

Kies je voor noodzaak of voor succes?

ANNECHIEN BROEKMEIJER

Voor ondernemerscoach Annechien Broekmeijer is ondernemen een manier van leven. Voor de een is het hebben van een eigen onderneming een noodzakelijk kwaad, voor de ander is het een mooie reden om niet meer voor een baas te hoeven werken. Wat de reden ook is, groot denken helpt!

Chaostheorie

De chaostheorie kijkt naar de onderliggende orde van een schijnbare chaos. De naam 'chaostheorie' is misleidend. Hij suggereert dat er geen orde bestaat. Dit is niet juist, want in werkelijkheid blijkt zelfs aan de meest complexe systemen een onverwachte wetmatigheid ten grondslag te liggen. Voorbeelden van dynamische systemen zijn onder andere de atmosfeer, kolkende vloeistoffen, populatiesystemen en zelfs het zonnestelsel.

De chaostheorie is gebaseerd op het principe van een immens sterke gevoeligheid voor afwijkende begintoestanden. Zelfs het kleinste verschil in de aanvangssituatie van een patroon kan een zo volkomen afwijkend resultaat opleveren dat het evengoed uit een andere beginsituatie zou kunnen zijn voortgekomen.

De meest gebruikte metafoer rond het principe van de chaostheorie is het zogenaamde 'vlindereffect'. Dit stelt dat een minuscuul voorval als het vleugelfladderen van een vlinder in Brazilië na verloop van tijd een tornado kan veroorzaken in Texas. Dit is dan ook precies wat Lorenz waarnam: minuscule verschillen in de beginsituatie resulteren langzaam maar zeker in steeds grotere afwijkingen en zorgen ten slotte voor een volledig nieuwe en onverwachte uitkomst.

Bron: tallsay.com



Ondernemen is een levenswijze.' Dit is een uitspraak die ik veel doe en die voor mij volledig van toepassing is. Ik ervaar een groot verschil tussen het hebben van een bedrijf en ondernemen. In dit artikel wil ik je uitnodigen en uitdagen om dit verschil te herkennen en jouw ondernemerschap te ontdekken en strategisch te ontwikkelen. Betekent dit dat het morgen allemaal anders is? Nee, waarschijnlijk niet (hoewel dat natuurlijk mooi zou zijn ...), maar je zult wel een vonk voelen. Die vonk zal je inspireren om het ondernemen als coach in een ander licht te gaan zien, te veranderen en meer strategisch en vanuit de essentie te benaderen. Daarmee kun je je succes vergroten.

Je start met je bedrijf

Coaches starten vaak met een bedrijf omdat dat de enige of beste manier is om hun vak uit te oefenen. Je bent vooral een professional (coach) en daar komt het hebben van een bedrijf bij. Een noodzakelijk kwaad? Voor sommigen wel en dan kan het als een behoorlijke last voelen. Voor anderen een mooie manier om niet meer voor een baas te werken. Wat de reden ook is, het bedrijf is een feit. En dan?

De valkuil voor starters die vol voor hun bedrijf gaan, maar ook voor hen die al langer bezig zijn, is om in de dagelijkse business te duiken. Er moeten immers cliënten in je praktijk komen, er moet geld verdiend worden. Veel ondernemende coaches denken op korte termijn, op het 'nu' scoren. Je maakt zo snel mogelijk een website, een Facebookpagina, een nieuwsbrief en een mailingbestand. Maar waarom ben je dit allemaal aan doen, naast het binnenhalen van omzet? Welke boodschap draag je uit?

Aan de andere kant zijn er ook veel coaches die het voeren van hun praktijk 'erbij doen'. Het inkomen dat ze uit hun bedrijf halen is minder belangrijk, omdat ze ook een ander inkomen hebben of de partner voldoende verdient. Dit is een comfortabele uitgangssituatie, maar het houdt ook in dat je motivatie anders is en de kans dat je je ondernemerschap strategisch zult zien, is veel kleiner.

Kies jij voor de korte termijn?

Bij de begeleiding van ondernemers zie ik heel vaak het kortetermijndenken. Dat begrijp ik volledig, er moet immers naast het plezier in het werk ook simpelweg geld verdiend worden, er moet 'brood op de plank'. Wanneer je je echter daarop focust, ben je alleen bezig in het nu en met morgen. De (middel)lange

termijn komt dan niet in je op ... Helaas, want daarmee mis je een kans om aan de ene kant in de toekomst (nog) meer geld te verdienen en aan de andere kant jouw missie te realiseren.

Wanneer je je dromen kent, of herkent, durf je vaak groter te gaan denken.

Ik wil je dan ook uitnodigen om te kijken, te gaan ervaren, wat je drijfveren zijn. Daarmee bedoel ik te onderzoeken waar je hart sneller van gaat kloppen of een sprongetje van maakt, waar je het warm van krijgt, waar je zin hebt om mee aan de slag te gaan. Oftewel, waar je echt en oprecht voldoening van krijgt en niet gedreven wordt door de noodzaak om geld te verdienen.

Wanneer ik de vraag aan cliënten stel wat ze graag willen, krijg ik vaak het antwoord: een goedlopende praktijk, geld verdienen, mensen kunnen helpen. Kortetermijnresultaat. En dan stel ik de vraag: en wat is er als je dat bereikt, je een paar cliënten hebt, wat brengt het jou en hen als die mensen een stap verder komen?

En na het antwoord dat ik dan krijg van de coach in kwestie volgt dan weer mijn vraag: en wat is er dan, wat is er veranderd in de wereld? En als dat bereikt is, wat is er dan? En dan? En daarna? We gaan door tot het resultaat zo groot is dat het eigenlijk niet groter meer kan zijn.

Hiermee wil ik je uitnodigen om een sterke beweging te gaan voelen en zo voorbij het kortesuccesdenken te komen. Denk groot! Een onderliggend aspect dat ik veel bij coaches en therapeuten zie is dat het 'kortetermijnscoren' veel te maken heeft met gezien willen worden, bevestiging te krijgen dat ze de moeite waard zijn. Wat gebeurt er bij jou wanneer ik zeg dat jij met dit werk de wereld kunt veranderen, mooier maken? En dat je daarmee ook een verantwoordelijkheid draagt en kunt nemen? Jij als wereldverbeteraar. Ja echt!

Ga dromen!

Wat zijn je dromen? Welke idealen heb je? En leef je ze ook? Voor Nederlanders kan dat best moeilijk zijn; in onze behoudende, calvinistische maatschappij hebben de meesten van ons leren leven volgens het principe 'doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg'. En tja, voor vrouwen geldt dit waarschijnlijk

nog meer ... Die denken al snel: 'Wie ben ik om te denken dat ik zo'n invloed op de wereld kan hebben?'

Wanneer je je dromen kent, of herkent, durf je vaak groter te gaan denken. De chaostheorie (zie kader) is een mooie ondersteuning om je te laten weten dat ook jouw dromen kunnen uitkomen, dat je jouw idealen kunt realiseren én dat ze een effect op de wereld kunnen en zullen hebben. Immers, het kleine effect dat jij kunt realiseren, stroomt door, waardoor het een vervolgeffect heeft. Zo ontstaat een mooie olievlek. Leven vanuit je idealen is heel vervullend. En ja, daar mag je geld mee verdienen! Denk groot!

Zo is het schrijven van dit artikel voor mij een manier om mijn droom weer een stukje te realiseren. Als jij namelijk door het lezen hiervan als coach en ondernemer net iets (of heel veel) succesvoller bent en met meer passie vanuit je essentie kunt werken, dan kun jij meer mensen begeleiden en daarmee meer mensen meer geluk laten ervaren. De olievlek is een feit.

Authenticiteit is precies dat wat altijd de basis moet zijn voor jouw keuzes als mens en als ondernemer.

Beperkende overtuigingen

Mensen kunnen vaak heel goed hun idealen of dromen omschrijven of uitbeelden, maar er is altijd die MAAR. Ze kunnen heel veel redenen noemen waarom iets niet kan, niet lukt, nog niet mogelijk is.

Door te gaan dromen, lopen we ook tegen onmogelijkheden op. Of liever, vaak schijnbare onmogelijkheden. We hebben te maken met omstandigheden, uit het verleden of in het nu, die beperkende overtuigingen kunnen geven. De uitdrukking 'beperkende overtuiging' vertelt precies wat het is: we hebben het hier over gedachten waarmee je jezelf tegenhoudt. Een onwaarheid waardoor je niet doet of durft te doen wat je kunt. Wanneer je immers klein denkt, en dat hoeft ik jou als lezer waarschijnlijk niet te vertellen, zijn jouw activiteiten én resultaten ook klein. En ook hier hebben vrouwen in het algemeen meer last van dan mannen. Door hier vanaf te komen, ze te verminderen, kunnen we deze belemmerende overtuigingen

doorbreken en loslaten. Op de lange termijn heeft dat grote effecten.

Hoe ontdek je hoe je jezelf beperkt of tegenhoudt? Waarvoor het komt dat je niet verder komt met je bedrijf, je niet de gewenste grootte bereikt? Er zijn verschillende methoden voor om hierachter te komen, coachingsmethoden die je misschien zelf goed kent. Hierbij kun je bijvoorbeeld denken aan de innerlijke criticus, een stem die je continu vertelt wat er niet goed is, wat je anders moet doen. Krijg die maar weer stil ... Laat hem aan het woord en zeg daarna letterlijk 'Stop' tegen die stem. Ook kun je systemisch werken (opstellingen), ikzelf doe dat bijvoorbeeld vooral met (kiezel)stenen. Hiermee onderzoek je hoe mensen, de rollen die je hebt, en je overtuigingen zich tot elkaar verhouden op een onbewust niveau. Je maakt ze bewust én je kunt ze 'in beweging brengen'. Maar er zijn ook andere methodes. De valkuil voor de coach: je eigen blinde vlek. De techniek of methodiek is bekend, maar jezelf helpen kan heel lastig zijn.

Rollen

Het is interessant om je te realiseren welke rollen je hebt, we hebben er allemaal als mens verschillende. Welke rollen heb je dan zoal? In het kader van dit artikel over de ondernemende coach kun je denken aan de rol van professional (coach/therapeut), ondernemer, marketeer, wellicht zakelijk partner. Misschien heb je er nog meer die je kunt bedenken. Het zijn allemaal stukjes van jou, die invloed hebben op je bedrijf en het ondernemen.

Je bewust worden van je rollen en wat elk van deze rollen voor je betekent, is, ik zou bijna zeggen, van zakelijk levensbelang. Om deze helder te krijgen, werk ik heel vaak met een visualisatie. Door mensen in een ontspannen staat mee te nemen in beelden laat ik ze de mens, de professional, de ondernemer als mensen zichtbaar maken en 'uit elkaar te trekken'. Zo kunnen cliënten zien hoe deze figuren zich tot elkaar verhouden en naar elkaar kijken. Dit brengt heel duidelijk in beeld wat ze voor elkaar betekenen en wat er onderling gebeurt, wat niet goed gaat, waar ze botsen of schuren. Het is een krachtige oefening die steeds weer te herhalen is, want door stappen te zetten in je ontwikkeling, door veranderende omstandigheden, nieuwe ervaringen voor de verschillende 'personages' en eenvoudigweg door 'het moment' zullen de rollen ten opzichte van elkaar veranderen.

Ondernemer als marketeer

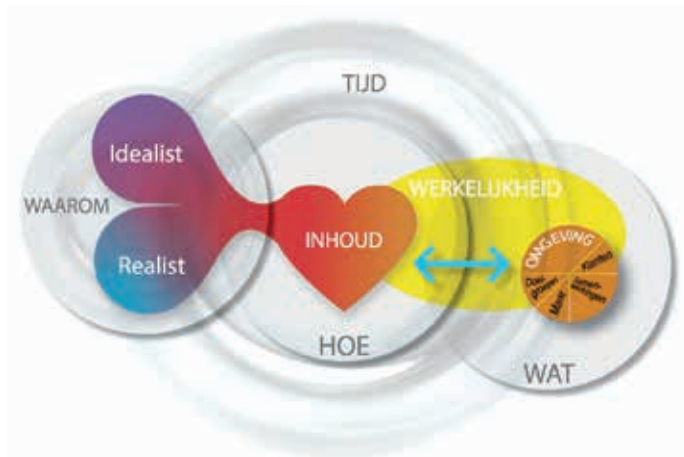
Laten we nu even de stap maken naar een invulling van je bedrijf. Als ondernemer heb je ook een taak als marketeer. Marketing is net als administratie een noodzakelijk kwaad, maar een aspect dat natuurlijk wél bij ondernemen hoort. Ondernemen is marketing, het gaat erom dat je jezelf in alle aspecten laat zien. Het is de manier om bekend te worden bij je doelgroepen en daarbuiten en een (passend) beeld van jezelf en je bedrijf te creëren. Hier zijn veel verschillende manieren voor.

Er wordt op dit moment veel (online) geadviseerd over wat je allemaal moet doen aan marketing, zoals aanbieden van online programma's, webinars, niet meer individueel werken om uurtje-factuurtje los te laten. Goede adviezen, die voor sommigen heel goed werken. De vraag is daarom ook: past het bij jou? Voor evenzoveel ondernemers werkt het namelijk niet. Omdat het niet bij de persoon past, bij de visie van je bedrijf of bij het uitgavenpatroon dat je wilt hebben. Authenticiteit en eigen keuzes maken is hierbij het toverwoord. Authenticiteit is een woord dat aan 'inflatie' onderhevig is, maar daarmee is het niet minder waar of belangrijk geworden. Het is wel precies dat wat altijd de basis zou moeten zijn voor jouw keuzes als mens en als ondernemer.

Marketinggericht Ondernemen

Om mensen te ondersteunen in het ontwikkelen van hun persoonlijk passende marketing heb ik (in samenwerking met Invizien-Uitstralen) een model ontwikkeld, dat je uitnodigt jouw eigen manier van marketing te vinden. Het heet Marketinggericht Ondernemen (zie figuur). Het verbindt het ondernemen met de marketing. Het startpunt is de ontdekking van je persoonlijke idealen, die een directe connectie met jouw dromen hebben. Van daaruit maak je de belangrijke balans met realisme: je stelt jezelf de vraag wat je nu, morgen, volgend jaar kunt realiseren. Vervolgens maak je de vertaling naar wat je wilt doen om dit te realiseren, in wat je als professional doet en hoe je dat doet. Dat is de stevige basis voor het invullen van welk verhaal je vertelt en via welke kanalen aan wie. De stevige basis zijn jouw persoonlijke idealen.

Jouw persoonlijke idealen zijn de stevige basis.



Marketinggericht ondernemen

Samenvattend bied ik je hier vijf stimulerende basisstappen naar succesvol ondernemen:

- 1 Schrijf je idealen op, hoe wil jij de wereld zien? (Denk groot!)
- 2 Schrijf je dromen op, waar gaat jouw hart sneller van kloppen?
- 3 Onderzoek de betekenis en bedoeling van iedere rol die je hebt.
- 4 Schrijf op of beeld uit hoe jij dat als ondernemer en professional kunt realiseren (combineer 1, 2 en 3).
- 5 Formuleer SMART-doelen: voor ondernemer, professional, marketeer.

Succes

Wanneer je dit artikel nog eens goed doorleest en je mijn inzichten en adviezen ter harte neemt, bouw je een belangrijke basis voor jouw succes. Koppel daaraan de overtuiging: 'Ik heb succes, ik creëer succes', en je hebt een belangrijke stap in je ondernemerschap gezet en dat ga je merken in je coaching.

Zoek, ondervind en vind jouw manier van ondernemen. Wanneer je het ondernemen invult op de manier die bij jou past, dan heb je succes en kun je jouw professional (coach) zich naar hartenlust laten uitleven. Iedere rol in je kan zich focussen op zijn taak. Dat maakt het rustiger en duidelijker.

Weet dat iedere expert ooit een beginner was! Heb een ontzettend grote droom die jou een beetje bang maakt. En ga er helemaal voor. Zet kleine stapjes. Vier iedere vooruitgang en zet door.

Succes!

Heb je naar aanleiding van dit artikel vragen of wil je de genoemde visualisatie eens (gratis) ervaren, neem dan contact met me op.