwijl jij tekstschrijver bent.

Meer als bij een baan in loondienst heb je als zelfstandig ondernemer te maken met familie en vrienden die om je heen staan en je willen helpen. Ze geven je gevraagd – en soms ongevraagd – advies. Ook het betrekken van je levenspartner (als je die hebt) is



zeer belangrijk. Als ondernemer wil of moet je soms werken 'buiten kantoortijden'. En financieel gezien kan het zijn dat de start zwaar is (ga daar maar vanuit) en ook dat je omzet per maand wisselt (ga daar ook maar vanuit!). Het is belangrijk dat je partner dat begrijpt en achter je staat.

Je bent als zelfstandige succesvoller wanneer je de juiste mensen om je heen verzamelt en op de juiste manier met ze communiceert. Ook word je succesvoller naarmate je beter weet welke taken je zelf moet doen en welke taken je beter aan een ander over kan laten. Maar wat doe je zelf en wat besteed je uit?

Zelf doen of uitbesteden?

Om het heel scherp te krijgen, ga ik eerst even heel kort door de bocht: de vuistregel is dat je alles moet uitbesteden wat je goedkoper kan laten doen, dan dat jouw eigen tarief is. Met andere woorden, als jouw uurtarief netto € 35,- is en je bent wekelijks drie uur bezig bent met het schoonmaken van je huis, terwijl je iemand kunt vinden die dat voor € 15,- per uur doet, dan moet je dat uitbesteden.

Voor veel startende ondernemers is dit misschien een beetje een bruggetje te ver: je verdient nog niet veel geld (dus je hebt tijd over) en je geeft wel geld uit aan iets wat je makkelijk zelf kunt doen. En, gaf ik eerder ook niet aan dat je zuinig moet zijn en kritisch als het gaat om waar je je geld aan uitgeeft?

Waar het mij om gaat is je je deze *mindset* rond zelf doen of uitbesteden eigen gaat maken. Maak vaker de afweging of iemand anders het werk dat jij nu doet, voor jou kan doen. Kijk hierbij ook nog eens naar module 1 waar je hebt nagedacht over *slecht werk, goed werk en fantastisch werk*. Al het slechte werk komt in principe in aanmerking voor uitbesteding.

In mijn geval betekende het dat ik snel besloot de administratie uit te besteden en we namen hulp in de huishouding. Ook tijdrovende, ingewikkelde aanpassingen aan mijn website besteed ik uit: daar ligt mijn expertise niet en dan besteed ik er veels te veel uren aan.

Wat mij telkens weer opvalt, is dat ik productiever word, wanneer ik bepaalde taken uitbesteed of samen doe met iemand anders. Dat komt door... focus!

Wat ga jij na deze week niet meer doen?

Hoe kies je je partners?

Zeker als je net voor jezelf bent begonnen, of zelfs nog moet starten, is het ongelooflijk moeilijk om te bepalen met wie je kan gaan samenwerken. Met wie heb je een klik? Wie vertrouw je? Wie maakt jou als ondernemer sterker? Wie voegt iets toe voor jou?

Zelfs al ben je nog onervaren, de eerste en beste tip die ik je wil geven is te luisteren naar je onderbuik gevoel. Eerlijk gezegd heeft dat tot nu toe altijd het beste geholpen. Mensen waar ik geen goed gevoel bij had, bleken achteraf niet te vertrouwen. Mensen waar ik wel een goed gevoel bij had, hielpen mij op bepaalde cruciale momenten verder en ik kon telkens op hen rekenen. Dat wil niet zeggen dat je je af en toe zult vergissen. Dat hoort erbij.

Toch is er naast je onderbuik gevoel een iets 'wetenschappelijker' manier om de juiste mensen om



je heen te kiezen. Edward de Bono schreef ‘The Six thinking hats’. De Bono introduceert zes gekleurde hoedjes (of petjes) die je op kunt zetten. **En als je een bepaalde kleur op hebt, hoort daar een bepaalde eigenschap bij, een bepaalde manier van denken of handelen.** In de film die bij deze module hoort, hebben we de hoedjes vervangen door t-shirts (want, wie heeft er nog een hoed tegenwoordig! ☺)

De zes t-shirts

In een notendop geef ik je de strekking van de theorie van de kleuren van Edward de Bono.

Mensen met:

- een **geel** t-shirt hebben de zonnige kijk. Dit zijn de mensen die vooral naar opbrengsten en de mogelijkheden kijken. In het filmpje zie je dat ik het gele t-shirt draag. Bij mij is het glas altijd halfvol.
- een **blauw** t-shirt zijn betrouwbaar en ordelijk. Zij zijn de mensen van het proces. Dit zijn de mensen die een vergadering van een uur ook echt binnen een uur kunnen houden. In de film wordt dit gesymboliseerd door een blauwe



tuktuk: mensen met een blauw t-shirt hebben soms wel iets van een machine weg 😊 .

- een **wit** t-shirt zijn erg feitelijk. Zij kijken naar de verschillende data en baseren hun mening of beslissing op basis van deze data. In de film is dit de bestuurder van de tuktuk. Bestuurders moeten feitelijk zijn: wat zijn de regels en de procedures? Als bestuurders maar wat zouden doen (zoals je eigenschappen die bij de andere kleuren horen), zou het erg gevaarlijk worden op de weg.
- een **zwart** t-shirt zijn erg voorzichtig en kijken heel erg naar de risico's. Zij zien de beren op de weg.
- een **groen** t-shirt zijn erg creatief. Zij denken buiten de kaders en komen met allerlei creatieve oplossingen en ideeën, al dan niet uitvoerbaar 😊. Mensen met een groen t-shirt kunnen je helpen als je vast zit. In de film schiet Koen mij te hulp door mij zijn fiets te lenen. Dat het misschien niet zo praktisch is voor Koen zelf, daar houden creatievelingen zich niet altijd zo mee bezig. Dat is een van de redenen waarom creatieve mensen meer dan gemiddeld moeite hebben met het financieel succesvol maken van hun bedrijf.



- een **rood** t-shirt zijn gevoelsmensen. Ze laten zich leiden door hun onderbuik gevoel. Ze kunnen je adviseren door bijvoorbeeld jouw visie te vertalen naar jouw marketing. Hun mening is niet gebaseerd op feiten (al denken zij zelf soms van wel), hun handelen is niet gebaseerd op ratio, maar op gevoelens. Hoewel je het misschien niet zou verwachten, worden sommige beslissingen op het hoogste niveau van sommige grote organisaties genomen met het rode t-shirt aan. Dat kan aan de beslisser liggen, maar soms ook omdat bijvoorbeeld de feiten niet voorhanden zijn.

Al die kleuren

Wanneer je deze typeringen bekijkt, snap je dat het ene t-shirt soms moeilijk samengaat met het andere! De gele en de zwarte zijn tegengesteld, net als de witte en de rode, en de blauwe en de groene. Toch is het zo dat je team en je bedrijf sterker wordt, wanneer je met verschillende soorten mensen samenwerkt, mensen die elk een ander t-shirt aan hebben. Ook kan het geen kwaad zelf af en toe eens een ander kleur t-shirt aan te trekken.



Stel je voor dat je van nature erg positief bent (zoals ik: geel is mijn lievelingskleur, de zon schijnt altijd ☺!). Ik moet mijzelf er dan soms toe dwingen om de risico's te onderzoeken. En als ik daar niet zo goed in ben, doe ik er verstandig aan ervoor te zorgen dat ik iemand om mij heen heb, die van nature wel het zwarte t-shirt wat vaker draagt.

Wat is jouw voorkeurskleur? Hier is absoluut geen goed of fout antwoord te geven. Het is juist belangrijk dat je je er bewust van bent.

En hoe zit het met de mensen om je heen? Zijn dat allemaal creatievelingen (groen)? Zorg dan dat je zo snel mogelijk iemand met een blauw en ook met een wit t-shirt om je heen hebt!

Netwerken

Je hebt nu een manier aangereikt gekregen die je helpt bij het kiezen van de mensen die je zoal om je heen kunt verzamelen. Je kunt het 'gedrag' van deze mensen ook een beetje inschatten, door erover na te denken welke kleur t-shirt die persoon eigenlijk aan heeft.

Maar hoe ontmoet je al deze mensen? Het antwoord is: netwerken. Netwerken is cruciaal voor ondernemen. En netwerken kun je 'online' en 'offline' doen.

Netwerken kun je op speciale bijeenkomsten voor ondernemers doen, maar ook op het schoolplein als je je kinderen ophaalt, op verjaardagen en op de sportvereniging. Overal kun je relevante en interessante mensen ontmoeten.

Online kun je netwerken via LinkedIn, de groepen op LinkedIn, een speciale whatsapp groep, Facebook en ga zo maar door. Kies het netwerk dat het beste bij jouw business past en werk, zeker in het begin, zorgvuldig aan het opbouwen van een krachtig netwerk.

Ik geef je drie belangrijke principes voor zowel offline als online netwerken.

Principe 1: Geef eerst

Deel je kennis, help anderen. Als je dit oprecht en goed doet, zullen zij uiteindelijk aan jou denken als ze jouw dienst of product kunnen gebruiken.

Principe 2: Richt je op het netwerk van je netwerk

Een van de redenen dat netwerken en netwerkbijeenkomsten soms in een kwaad daglicht staan, is dat mensen aan elkaar proberen hun producten of diensten te verkopen.

Dit geeft niet alleen een ongemakkelijk gevoel, het is ook nog eens niet effectief en efficiënt. Stel dat jij 100 mensen in je netwerk hebt en je richt je op hen om je producten te verkopen. Dan heb je dus maximaal 100 potentiële klanten.

Wanneer je je echter richt op hun netwerk, wordt je bereik veel groter. Stel dat iedereen uit je netwerk gemiddeld 75 andere mensen kent. Dan is het totale netwerk 75×100 mensen is 7500 mensen! Vraag dus aan de mensen in jouw netwerk of zij mensen kennen die mogelijke interesse hebben in jouw dienst of product.

Principe 3 Bedank je netwerk

Wanneer je vanuit je netwerk een 'warme lead' krijgt, bedank dan degene die de lead gaf, volg de lead op. Het is ook leuk om terug te koppelen wat er van het contact terecht is gekomen. Dit leidt ertoe dat mensen nog vaker aan je denken en je leads sturen.

Communicatie

Tot slot: hoe communiceer je met al deze mensen? De mensen in je netwerk en je metgezellen?

Communicatie is een van de lastigste dingen die er is, in het gewone leven en zeker ook in 'zaken'. Ik geef je vanuit mijn eigen ervaring drie tips.

Tip 1: Wees de baas

Deze tip kreeg je ook al in module 1. Als zelfstandig ondernemer moet je leiderschap tonen. Het maakt daarbij niet uit of jij de klant of juist de leverancier bent. Jij moet vooraf bepalen wat je standpunt is. Ik zeg daarbij niet dat je dat standpunt niet mag veranderen, maar je moet er wel een hebben. Onverschillig zijn is in communicatie en samenwerking het slechtste wat je kunt doen.



Tip 2: Geef verwachtingen aan

Er zijn weinig mensen die aan iemand kunnen zien wat hij of zij bedoelt of wilt bereiken. Veel relaties, op zowel persoonlijk als zakelijk vlak, verlopen moeizaam omdat de partners niet helder aan elkaar communiceren wat ze van de ander verwachten.

Stel je voor dat bij een bepaalde taak die ik vraag van een leverancier de *snelheid* waarmee het gereed is, belangrijker is dan de *nauwkeurigheid*, dan kan ik dat maar beter zeggen. Doe ik dat niet, dan loop ik het risico dat mijn leverancier de taak niet eerder oplevert voordat het perfect is en vervolgens niet begrijpt waarom ik ontevreden ben...

Tip 3: Geef het goede voorbeeld

Het is misschien een open deur, maar juist bij communicatie is het belangrijk het goede voorbeeld te geven. Ook dit raakt aan leiderschap, maar ook aan de manier waarop jij wilt dat anderen richting jou communiceren. Je kunt hierbij aan kledingstijl denken (ook dat is communiceren), maar ook aan manier van praten (bijvoorbeeld jij of u) of gewoon even ophouden met typen wanneer iemand je iets vraagt en hem of haar je onverdeelde aandacht geven.

Pas deze tips toe en je voorkomt een hoop problemen met klanten, leveranciers en collega's.

Bonus: bij deze module ontvang je ook het e-book "75 netwerktips voor ondernemers die het verschil gaan maken".

Download het boek bij deze module!



Opdrachten:

Met deze module 'Metgezel en netwerken' heb je verschillende manieren gekregen om na te denken met wie je graag wilt samenwerken hoe je deze mensen zou kunnen vinden.

- 1) Kijk naar je eigen netwerk. Wat en wie zitten er al in? En wie zou je er nog bij willen hebben? Maak er actief werk van deze mensen te vinden.
- 2) Met welke mensen werk jij nu al samen? Wat voor kleur t-shirt hebben zij aan? Is dit heel verschillend? Mis je bepaalde kleuren?
- 3) Wat voor kleur t-shirt heb je eigenlijk zelf (vaak) aan?
- 4) Schrijf nu paragraaf 2.7 van je ondernemingsplan!

Succes!

En in de volgende module...

Met alle kennis die je nu hebt en met alles wat je tot nu toe hebt gedaan kan je avontuur echt gaan beginnen! Ook als je al feitelijk gestart bent, zal je op basis van al je opgedane kennis veel krachtiger en met meer zelfvertrouwen kunnen doorpakken. Het zal ook betekenen dat er van alles op je pad gaat komen.

Hoe hou je het overzicht, hoe hou je je aan je planning en hoe zorg je ervoor dat je productief blijft?

In de volgende module laat ik je zien hoe je je productiviteit in stand houdt en kan verhogen. Bereid je voor op een nieuw begin, een nieuwe start, een nieuw avontuur!

Over De Starters Academie

Visie en missie

De Starters Academie is erop gericht om zoveel mogelijk mensen te helpen met het starten van hun bedrijf. Wij vinden dat iedereen de kans moet krijgen om zijn of haar ondernemersdroom waar te kunnen maken, ongeacht zijn of haar budget. Want wij geloven dat wanneer steeds meer mensen doen waar hun hart ligt, de wereld een stukje mooier wordt. En dan gaan we er misschien weer wat meer om geven, want dat is hard nodig!

Disclaimer

De E-books van De Starters Academie heb ik (Oscar Bulthuis) met veel plezier en toewijding voor jou geschreven. Omdat de interpretatie en de implementatie ervan uiteindelijk bij de lezer (jou!) liggen, kunnen De Starters Academie en de auteur geen verantwoordelijkheid nemen voor het gebruik en de toepassing van de inhoud van de modules.

Wij stimuleren het delen van kennis, maar net als bij een 'gewoon' boek gelden er auteursrechten op de inhoud van alle E-books. De reden hiertoe is niet alleen intellectueel eigendom, maar ook om te voorkomen dat dingen uit hun context geplaatst of gecommuniceerd worden. Het is dan ook niet toegestaan de teksten of afbeeldingen 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.

Help ons en andere starters!

Ken je andere starters of organisaties die zich met startende ondernemers bezig houden, dan kun je ons (en hen) helpen door hen naar ons te verwijzen. Wij doen onze uiterste best om elke starter optimaal te ondersteunen. Maar we zijn niet alwetend. Heb je tips of ideeën, dan nodigen we je van harte uit die met ons te delen!