



TOE AAN EEN NIEUWE STAP?

in jouw
onderneming?

INHOUD

Intro

01

JOUW KOMPAS

02

BEDRIJFSKOMPAS

03

KOMPAS IN ACTIE

04

NOG OP KOERS?

Meer weten?

I N T R O





JIJ **BRUIST** VAN DE IDEEËN

Je bent niet voor niets ondernemer geworden. Jij zoekt vrijheid, ruimte om je eigen koers te varen. Ruimte om nieuwe dingen te proberen.

Maar de laatste tijd merk je dat het beperkt blijft tot 'nieuwe dingen proberen *in je hoofd*'. Je hebt een duwtje in de goede richting nodig, een sparringpartner of een stok achter de deur. Iemand die je mee op sleeptouw neemt, je begeleidt naar de juiste weg en je aanspoort om jouw doelen te bereiken.

Dit E-book is een eerste stap in die richting. In vier heldere stappen breng ik je van idee naar concreet doel. Heb je na het lezen van dit E-book zin om de diepte in te duiken? Dan nodig ik je van harte uit voor een strategiesessie of het 1-op-1 traject waarin we gericht naar jouw doel toewerken.

H O O F D S T U K

01

J O U W
P E R S O O N L I J K
K O M P A S



JOUW PERSOONLIJK KOMPAS

Vertel eens,
waarom ben jij ondernemer
geworden?

Waarom past het ondernemerschap bij
jou? Misschien ben je er 'per toeval'
ingerold of zocht je juist aspecten van
het ondernemerschap die je in
loondienst niet vindt.

Wat drijft jou om te doen wat je doet?
Waarvoor kom jij elke ochtend uit je
bed? Voor de één is dat oprecht
contact met mensen. Voor de ander iets
betekenen voor de wereld. En voor weer
een ander is dat zo veel mogelijk moois
maken, zo groot mogelijk groeien of
jezelf elke dag uitdagen.

Inzicht in jouw drijfveren geeft inzicht in
jouw richting. Het toont je waar je jouw
voldoening, geluk of groei kunt vinden.

OPDRACHT

- > Wat deed jij graag als kind?

- > Waar krijg jij energie van?

- > Waar kun jij je erg boos om maken?

- > Als je minister president was, wat zou
jij dan als eerste aanpakken?
En waarom?

H O O F D S T U K

02

J O U W
B E D R I J F S -
K O M P A S

Focus in jouw bedrijf

Naast persoonlijke drijfveren, zijn ook jouw bedrijfswaarden van groot belang wanneer je een nieuw doel gaat stellen.

Welke waarden vormen de basis van jouw organisatie?

- Wil jij zoveel mogelijk klanten helpen in een korte tijd? Of juist écht de tijd nemen voor diepgaand advies.
- Heb jij een uniek aanbod. Een product dat je nergens anders vindt? Of ben jij juist van alle markten thuis?
- Staat service bij jou hoog in het vaandel en kan een klant áltijd bij je terugkomen? Of heeft een klant bij jou aan één sessie voldoende om zijn of haar eigen pad weer te volgen?



OPDRACHT

> Wat maakt jouw bedrijf uniek?

> Waarom doet een klant zaken met jou?
En niet met de concurrent?

> Welke klant is jouw ideale klant?
En wie help je juist niet?

> Wat is het belangrijkste doel van jouw onderneming?

H O O F D S T U K

03

K O M P A S
I N A C T I E



BEPAAAL JOUW KOERS

Jouw persoonlijk kompas en bedrijfskompas zijn onmisbaar wanneer jij een doel wilt bereiken. Of je nu een nieuw product in de markt wilt zetten, een nieuwe dienst wilt lanceren of een nieuwe bedrijfsrichting in wilt slaan. Een doel is leeg, algemeen en betekenisloos als je er geen persoonlijkheid aan toevoegt.

Het is tijd om het idee in jouw hoofd concreet te maken. Een duidelijke stip op de horizon te zetten. Die stip vormt jouw focuspunt en je bedrijfskompas en persoonlijk kompas leiden je de weg.

Zet nu eerst je stip op de horizon:

OPDRACHT

> **Wat** is jouw doel? Wat wil je bereiken?

> Bij **wie** wil je dit bereiken?

Bijvoorbeeld:

Geïnspireerd door collega-ondernemingen en berichten uit de media wil jij jouw bedrijf verduurzamen: geen printwerk meer, maar alles digitaal. Ook wil je dat jouw producten alleen nog maar per fiets of elektrische auto bezorgd worden.

Jouw doel?

Eind 2023 geen papier meer gebruiken op kantoor en 3/4 van alle pakketbezorgingen duurzaam.*

Bij wie?

Je wilt collega's duurzamer laten werken en bij klanten het duurzaamheidsideaal van jouw organisatie benadrukken.

*Tip: formuleer ook tussendoelen. Bijvoorbeeld per kwartaal, per maand of per week.



Houd focus op die stip op de horizon



én laat jouw persoonlijke waarden en bedrijfswaarden de route bepalen.

Deze waarden laten je zien welke weg voor jou het best begaanbaar is. Sommige ondernemers houden van een stevige klim via de toeristische route en anderen zijn juist het liefst zo snel mogelijk op de plaats van bestemming. De één gaat lekker duurzaam op de fiets terwijl de ander kiest voor een prachtige oldtimer.

Een voorbeeld ter inspiratie:

Jouw doel is = Omzet verhogen Jouw waarde = Samenwerking

Je richt je op die stip op de horizon (het verhogen van jouw omzet) en gaat daarbij niet voorbij aan de waarde die voor jou het meest belangrijk is: samenwerking. Maak van dit doel dus een 'teameffort' en geen eenzame tocht. Oftewel: stel een team samen waarmee je gezamenlijk naar het doel toe werkt.

En nog een voorbeeld:

Jouw doel is = Een nieuwe dienst lanceren Jouw waarde = Plezier en creativiteit

Je richt je op het lanceren van jouw nieuwe dienst en kiest op weg naar dit doel bewust voor acties die jou plezier opleveren. Dus bijvoorbeeld geen saaie PowerPoint presentaties, maar een live demo van jouw dienst. Geen standaard, grijs ondernemersplan, maar een avond met vrienden en collega's brainstormen in een café en een kleurrijke, visuele uitwerking van jouw plan.

H O O F D S T U K

04

N O G O P
K O E R S ?

Bij elke stap die je zet
houd je oog op jouw doel
én op jouw waarden.

Check altijd op jouw kompas
of je nog op koers ligt.

Handel vanuit wat past bij
jou en bij jouw onderneming
(en niet vanuit wat anderen
van jou verwachten).

Of wat je dént dat anderen van jou verwachten.





MEER
WETEN?

WAAR STA JIJ?

Het lezen van dit E-book was een belangrijke eerste stap in het realiseren van jouw idee. Maar natuurlijk vraagt een verandering om meer actie dan alleen het lezen van een E-book en het beantwoorden van wat vragen. Ben jij klaar voor het echte werk?

Ik werp me graag op als jouw trainer, adviseur, sparringpartner, stok-achter-de-deur, inspirator en coach. Als communicatiestrateghe heb ik 10 jaar ervaring als ondernemer en ruim 15 jaar ervaring in het communicatievak. In mijn [programma's](#) zit alles wat ik de afgelopen jaren geleerd en ontdekt heb.

Ik werk graag met ondernemers die een duidelijk doel voor ogen hebben, maar nog niet weten hoe zij daar het beste kunnen komen. Sterke communicatie is daarbij onmisbaar. Maar... welk middel zet je in? Wanneer? Waarom? En hoe? Ik leer mijn klanten hoe ze kunnen communiceren op een manier die zó goed bij ze past, dat het haast vanzelf lijkt te gaan. Zelfs als je geen spreker of schrijver van nature bent. Want jij gaat je doel enkel bereiken als je werkt en communiceert op een manier die helemaal bij jou past. Pas dán is het authentiek en oprecht. En dat voelt jouw klant.

Ga je mee op ontdekkingsreis?



WAT KUN JE DOEN?

- > Voeg me toe op **LinkedIn** voor interessante berichten over ondernemen en communicatie.
- > Vraag een **strategiesessie** aan. In één dagdeel duiken we in jouw idee. Na deze sessie heb je een duidelijke richting voor je doel, inzicht in je krachten en weet je welke stappen jij kunt zetten naar je doel.
- > Volg mijn **1-op-1 programma**. In deze unieke mix van interessante video's, uitgebreide werkboeken met opdrachten en 1-op-1 coaching gaan we diep in op jouw doel (bijvoorbeeld een nieuwe dienst lanceren, een nieuw product in de markt zetten of een nieuwe bedrijfsrichting inslaan). We werken stap voor stap naar jouw doel toe.



Na het volgen van het programma beschik jij over een flinke dosis communicatiekennis, een toolbox met direct toepasbare communicatiemiddelen en een (herbruikbaar) stappenplan.

TIJD OM JOUW IDEE
OM TE ZETTEN NAAR
WERKELIJKHEID

IK HELP JE GRAAG

WWW.MOORCOMMUNICATIE.NL

Maanije Bentens

