Van idee naar
ONDERNEMING

Het praktische handboek voor startende ondernemers

Van strategie tot administratie.
Van jouw eerste klant tot een bedrijf dat kan groeien.



POTENTIAL ACTIVATION
Persoonlijke Groei| Leiderschap | Ondernemerschap

ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN
© 2026 Potential Activation B.V.

Dit handboek is ontwikkeld door Potential Activation B.V. en is uitsluitend bedoeld voor persoonlijk gebruik door de koper.

Niets uit dit handboek mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Potential Activation B.V. worden gekopieerd, verspreid, gepubliceerd, doorverkocht of gebruikt voor commerciële doeleinden, trainingen, opleidingen of andere vormen van begeleiding.

De inhoud van dit handboek is met zorg samengesteld en bedoeld om startende ondernemers inzicht, richting en praktische handvatten te geven bij het opbouwen van hun onderneming.

Ondernemen vraagt altijd om keuzes die passen bij jouw persoonlijke en zakelijke situatie. Informatie over onder andere belastingen, juridische zaken, verzekeringen en financiën is daarom algemeen van aard en vervangt geen persoonlijk advies van een accountant, boekhouder, jurist, fiscalist of andere specialist.

Aan de inhoud van dit handboek kunnen geen rechten worden ontleend.

Inhoudsopgave

Voorwoord pg 4

1. Welkom ondernemer pg 5

2. Jouw ondernemersfundament pg 8

3. De basis van jouw onderneming pg 13

4. Jouw bedrijf professioneel neerzetten pg 16

5. Administratie zonder zorgen pg 20

6. Verkoop pg 24

7. Marketing pg 30

8. Persoonlijk leiderschap pg 38

9. Financieel gezond ondernemen pg 44

10. Werken met anderen pg 51

11. Organisatie bouwen pg 57

12. Jaarprogramma ondernemers pg 66

Bijlagen pg 70

- **Bijlage 1: Kernwoorden inspiratielijst** pg 71
- **Bijlage 2: Indicatie van de investeringen** pg 72
- **Bijlage 3: De investering die niemand ziet** pg 74
- **Bijlage 4: Wat kost het als je alles los koopt** pg 75

Voorwoord

Welkom ondernemer, fijn dat je hier bent.

Een onderneming starten begint vaak met een idee. Je ziet een kans, je hebt ergens talent voor of je weet dat je iets voor anderen kunt betekenen. Maar tussen een goed idee en een goed bedrijf zit een wereld van verschil.

Ondernemen betekent namelijk veel meer dan goed zijn in je vak. Ineens moet je nadenken over je strategie, klanten, prijzen, administratie, marketing, verkoop, belastingen, verzekeringen en financiën. En ondertussen moet je ook nog gewoon je werk doen en omzet maken.

Veel startende ondernemers verliezen daardoor onnodig veel tijd. Niet omdat ze niet gemotiveerd zijn, maar omdat ze simpelweg niet weten wat er allemaal op hen afkomt, wat belangrijk is en in welke volgorde ze dingen moeten regelen.

Daarom hebben wij dit handboek ontwikkeld.

We willen je helpen om vanaf het begin bewuste keuzes te maken en een stevige basis neer te zetten. Niet door je alleen te vertellen wat je moet regelen, maar vooral door je te helpen begrijpen waarom het belangrijk is en wat het betekent voor jouw onderneming.
Gebruik dit handboek daarom niet als iets wat je één keer leest en daarna in de kast legt. Schrijf erin. Maak de opdrachten. Beantwoord de vragen. Zet acties uit en kom regelmatig terug bij wat je hebt opgeschreven.

Je hoeft ook niet alles zelf te kunnen. Sterker nog, goed ondernemerschap betekent juist dat je leert herkennen wat je zelf moet doen en waar het slimmer is om kennis of ondersteuning in te schakelen. Op verschillende plekken in dit handboek laten we daarom zien waarbij Potential Activation je kan ondersteunen.

Wij geloven in de onbegrensde mogelijkheden van ieder mens. Maar potentieel alleen is niet genoeg. Het krijgt pas waarde wanneer je het omzet in keuzes, actie en resultaat.

Dit is jouw onderneming. Bouw hem bewust.

Mohammed Mezian
Algemeen Directeur | Ondernemersmentor
Potential Activation





Hoofdstuk 1:

Welkom ondernemer

Hoofdstuk 1:
Welkom ondernemer

Van goed zijn in je vak naar het bouwen van een bedrijf

Veel ondernemers starten vanuit iets waar ze goed in zijn. Je bent coach, adviseur, trainer, monteur, kapper, ontwerper, marketeer of hebt een goed idee voor een product of dienst.

Je denkt: *hier kan ik mijn werk van maken.*

Dat is een mooi begin. Maar goed zijn in je vak maakt je nog niet automatisch goed in ondernemen.

Als ondernemer krijg je er namelijk een tweede vak bij: het bouwen en leiden van jouw onderneming.

Je moet klanten vinden, verkopen, keuzes maken, je financiën begrijpen, je administratie regelen, zichtbaar worden, plannen maken en zorgen dat er uiteindelijk meer binnenkomt dan eruit gaat.

Werk je in je bedrijf of bouw je aan je bedrijf?

Dit is één van de belangrijkste verschillen die je als starter moet begrijpen.

Werken in je bedrijf

Je voert opdrachten uit, helpt klanten, levert je product of dienst en doet het werk waarvoor klanten jou betalen.

Werken aan je bedrijf

Je denkt na over waar je naartoe wilt, hoe je klanten krijgt, wat je verdient, hoe je slimmer kunt werken en wat er nodig is om verder te groeien.

In het begin doe je waarschijnlijk bijna alles zelf. Dat is normaal. Het gevaar ontstaat wanneer je maanden of jaren later nog steeds alleen maar bezig bent met uitvoeren.

Dan heb je misschien wel werk voor jezelf gecreëerd, maar nog geen onderneming gebouwd.

Hoofdstuk 1:
Welkom ondernemer

De drie fases van ondernemen

1. De starter
Je legt de basis, zoekt je eerste klanten en ontdekt wat wel en niet werkt.

2. De groeiende ondernemer
Je krijgt meer klanten en omzet. Structuur, keuzes, planning en financieel inzicht worden steeds belangrijker.

3. De organisatie
Niet alles draait meer om jou. Je gaat werken met processen, systemen, partners of medewerkers en leert steeds meer leiding te geven aan je bedrijf.

Je hoeft vandaag nog niet te weten hoe fase drie eruitziet. Maar het helpt wel om vanaf het begin keuzes te maken die passen bij waar je uiteindelijk naartoe wilt.



Hoofdstuk 2:

Jouw ondernemersfundament

Hoofdstuk 2:
Jouw ondernemersfundament

Eerst richting, daarna rennen

Een veelgemaakte fout bij het starten van een onderneming is direct beginnen met uitvoeren. Een bedrijfsnaam bedenken, een logo laten maken, een website bouwen en een Instagram account openen.

Allemaal nuttig. Maar voordat je daaraan begint, moet je eerst een belangrijkere vraag beantwoorden:

Wat voor onderneming wil je eigenlijk bouwen?

Zonder duidelijke richting ga je vooral veel doen. En veel doen is niet automatisch hetzelfde als vooruitgaan. Daarom begint een sterke onderneming met een aantal fundamentele keuzes.

1. Jouw WHY

Waarom wil jij ondernemen?

Niet: *"om geld te verdienen."* Natuurlijk moet je geld verdienen. Anders heb je een dure hobby met een KVK nummer.

Wat is de diepere reden dat jij deze onderneming wilt bouwen? Welk verschil wil je maken voor jouw klanten, jezelf of misschien je gezin?

Mijn WHY is:

_____

_____

_____

_____

2. Missie

Je missie beschrijft wat jouw onderneming vandaag doet en voor wie.
Probeer deze zin af te maken:
Wij helpen: _____
met: _____
zodat: _____
_____

Hoofdstuk 2:
Jouw ondernemersfundament

3. Visie
Je visie gaat over de toekomst. Waar wil je met jouw onderneming naartoe en welke verandering wil je uiteindelijk bereiken?

Over drie tot vijf jaar wil ik dat mijn onderneming:

4. Kernwaarden
Kernwaarden bepalen hoe jij wilt ondernemen. Ze helpen je later bij keuzes over klanten, medewerkers, partners en de manier waarop je werkt.

Kies niet simpelweg drie woorden die mooi op een website staan. Kies waarden die daadwerkelijk iets zeggen over jouw gedrag. (Zie **bijlage 1: Kernwaarden inspiratielijst**)

Mijn belangrijkste kernwaarden zijn:
1. _____
2. _____
3. _____

5. Jouw klant
Je kunt niet voor iedereen de beste keuze zijn.
Beschrijf daarom zo concreet mogelijk wie jij wilt helpen.

Mijn belangrijkste klant is:

Het belangrijkste probleem of verlangen van deze klant is:

Mijn ideale klant (van wie word ik echt blij):

Hoofdstuk 2:
Jouw ondernemersfundament

6. Jouw aanbod

Wat verkoop je precies?
Beschrijf niet alleen wat je levert, maar vooral welk resultaat of welke waarde jouw klant daarvoor terugkrijgt.

Mijn belangrijkste product of dienst is:

De waarde voor mijn klant is:

---

7. Jouw verdienmodel

Hoe gaat jouw onderneming geld verdienen?
Denk bijvoorbeeld aan losse opdrachten, producten, abonnementen, trajecten, pakketten of een combinatie daarvan.

Mijn belangrijkste inkomsten komen uit:

Van idee naar plan

Als je bovenstaande vragen hebt beantwoord, heb je de eerste bouwstenen van jouw onderneming bepaald. De volgende stap is om deze te vertalen naar concrete doelen voor de komende twaalf maanden.

Daar kunnen wij je ook bij helpen!

Hoofdstuk 2:
Jouw ondernemersfundament

Wil je dit niet alleen doen?

Een goede strategie ontstaat niet door alleen een aantal vragen in te vullen. Tijdens onze Strategiesessie bouwen we samen het fundament van jouw onderneming.

We bepalen onder andere:

- Jouw WHY
- Jouw missie
- Jouw visie
- Kernwaarden
- Doelgroep
- Diensten
- Verdienmodel
- Omzetdoelen
- Persoonlijke doelen
- Financiële doelen
- Groeidoelen

Het resultaat:
Een duidelijke koers en een concreet jaarplan waarmee jij weet wat je wilt bereiken, wat daarvoor nodig is en waar je als eerste mee aan de slag gaat.

Potential Activation kan deze strategiesessie samen met jou uitvoeren.
Plan hier je strategiesessie direct in



Hoofdstuk 3:

De basis van jouw onderneming

Hoofdstuk 3:
De basis van jouw onderneming

Een goede start begint met een goede basis

Je wilt waarschijnlijk het liefst zo snel mogelijk klanten helpen en omzet maken. Logisch. Maar voordat je echt van start gaat, zijn er een aantal zaken die je goed moet regelen.

Niet iedere ondernemer heeft exact dezelfde basis nodig. Dat hangt onder andere af van je rechtsvorm, werkzaamheden, klanten en branche. Gebruik deze checklist daarom om te bepalen wat voor jouw onderneming van toepassing is en wat nog geregeld moet worden.

Bedrijf en registratie
□ Bedrijfsnaam gekozen
□ Eventuele handelsnamen bepaald
□ Inschrijving bij de Kamer van Koophandel geregeld
□ Gegevens bij de Belastingdienst gecontroleerd
□ Zakelijke bankrekening geopend
□ Zakelijk telefoonnummer geregeld

Online basis
□ Domeinnaam geregistreerd
□ Zakelijk e mailadres ingesteld
□ Microsoft 365 of andere zakelijke werkomgeving ingericht
□ Website geregeld
□ Google Bedrijfsprofiel aangemaakt
□ LinkedIn profiel professioneel ingericht

Uitstraling
□ Logo ontwikkeld
□ Huisstijl bepaald
□ Kleuren en lettertypes vastgelegd
□ Professionele uitstraling doorgevoerd in communicatie

Juridisch en bescherming
□ Algemene voorwaarden geregeld
□ Privacyverklaring geregeld
□ Cookiebeleid geregeld indien van toepassing
□ Benodigde zakelijke verzekeringen onderzocht en afgesloten
□ AI-beleid

Controleer jouw basis

Loop bovenstaande checklist rustig door en markeer ieder onderdeel:
Geregeld / Nog regelen / Ik weet niet of ik dit nodig heb

Juist die laatste categorie is belangrijk. Je hoeft als startende ondernemer niet overal verstand van te hebben. Je moet wel weten wanneer je iets moet uitzoeken of professionele hulp nodig hebt.

Hoofdstuk 3:
De basis van jouw onderneming

Wij helpen je jouw bedrijfsbasis neer te zetten

Wil je niet alles zelf uitzoeken en bij verschillende partijen onderbrengen? Potential Activation kan je helpen bij het opzetten van jouw onderneming.

Afhankelijk van wat jij nodig hebt, kunnen wij je ondersteunen bij onder andere:

✓ Bedrijfsstructuur en inrichting
✓ Domeinnaam
✓ Zakelijke e-mail
✓ Microsoft 365
✓ Website
✓ Google Bedrijfsprofiel
✓ LinkedIn
✓ Logo en huisstijl
✓ Algemene voorwaarden
✓ Privacy en AVG documenten
✓ Zakelijke verzekeringen
✓ Administratie en boekhouding

Samen kijken we wat al geregeld is, wat nog ontbreekt en wat voor jouw onderneming daadwerkelijk nodig is. Vervolgens bepalen we wat jij zelf doet en wat wij voor je kunnen regelen.

Plan hier een verkenningsgesprek in voor meer informatie of om eens te sparren.



Hoofdstuk 4:

Jouw bedrijf professioneel neerzetten

Hoofdstuk 4:
Jouw bedrijf professioneel neerzetten

Zorg dat jouw uitstraling past bij de kwaliteit die je levert

Een potentiële klant vormt vaak al een beeld van jouw onderneming voordat jullie elkaar hebben gesproken.

Je website, logo, LinkedIn profiel, offerte, e mailadres en zelfs je e mailhandtekening vertellen allemaal iets over jouw bedrijf.

Daarom is een professionele uitstraling geen luxe die je pas nodig hebt wanneer je groot bent. Het helpt je vanaf het begin om vertrouwen en herkenbaarheid op te bouwen.

Dat betekent niet dat je bij de start duizenden euro's moet uitgeven aan een perfecte huisstijl. Het betekent wel dat wat je gebruikt professioneel, herkenbaar en consequent moet zijn.

Jouw merk en uitstraling

Denk onder andere aan:

✓ Logo
✓ Kleuren
✓ Lettertypes
✓ Huisstijl
✓ Visitekaartjes en drukwerk
✓ Presentaties
✓ Offertes
✓ Facturen
✓ E mailhandtekening
✓ Social media uitstraling

Alles hoeft niet direct uitgebreid te zijn. Zorg er vooral voor dat klanten steeds dezelfde onderneming herkennen.

Hoofdstuk 4:
Jouw bedrijf professioneel neerzetten

Jouw online basis

Voor veel klanten is jouw website één van de eerste plekken waar ze controleren wie je bent en wat je doet.
Een professionele online basis kan bestaan uit:

✓ Domeinnaam
✓ Hosting
✓ SSL beveiliging
✓ Professionele website
✓ Zakelijk e mailadres
✓ Contactformulier
✓ Google Maps en Google Bedrijfsprofiel
✓ Basis voor SEO / GEO
✓ Analytics
✓ Conversiemeting
✓ Onderhoud en updates
✓ Back ups

Welke onderdelen je precies nodig hebt, hangt af van jouw onderneming en hoe je klanten wilt bereiken.

Wat moet een klant direct begrijpen?

Eén onderdeel moet je als ondernemer wél zelf scherp hebben.
Wanneer iemand jouw website, LinkedIn pagina of ander communicatiekanaal bekijkt, moet binnen korte tijd duidelijk zijn:

- ***Wie help je?***
- ***Waarmee help je?***
- ***Waarom moet iemand voor jou kiezen?***
- ***Wat is de volgende stap?***

Als jij deze vier vragen zelf niet duidelijk kunt beantwoorden, kan een webbouwer dat probleem niet voor je oplossen. Dan krijg je hooguit een mooie website waarop niemand begrijpt wat je verkoopt. Dat kunststukje komt verrassend vaak voor.

Hoofdstuk 4:
Jouw bedrijf professioneel neerzetten

Wij kunnen dit voor je bouwen

Je hoeft niet zelf uit te zoeken hoe je een website bouwt, hosting instelt of een professionele huisstijl ontwikkelt.

Potential Activation kan je ondersteunen bij het professioneel neerzetten van jouw onderneming.
Wij kunnen onder andere verzorgen:

✓ Domeinnaam en hosting
✓ Zakelijke e mail
✓ Logo en huisstijl
✓ Website
✓ SSL beveiliging
✓ Contactformulieren
✓ Google Maps
✓ Google Bedrijfsprofiel
✓ SEO inrichting
✓ Analytics en conversiemeting
✓ Website onderhoud
✓ Updates en back ups
✓ Offerte en presentatiesjablonen
✓ Social media uitstraling

Jij bepaalt wat jouw onderneming moet uitstralen en waar je naartoe wilt. Wij kunnen helpen om dat professioneel neer te zetten.

Voor meer informatie en hulp voor je website kijk hier:
https://potentialactivation.socialjolt.nl/



Hoofdstuk 5:

Administratie zonder zorgen

Hoofdstuk 5:
Administratie zonder zorgen

Een goede administratie is de basis van financieel gezond ondernemen

Administratie is voor veel startende ondernemers niet het onderdeel waarvoor ze ondernemer zijn geworden. Toch is het vanaf dag één een belangrijk onderdeel van je bedrijf.

Je krijgt te maken met inkomsten, uitgaven, facturen, belastingen, betalingen en wettelijke verplichtingen. Als dit niet goed wordt ingericht, ontstaat er al snel achterstand en verlies je het overzicht.

Daarom geldt:

Je hoeft niet zelf je boekhouding te doen. Je moet er wel voor zorgen dat deze goed geregeld is.

Wat moet er geregeld worden?

Afhankelijk van jouw onderneming krijg je onder andere te maken met:

✓ Een passend boekhoudprogramma
✓ Inrichten van de administratie
✓ Koppeling met je zakelijke bankrekening
✓ Verkoopfacturen
✓ Inkoopfacturen
✓ Verwerken van bonnetjes en zakelijke kosten
✓ BTW aangiften
✓ ICP aangiften indien van toepassing
✓ Kilometerregistratie indien van toepassing
✓ Debiteurenbeheer
✓ Crediteurenbeheer
✓ Jaarafsluiting
✓ Contact met accountant of boekhouder
✓ Contact met de Belastingdienst
✓ Financiële rapportages
✓ Cashflow inzicht
✓ Winstanalyse

Niet ieder onderdeel zal direct op jouw onderneming van toepassing zijn. Het belangrijkste is dat je vanaf het begin weet **wat voor jouw bedrijf geregeld moet worden en wie daarvoor verantwoordelijk is.**

Hoofdstuk 5:
Administratie zonder zorgen

Uitbesteden betekent niet dat je niet meer hoeft te kijken

Je kunt je administratie en boekhouding uitbesteden, maar als ondernemer moet je wel begrijpen hoe jouw onderneming er financieel voor staat.

Je hoeft niet te weten op welke grootboekrekening een factuur geboekt moet worden. Je moet wél antwoord kunnen geven op vragen als:

- ***Hoeveel omzet maak ik?***
- ***Wat zijn mijn kosten?***
- ***Maak ik daadwerkelijk winst?***
- ***Heb ik voldoende geld beschikbaar om mijn verplichtingen te betalen?***
- ***Welke belastingen moet ik nog betalen?***
- ***Welke klanten moeten mij nog betalen?***

Dat financiële inzicht behandelen we uitgebreider in het hoofdstuk **Financieel gezond ondernemen.**

Hoofdstuk 5:
Administratie zonder zorgen

Wij kunnen jouw administratie en boekhouding verzorgen

Wil je jouw tijd besteden aan klanten, omzet en het bouwen van je onderneming in plaats van aan je boekhouding?

Nafamo (financiële specialisten i.s.m. Potential Activation) kan jouw administratie vanaf de start professioneel inrichten en verzorgen.

Wij kunnen je onder andere ondersteunen met:

✓ Inrichten van jouw administratie
✓ Boekhoudprogramma
✓ Bankkoppeling
✓ Verwerken van jouw administratie
✓ Inkoop en verkoopfacturen
✓ BTW aangiften
✓ ICP aangiften
✓ Debiteuren en crediteuren
✓ Jaarafsluiting
✓ Financiële rapportages
✓ Cashflow inzicht
✓ Winstanalyse
✓ Contact met accountant en Belastingdienst
✓ Financieel advies

Zo blijft jouw administratie op orde en houd jij inzicht in de financiële gezondheid van jouw onderneming, zonder dat je alles zelf hoeft uit te zoeken en uit te voeren.

Kijk op www.nafamo.nl voor meer informatie over hulp krijgen bij jouw boekhouding.



Hoofdstuk 6:

Verkoop

Hoofdstuk 6:
Verkoop

Zonder verkoop heb je geen onderneming

Je kunt een fantastisch product hebben, een professionele website en een sterke huisstijl. Maar zolang niemand ervoor betaalt, heb je nog geen werkende onderneming.

Verkoop is daarom geen vervelend onderdeel dat je erbij moet doen. Het is een kernonderdeel van ondernemerschap.

En verkopen betekent niet dat je mensen moet overtuigen om iets te kopen wat ze niet nodig hebben.

Goede verkoop begint bij begrijpen.

Wat heeft iemand nodig? Welk probleem wil diegene oplossen? Wat wil iemand bereiken? En past jouw product of dienst daar daadwerkelijk bij?

Als het antwoord ja is, help je de klant om een goede keuze te maken.
Selling = serving.
Wie doe jij tekort als je niet verkoopt?

Hoe komen klanten bij jou terecht?

Er zijn verschillende manieren waarop potentiële klanten met jouw onderneming in contact kunnen komen:

✓ Jouw eigen netwerk
✓ Netwerkbijeenkomsten
✓ Aanbevelingen en referenties
✓ LinkedIn
✓ Social media
✓ Website
✓ Google
✓ Google Reviews
✓ Partners en samenwerkingen
✓ Telefonische acquisitie
✓ E mail
✓ Advertenties

Als starter hoef je niet direct op ieder kanaal actief te zijn.
Kies liever twee of drie kanalen die passen bij jouw doelgroep en gebruik die consequent.

Hoofdstuk 6:
Verkoop

Van contact naar klant

Een eenvoudig verkoopproces bestaat uit een aantal stappen:

1. Zichtbaar worden
Een potentiële klant komt met jou of jouw onderneming in aanraking.
2. Contact maken
Er ontstaat een gesprek, aanvraag, reactie of andere vorm van contact.
3. Behoefte onderzoeken
Je ontdekt wat de klant nodig heeft, waar het probleem zit en wat hij of zij wil bereiken.
4. Oplossing bespreken
Je laat zien hoe jouw product of dienst daarbij kan helpen.
5. Voorstel doen
Je maakt duidelijke afspraken over resultaat, werkwijze, investering en voorwaarden.
6. Opvolgen
Je laat een voorstel niet verdwijnen in een mailbox en wacht vervolgens drie weken terwijl je hoopvol naar je telefoon staart.
7. Besluit
De klant zegt ja of nee. In beide gevallen wil je duidelijkheid.
8. Relatie onderhouden
Een goede klant kan opnieuw kopen, je aanbevelen of een waardevolle relatie blijven.

Een goed verkoopgesprek

Ga een verkoopgesprek niet in met de gedachte:
"Hoe krijg ik deze persoon zover dat hij koopt?"

Ga het gesprek in met de vraag:
"Kan ik deze persoon daadwerkelijk helpen?"

Stel daarom eerst vragen voordat je jouw oplossing presenteert.
Goede vragen zijn bijvoorbeeld:

- ***Wat wil je bereiken?***
- ***Waar loop je op dit moment tegenaan?***
- ***Waarom is dat belangrijk voor je?***
- ***Wat heb je tot nu toe geprobeerd?***
- ***Wat gebeurt er als er niets verandert?***
- ***Wat zou een goede oplossing voor jou betekenen?***
- ***Wanneer wil je hiermee aan de slag?***

Luister naar de antwoorden. Daar zit de informatie die je nodig hebt om te bepalen of jouw aanbod past.

Hoofdstuk 6:
Verkoop

Maak jouw aanbod duidelijk

Een klant wil uiteindelijk begrijpen:

- **Wat krijg ik?**
- **Wat levert het mij op?**
- **Hoe werkt het?**
- **Wat kost het?**
- **Wanneer kunnen we beginnen?**

Maak dat niet ingewikkelder dan nodig.
Een offerte van acht pagina's compenseert geen onduidelijk aanbod.

Opvolging hoort bij verkoop

Veel kansen gaan niet verloren tijdens het gesprek, maar na het gesprek.
Een klant reageert niet altijd direct. Dat betekent niet automatisch dat er geen interesse is.

Spreek daarom tijdens het gesprek al een volgende stap af:
"Ik stuur je morgen het voorstel. Zullen we donderdag kort contact hebben om het samen door te nemen?"

Nu heb je een afspraak in plaats van hoop.

Houd je verkoop bij

Zodra je meerdere leads en klanten hebt, wordt onthouden wie je wanneer moet bellen een beroerd systeem.

Gebruik daarom een CRM of een andere vaste manier om minimaal bij te houden:

- Naam en contactgegevens
- Waar de lead vandaan komt
- Waar behoefte aan is
- Laatste contactmoment
- Afgesproken vervolgstap
- Datum van opvolging
- Openstaande offerte
- Gewonnen of verloren opdracht

Wat je meet en vastlegt, kun je verbeteren.

Hoofdstuk 6:
Verkoop

Aan de slag

Beantwoord voor jouw onderneming:

Via welke drie kanalen ga jij actief klanten zoeken?

1. _____
2. _____
3. _____

Hoeveel nieuwe potentiële klanten wil je iedere week spreken?

_____

Welke vaste momenten reserveer je voor verkoop en opvolging?

_____

Waar ga je jouw leads en verkoopkansen bijhouden?

_____

_____

Hoofdstuk 6:
Verkoop

Wil je structureel meer klanten en beter leren verkopen?

Potential Activation kan je begeleiden bij het opzetten en verbeteren van jouw verkoop.
We kunnen samen werken aan:

✓ Jouw verkoopstrategie
✓ Jouw ideale klant
✓ Leadgeneratie
✓ Netwerken en acquisitie
✓ LinkedIn verkoop
✓ Verkoopgesprekken
✓ Vraagtechnieken
✓ Jouw pitch
✓ Offertes en voorstellen
✓ Opvolging
✓ CRM inrichting
✓ Verkoopdoelen
✓ Verkoopplanning
✓ Analyse van jouw resultaten
✓ Persoonlijke salescoaching & training

We verkopen niet voor jou. We helpen je een manier van verkopen op te bouwen die bij jou, jouw klanten en jouw onderneming past.

Zelf je CRM inrichten?
Kijk hier voor korting op je software (dezelfde die wij ook gebruiken):
https://www.pipedrive.com/taf/KW919Q



Hoofdstuk 7:

Marketing

Hoofdstuk 7:
Marketing

Zorg dat de juiste mensen jou weten te vinden

Een goed product verkoopt zichzelf niet.

Als niemand weet dat jouw onderneming bestaat, wat je aanbiedt en waarom dat interessant is, blijft het stil. Marketing helpt je om zichtbaar en relevant te worden voor de mensen die jij wilt bereiken.

Marketing is daarbij veel meer dan af en toe iets plaatsen op Instagram of LinkedIn.
Goede marketing begint met drie vragen:

- **Wie wil ik bereiken?**
- **Waarom zou deze persoon voor mij kiezen?**
- **Hoe zorg ik dat deze persoon mij regelmatig tegenkomt?**

Pas daarna kies je de middelen en kanalen.

Hoofdstuk 7:
Marketing

1. Weet voor wie je er bent

Hoe beter jij jouw doelgroep begrijpt, hoe makkelijker marketing wordt.
Probeer verder te gaan dan leeftijd, woonplaats of beroep. Je wilt vooral begrijpen wat er bij jouw klant speelt.

Beschrijf:

Wie is mijn ideale klant?

Waar loopt deze klant tegenaan?

Wat wil deze klant bereiken?

Wat vindt deze klant belangrijk bij het kiezen van een aanbieder?

Waar zoekt deze klant naar informatie of oplossingen?

Dit bepaalt straks waar je zichtbaar moet zijn en welke boodschap je gebruikt.

2. Bepaal jouw positionering

Positionering gaat over de plek die jij wilt innemen in het hoofd van jouw klant.

Waarom zou iemand jou kiezen in plaats van een concurrent?

Dat hoeft niet te betekenen dat je compleet uniek moet zijn. Het moet wel duidelijk zijn **waar jij voor staat en waarom jouw aanbod relevant is.**

Een eenvoudige manier om dit scherp te krijgen:

> Wij helpen **[doelgroep]** met **[probleem of behoefte]** door **[jouw oplossing],** zodat **[gewenst resultaat].**

Bijvoorbeeld:

> Wij helpen **startende ondernemers** om **hun bedrijf professioneel op te bouwen** door strategie, begeleiding en praktische ondersteuning te combineren, **zodat zij niet alles zelf hoeven uit te zoeken.**

Probeer jouw eigen positionering in één zin te beschrijven:

Hoofdstuk 7:
Marketing

3. Kijk naar jouw markt

Je hoeft niet geobsedeerd naar concurrenten te kijken, maar je moet wel weten wat er in jouw markt gebeurt.

Onderzoek bijvoorbeeld:

- **Wie zijn jouw belangrijkste concurrenten?**
- **Wat bieden zij aan?**
- **Welke prijzen hanteren zij?**
- **Hoe presenteren zij zichzelf?**
- **Waar zijn zij sterk in?**
- **Waar zie jij kansen om het anders of beter te doen?**
- **Wat zeggen klanten in reviews over deze aanbieders?**

Het doel is niet om anderen te kopiëren.
Het doel is om jouw markt te begrijpen.

4. Kies jouw marketingkanalen

Je hoeft niet overal aanwezig te zijn.
Kies kanalen op basis van waar jouw doelgroep daadwerkelijk actief is.

Dat kunnen bijvoorbeeld zijn:

✓ Social media; LinkedIn / Instagram / Facebook / TikTok / YouTube
✓ Google
✓ Jouw website
✓ E mail en nieuwsbrief
✓ Netwerkevenementen
✓ Partners en samenwerkingen
✓ Betaalde advertenties

Een zakelijke dienstverlener die bedrijven als klant zoekt, kan bijvoorbeeld meer resultaat behalen via LinkedIn, Google en persoonlijk netwerken dan via TikTok of Instagram.
Kies daarom niet voor een kanaal omdat het populair is, maar omdat jouw doelgroep daar actief is.

Mijn belangrijkste marketingkanalen zijn:

Hoofdstuk 7:
Marketing

5. Maak content die waarde heeft

Plaats niet alleen berichten waarin je vertelt wat je verkoopt.
Goede content kan verschillende functies hebben:

Kennis delen
Laat zien dat je begrijpt waar je over praat.
Herkenning creëren
Benoem situaties en problemen die jouw doelgroep herkent.
Vertrouwen opbouwen
Laat resultaten, ervaringen, reviews en voorbeelden zien.
Persoonlijkheid laten zien
Mensen doen uiteindelijk zaken met mensen.
Activeren
Nodig iemand uit om een volgende stap te zetten.

De (ideale) klant doorloopt namelijk 4 fases:
Know → Like → Trust → Repeat

Een eenvoudige verdeling voor jouw content kan dus zijn:
Waarde → Vertrouwen → Aanbod

Je hoeft dus niet onder ieder bericht te roepen dat mensen vandaag nog moeten kopen. Maar je moet ook niet zes maanden waarde delen en vervolgens verbaasd zijn dat niemand weet dat je iets verkoopt.

6. Bouw aan bewijs

Wat jij zelf over jouw onderneming zegt is marketing.
Wat jouw klanten over jou zeggen is **bewijs**.

Vraag daarom tevreden klanten om:

- Google Reviews
- LinkedIn aanbevelingen
- Testimonials
- Ervaringen
- Cases en resultaten, wanneer je deze mag delen
- Doorverwijzingen

Maak dit een vast onderdeel van jouw klantproces in plaats van iets waar je één keer per jaar aan denkt.

Hoofdstuk 7:
Marketing

7. Maak marketing meetbaar

Marketing moet uiteindelijk bijdragen aan jouw onderneming.
Houd daarom minimaal bij:

Hoeveel mensen bereik je?
Hoeveel aanvragen of leads ontstaan daaruit?
Via welk kanaal komen deze binnen?
Hoeveel daarvan worden klant?
Wat kost het om een klant te krijgen?

Duizenden views kunnen prettig voelen. Tien goede aanvragen kunnen zakelijk veel interessanter zijn.

Maak jouw eenvoudige marketingplan

Mijn doelgroep:

_____

_____

Mijn belangrijkste boodschap:

_____

_____

Mijn drie belangrijkste kanalen:

1. _____
2. _____
3. _____

Hoe vaak wil ik zichtbaar zijn?

_____

_____

Welke drie soorten content ga ik maken?

1. _____
2. _____
3. _____

Mijn belangrijkste marketingdoel voor de komende 90 dagen:

_____

_____

_____

Hoofdstuk 7:
Marketing

Wil je jouw marketing professioneel opbouwen?

Potential Activation kan je helpen om marketing niet als losse activiteit te behandelen, maar als onderdeel van jouw groeistrategie.

Wij kunnen je ondersteunen bij:

✓ Marketingstrategie
✓ Doelgroepanalyse
✓ Positionering
✓ Concurrentieanalyse
✓ Marketingplan
✓ Contentstrategie
✓ Contentplanning
✓ Social media
✓ LinkedIn
✓ Nieuwsbrieven
✓ Website en landingspagina's
✓ SEO
✓ Google Bedrijfsprofiel
✓ Google Reviews
✓ Campagnes en advertenties
✓ Leadgeneratie
✓ Meten en verbeteren van resultaten

Samen bepalen we waar jouw doelgroep zit, welke boodschap werkt en welke marketingactiviteiten daadwerkelijk bijdragen aan jouw groei.

Als je jouw marketingmogelijkheden wil bespreken, plan dan hier je verkenningsgesprek in.



Hoofdstuk 8:

Persoonlijk Leiderschap

Hoofdstuk 8:
Persoonlijk Leiderschap

Je bedrijf groeit nooit harder dan jij

Als ondernemer ben jij in de eerste fase vaak het belangrijkste onderdeel van jouw onderneming.

Jij maakt de keuzes.
Jij bepaalt de richting.
Jij voert de gesprekken.
Jij bewaakt de kwaliteit.
Jij moet in beweging komen wanneer iets niet werkt.

Daarom begint goed ondernemerschap ook bij **persoonlijk leiderschap**.

Persoonlijk leiderschap betekent dat je verantwoordelijkheid neemt voor jouw keuzes, gedrag en ontwikkeling. Niet alles wat er in of rondom jouw onderneming gebeurt heb je onder controle. Hoe jij ermee omgaat wel.

1. Eigenaarschap

Ondernemen betekent verantwoordelijkheid nemen.
Het is makkelijk om tegenvallende resultaten te verklaren vanuit de markt, concurrentie, klanten, economie of omstandigheden. Soms spelen die factoren absoluut een rol.

Maar de belangrijkste vraag blijft:
Wat kan ik zelf beïnvloeden?

Eigenaarschap betekent niet dat alles jouw schuld is. Het betekent dat jij kijkt naar waar je wél invloed op hebt en daar verantwoordelijkheid voor neemt.
Vraag jezelf regelmatig:

Wat gebeurt er?
Wat is mijn aandeel hierin?
Wat kan ik beïnvloeden?
Welke keuze ga ik nu maken?

Hoofdstuk 8:
Persoonlijk Leiderschap

2. Discipline

Motivatie is prettig, maar niet betrouwbaar.

Sommige dagen heb je zin om te ondernemen. Andere dagen niet. Je onderneming kan niet afhankelijk zijn van hoe gemotiveerd jij die ochtend wakker wordt.

Discipline betekent dat je doet wat nodig is, ook wanneer het even niet leuk of gemakkelijk is.
Denk aan:

- Leads opvolgen
- Administratie aanleveren
- Afspraken nakomen
- Tijd reserveren voor verkoop
- Werken aan je strategie
- Resultaten bekijken
- Moeilijke gesprekken voeren

Succes zit vaak niet in één grote actie, maar in kleine acties die je consequent blijft uitvoeren.

3. Structuur

Vrijheid is voor veel mensen een belangrijke reden om ondernemer te worden.
Maar vrijheid zonder structuur kan snel veranderen in chaos.
Maak daarom bewust ruimte in je agenda voor verschillende rollen:

Klanten
Tijd waarin je werkt voor en met klanten.
Verkoop
Tijd waarin je nieuwe klanten zoekt en leads opvolgt.
Marketing
Tijd waarin je werkt aan zichtbaarheid.
Organisatie
Tijd voor administratie, planning en processen.
Strategie
Tijd waarin je niet alleen ín je onderneming werkt, maar áán je onderneming.

Plan deze momenten bewust. Wat niet in je agenda staat, verliest het opvallend vaak van iets dat op dat moment urgenter lijkt.

Hoofdstuk 8:
Persoonlijk Leiderschap

4. Grenzen stellen

Niet iedere klant is jouw klant.
Niet iedere kans is een goede kans.
En niet ieder verzoek hoeft direct jouw probleem te worden.

Als ondernemer moet je leren grenzen stellen rondom:

- Jouw tijd
- Bereikbaarheid
- Prijzen
- Betaling
- Werkzaamheden
- Afspraken
- Klanten
- Samenwerkingen

Grenzen stellen is niet hetzelfde als onvriendelijk zijn. Duidelijke afspraken geven juist rust aan beide kanten.

5. Communicatie

Je kunt een goed idee hebben en precies weten wat je wilt. Als je dat niet duidelijk kunt communiceren, wordt ondernemen lastig.
Goede communicatie betekent onder andere:

- **Duidelijk zeggen wat je bedoelt.**
- **Luisteren voordat je reageert.**
- **Verwachtingen uitspreken.**
- **Afspraken bevestigen.**
- **Feedback kunnen geven én ontvangen.**
- **Een moeilijk gesprek niet onnodig uitstellen.**

Naarmate jouw onderneming groeit, wordt communicatie alleen maar belangrijker.

6. Balans en energie

Hard werken hoort bij ondernemen. Structureel over je eigen grenzen gaan is iets anders.
Als jij langdurig uitgeput bent, heeft dat invloed op jouw concentratie, creativiteit, communicatie en besluitvorming.Kijk daarom niet alleen naar je agenda, maar ook naar je energie.

Vraag jezelf regelmatig:

- **Waar krijg ik energie van?**
- **Wat kost mij structureel veel energie?**
- **Wat kan ik anders organiseren?**
- **Wat kan ik delegeren?**
- **Waar moet ik nee tegen zeggen?**

Het doel is niet om altijd perfecte balans te hebben. Het doel is dat je bewust blijft sturen.

Hoofdstuk 8:
Persoonlijk Leiderschap

7. Blijven reflecteren

Ondernemen betekent continu leren.
Reserveer daarom minimaal één moment per maand om uit te zoomen.
Beantwoord bijvoorbeeld:

Wat ging deze maand goed?

Waar ben ik trots op?

Wat heeft onvoldoende resultaat opgeleverd?

Wat heb ik daarvan geleerd?

Waar moet ik mee stoppen?

Waar moet ik mee beginnen?

Wat wil ik blijven doen?

Jouw persoonlijke ontwikkeldoel

Naast omzetdoelen en zakelijke doelen willen we dat je één doel voor jezelf bepaalt.
Welke ontwikkeling bij jou als persoon gaat jouw onderneming het meeste helpen?

Mijn belangrijkste persoonlijke ontwikkeldoel is:

Waarom is dit belangrijk voor mij?

Welke concrete stap ga ik hierin zetten?

Hoofdstuk 8:
Persoonlijk Leiderschap

Wil je niet alleen jouw bedrijf, maar ook jezelf ontwikkelen?

Bij Potential Activation geloven we dat duurzame groei begint bij de persoon achter de onderneming.

Daarom begeleiden we ondernemers niet alleen bij strategie, marketing, verkoop en organisatie, maar ook bij hun persoonlijke ontwikkeling.

We kunnen samen werken aan:
✓ Persoonlijk leiderschap
✓ Eigenaarschap
✓ Zelfvertrouwen
✓ Communicatie
✓ Effectiviteit
✓ Discipline en structuur
✓ Grenzen stellen
✓ Balans
✓ Omgaan met druk en verandering
✓ Doelen stellen en realiseren
✓ Belemmerende patronen
✓ Persoonlijke groei
✓ Leiderschapsontwikkeling
✓ Individuele coaching en ondernemersbegeleiding

We kijken niet alleen naar wat jouw onderneming nodig heeft om te groeien, maar ook naar wat die volgende fase van jou als ondernemer vraagt.

Wil je een verkenningsgesprek inplannen om te kijken of dit iets voor jou is?



Hoofdstuk 9:

Financieel gezond ondernemen

Hoofdstuk 9:
Financieel gezond ondernemen

Omzet is mooi. Wat je eraan overhoudt is belangrijker.

Omzet voelt vaak als dé graadmeter voor succes.
"Deze maand heb ik € 10.000 omzet gedraaid."

Mooi. Maar hoeveel daarvan blijft daadwerkelijk over?
Van jouw omzet moeten mogelijk nog kosten, BTW, belastingen, investeringen en andere verplichtingen worden betaald. Uiteindelijk wil je weten wat jouw onderneming werkelijk oplevert en of er voldoende geld beschikbaar is.

Daarom moet je als ondernemer minimaal het verschil begrijpen tussen:

Omzet
Alles wat je onderneming aan inkomsten genereert.
Kosten
Alles wat je uitgeeft om jouw onderneming te kunnen voeren.
Winst
Wat overblijft nadat je jouw zakelijke kosten van de omzet hebt afgetrokken.
Liquiditeit
Het geld dat daadwerkelijk beschikbaar is om jouw rekeningen en verplichtingen te betalen.
Cashflow
Het geld dat gedurende een bepaalde periode jouw onderneming binnenkomt en weer uitgaat.

Een onderneming kan op papier winst maken en toch betalingsproblemen krijgen. Bijvoorbeeld wanneer klanten laat betalen terwijl jouw eigen rekeningen wel gewoon doorgaan.

Ken jouw minimale omzet

Een belangrijke vraag voor iedere ondernemer is:
Hoeveel omzet moet mijn onderneming minimaal maken?

Begin daarvoor bij wat er maandelijks uit moet.

Hoofdstuk 9:
Financieel gezond ondernemen

Zakelijke kosten
Denk bijvoorbeeld aan:

- Huisvesting
- Software
- Telefoon
- Verzekeringen
- Boekhouding
- Marketing
- Auto en vervoer
- Personeel of freelancers
- Hosting en website
- Abonnementen
- Overige bedrijfskosten

Mijn gemiddelde zakelijke kosten per maand:
€ _____

Persoonlijk inkomen
Je onderneming moet uiteindelijk ook iets voor jou opleveren.
Hoeveel heb jij maandelijks nodig om privé van te leven?

Mijn gewenste persoonlijke inkomen per maand:
€ _____

Vergeet daarbij niet dat wat je vanuit je onderneming naar privé kunt halen afhankelijk is van je rechtsvorm, winst, belastingen en persoonlijke situatie.

Reserveringen
Niet al het geld op jouw zakelijke rekening is vrij besteedbaar.
Denk aan reserveringen voor:

- BTW
- Belastingen
- Vakantie
- Investeringen
- Pensioen
- Onverwachte kosten

Zet geld dat je later nodig hebt bewust apart. Een goedgevulde bankrekening kan namelijk een bijzonder overtuigende leugenaar zijn wanneer een deel ervan eigenlijk voor de Belastingdienst is.

Hoofdstuk 9:
Financieel gezond ondernemen

Bouw een buffer

Ondernemen is niet iedere maand voorspelbaar.
Een grote klant kan later betalen. Een opdracht kan wegvallen. Apparatuur kan kapotgaan. Een rustige periode kan langer duren dan verwacht.

Daarom heeft jouw onderneming een financiële buffer nodig.
Hoe groot die buffer moet zijn, verschilt per onderneming. Kijk daarbij naar:

- Jouw vaste maandelijkse kosten
- Hoe voorspelbaar jouw omzet is
- Hoe afhankelijk je bent van enkele grote klanten
- Welke financiële risico's je loopt
- Hoe snel je kosten kunt verlagen

Jouw buffer

Mijn gemiddelde vaste zakelijke kosten zijn:
€ _____ per maand
Mijn gewenste buffer is:
€ _____
Daarvoor wil ik iedere maand reserveren:
€ _____

Stuur niet alleen op omzet

Stel:
Onderneming A maakt € 150.000 omzet en houdt € 15.000 winst over.
Onderneming B maakt € 100.000 omzet en houdt € 25.000 winst over.

Welke onderneming presteert financieel beter?

Meer omzet betekent dus niet automatisch een gezonder bedrijf.
Kijk daarom regelmatig naar:

- Omzet
- Kosten
- Brutomarge indien relevant
- Winst
- Openstaande facturen
- Beschikbaar geld
- Verwachte inkomsten
- Verwachte uitgaven
- Belastingen en reserveringen

Hoofdstuk 9:
Financieel gezond ondernemen

Maak een eenvoudige financiële planning

Je hoeft daarvoor geen financieel expert te zijn.
Maak voor de komende twaalf maanden een inschatting van:

	Per maand	Per jaar
Gewenste omzet	€	€
Verwachte kosten	€	€
Verwachte winst	€	€
Gewenst persoonlijk inkomen	€	€
Reserveringen	€	€

Dit is geen voorspelling die exact moet uitkomen. Het geeft je een financieel doel waarop je kunt sturen.

Van omzetdoel naar verkoopdoel

Nu wordt het interessant.
Stel dat je € 120.000 omzet per jaar wilt maken.
Dat is gemiddeld:
€ 10.000 omzet per maand.

Als jouw gemiddelde klant € 2.000 oplevert, heb je gemiddeld:
5 klanten per maand nodig.

Als gemiddeld één op de vier serieuze verkoopgesprekken klant wordt, heb je ongeveer:
20 goede verkoopgesprekken per maand nodig.

Daarmee verandert:
"Ik wil € 120.000 omzet maken"

in een veel concretere opdracht:
"Ik moet voldoende verkoopactiviteiten uitvoeren om gemiddeld vijf nieuwe klanten per maand te realiseren."

Zo verbind je jouw financiële doelen aan verkoopactiviteiten.

Hoofdstuk 9:
Financieel gezond ondernemen

Kijk iedere maand naar je cijfers

Plan minimaal één vast financieel moment per maand.
Beantwoord dan:

- **Hoeveel omzet heb ik gemaakt?**
- **Hoeveel kosten heb ik gemaakt?**
- **Wat heb ik verdiend?**
- **Welke facturen staan nog open?**
- **Hoeveel geld is daadwerkelijk beschikbaar?**
- **Welke betalingen en belastingen komen eraan?**
- **Lig ik op koers met mijn jaarplan?**
- **Waar moet ik bijsturen?**

Je boekhouder kan jouw cijfers verwerken.
Jij moet er als ondernemer beslissingen mee nemen.

Hoofdstuk 9:
Financieel gezond ondernemen

Kijk iedere maand naar je cijfers

Nafamo (financiële specialisten i.s.m. Potential Activation) kan je helpen om niet alleen jouw administratie op orde te krijgen, maar ook financieel vooruit te kijken.

We kunnen je ondersteunen bij:

✓ Financiële doelen
✓ Omzetplanning
✓ Kostenanalyse
✓ Winstanalyse
✓ Cashflow
✓ Liquiditeit
✓ Financiële rapportages
✓ Budgetten en reserveringen
✓ Persoonlijk inkomen
✓ Investeringen
✓ Financiële scenario's
✓ Periodieke financiële bespreking
✓ Financieel advies

Zo kijk je niet alleen terug naar wat er financieel is gebeurd, maar gebruik je jouw cijfers om betere keuzes te maken voor wat er nog komt.

Kijk hier voor meer informatie of mail ons op: info@nafamo.nl.



Hoofdstuk 10:

Werken met anderen

Hoofdstuk 10:
Werken met anderen

Je hoeft niet alles zelf te blijven doen

In het begin ben je vaak directeur, verkoper, marketeer, administrateur, klantenservice en uitvoerder tegelijk.

Dat kan bij de start prima werken. Maar wanneer jouw onderneming groeit, komt er een moment waarop alles zelf blijven doen juist groei tegenhoudt.

De vraag wordt dan:

Waar ben ik als ondernemer het meest waardevol en welke werkzaamheden kunnen beter door iemand anders worden uitgevoerd?

Iemand inschakelen moet geen doel op zich zijn. Het moet bijdragen aan meer capaciteit, betere kwaliteit, specialistische kennis of verdere groei.

Wanneer is het tijd om hulp in te schakelen?

Signalen kunnen zijn:

- **Je hebt structureel te weinig tijd**
- **Klanten moeten te lang wachten**
- **Administratieve taken blijven liggen**
- **Je mist specialistische kennis**
- **Je bent veel tijd kwijt aan werkzaamheden die iemand anders kan uitvoeren**
- **Verkoop en groei krijgen onvoldoende aandacht**
- **De kwaliteit komt onder druk te staan**
- **Je moet opdrachten weigeren door gebrek aan capaciteit**

Stel jezelf vervolgens een belangrijke vraag:

> ***Moet ik dit zelf blijven doen omdat alleen ik het kan,***
> ***of doe ik het zelf omdat ik het altijd zelf heb gedaan?***

Dat verschil kan behoorlijk wat groeiruimte opleveren.

Hoofdstuk 10:
Werken met anderen

Wat moet jij blijven doen?
Maak eens drie lijsten.

Alleen ik
Welke werkzaamheden vragen echt jouw kennis, positie, relaties of talent?

Iemand anders kan dit ook (en misschien wel beter)
Welke werkzaamheden kunnen door iemand anders worden uitgevoerd als je ze goed overdraagt?

Dit moet ik eigenlijk helemaal niet meer doen
Welke werkzaamheden kosten veel tijd maar leveren nauwelijks waarde op?

Deze oefening helpt je bepalen waar je als eerste ondersteuning nodig hebt.

Hoofdstuk 10:
Werken met anderen

Freelancer, partner of medewerker?

Niet iedere behoefte betekent automatisch dat je iemand in dienst moet nemen.
Je kunt bijvoorbeeld werken met:

Freelancers
Voor specialistische werkzaamheden of flexibele capaciteit.
Vaste partners
Wanneer je structureel samenwerkt maar ieder vanuit een eigen onderneming.
Medewerkers
Wanneer je structureel capaciteit nodig hebt binnen jouw eigen organisatie.

Welke vorm het beste past, hangt af van de werkzaamheden, duur, aansturing, financiële ruimte en juridische situatie.

Laat je hierover goed adviseren. De gekozen samenwerkingsvorm moet ook in de praktijk overeenkomen met hoe iemand daadwerkelijk voor jouw onderneming werkt.

Bereken eerst wat iemand werkelijk oplevert en kost

Neem niet iemand aan omdat je het “druk” hebt.
Vraag jezelf eerst af:

Welke werkzaamheden gaat deze persoon uitvoeren?
Hoeveel tijd levert dat mij of mijn organisatie op?
Wat ga ik met die vrijgekomen tijd doen?
Leidt dit tot meer omzet, capaciteit, kwaliteit of continuïteit?
Kan mijn onderneming deze kosten structureel dragen?

Extra capaciteit zonder duidelijke taak of resultaat kan simpelweg extra kosten betekenen.

Goed inwerken is jouw verantwoordelijkheid

Iemand aannemen en vervolgens zeggen “kijk maar even mee hoe wij het hier doen” is geen inwerkprogramma. Zorg dat iemand begrijpt:

- Wat zijn of haar rol is
- Welke resultaten worden verwacht
- Welke werkzaamheden daarbij horen
- Hoe processen werken
- Welke systemen worden gebruikt
- Wie waarvoor verantwoordelijk is
- Welke afspraken gelden
- Hoe en wanneer jullie voortgang bespreken

Hoe duidelijker jij bent, hoe groter de kans dat iemand zelfstandig verantwoordelijkheid kan nemen.

Hoofdstuk 10:
Werken met anderen

Van ondernemer naar leidinggevende

Zodra andere mensen voor of met jouw onderneming werken, verandert jouw rol.
Je bent niet meer alleen verantwoordelijk voor je eigen werk. Je moet ook richting geven.
Dat vraagt onder andere:

✓ Duidelijke verwachtingen
✓ Afspraken maken
✓ Vertrouwen geven
✓ Feedback geven
✓ Aanspreken wanneer afspraken niet worden nagekomen
✓ Luisteren
✓ Besluiten nemen
✓ Ontwikkeling stimuleren
✓ Zelf het gedrag laten zien dat je van anderen verwacht

Een goede medewerker lost niet automatisch slecht leiderschap op.

Bouw bewust aan cultuur

Cultuur ontstaat vanaf het moment dat mensen samenwerken.
Het zit in hoe je met klanten omgaat, hoe collega's met elkaar praten, hoe fouten worden behandeld, hoe afspraken worden nagekomen en welk gedrag je accepteert.

Vraag jezelf daarom:

Hoe wil ik dat mensen binnen mijn onderneming met elkaar omgaan?

Welk gedrag past absoluut niet bij onze onderneming?

Welke kernwaarden moeten zichtbaar zijn in ons dagelijks handelen?

Hoofdstuk 10:
Werken met anderen

Wij helpen je bij het bouwen van jouw team

Wanneer je gaat werken met medewerkers of andere professionals komen er steeds meer organisatorische en personele vraagstukken bij.

Potential Activation kan je ondersteunen bij onder andere:

✓ Bepalen welke rol je nodig hebt
✓ Functie en verantwoordelijkheden
✓ Organisatiestructuur
✓ Werving en selectie
✓ Arbeidsovereenkomsten en documenten
✓ Inwerken van nieuwe medewerkers
✓ Werkafspraken en processen
✓ Functioneringsgesprekken
✓ Persoonlijke ontwikkeling
✓ Teamontwikkeling
✓ Leiderschapsontwikkeling
✓ Communicatie
✓ Cultuur en kernwaarden
✓ HR ondersteuning

Samen zorgen we ervoor dat je niet alleen mensen toevoegt aan jouw onderneming, maar een team bouwt dat daadwerkelijk bijdraagt aan de volgende fase.

Plan hier je verkenningsgesprek in.



Hoofdstuk 11:

Organisatie bouwen

Hoofdstuk 11:
Organisatie bouwen

Van ondernemer naar directeur

Wanneer je start, ben jij waarschijnlijk jouw onderneming. Je verkoopt, voert uit, regelt de administratie, doet de marketing en onderhoudt het contact met klanten.
Dat is in het begin heel normaal.

Maar als jouw onderneming groeit, verandert jouw rol. Je gaat steeds minder alles zelf uitvoeren en steeds meer organiseren, keuzes maken, sturen en uiteindelijk leidinggeven.
Die ontwikkeling begint niet pas wanneer je medewerkers aanneemt. De basis leg je vanaf het begin door structuur aan te brengen in hoe je werkt.

In dit hoofdstuk kijken we daarom naar:

- Werkprocessen
- CRM
- Planning en taken
- Documenten en informatie
- Automatisering
- Kwaliteit
- De belangrijkste cijfers

Je hoeft dit als starter niet groot of ingewikkeld te maken. Het doel is dat je vanaf het begin een onderneming bouwt die niet alleen vandaag werkt, maar ook kan meegroeien met jouw ambities.

Van persoon naar proces

Stel dat een nieuwe medewerker morgen begint.
Kan diegene ergens terugvinden:

- Hoe een nieuwe klant wordt verwerkt?
- Hoe een offerte wordt gemaakt?
- Waar documenten worden opgeslagen?
- Wie waarvoor verantwoordelijk is?
- Hoe een klacht wordt afgehandeld?
- Welke stappen bij een opdracht horen?
- Welke afspraken met klanten gelden?

Als het antwoord steeds is:
"Dat leg ik je wel even uit."

dan zit jouw organisatie nog vooral in jouw hoofd.
Begin daarom belangrijke terugkerende werkzaamheden vast te leggen.

Hoofdstuk 11:
Organisatie bouwen

Welke processen heb je nodig?

Niet ieder proces hoeft direct uitgebreid beschreven te worden.
Begin bij werkzaamheden die:

Vaak terugkomen
Belangrijk zijn voor de klant
Foutgevoelig zijn
Door meerdere mensen worden uitgevoerd
Veel tijd kosten wanneer ze iedere keer opnieuw moeten worden bedacht

Denk bijvoorbeeld aan:

- Leadopvolging
- Verkoop
- Offertes
- Nieuwe klanten starten
- Uitvoering van opdrachten
- Facturatie
- Klachten
- Administratie
- Marketing
- Personeel
- Leveranciers
- Afronding en nazorg

Jouw eerste drie processen

Welke drie processen wil jij als eerste duidelijk vastleggen?

1. _____
2. _____
3. _____

Hoofdstuk 11:
Organisatie bouwen

Zorg voor één manier van werken

Wanneer je met meerdere mensen werkt, ontstaat al snel informatie op verschillende plekken.

Een afspraak staat in WhatsApp
Een taak staat in iemands hoofd.
Een document staat op een laptop.
Een klantnotitie staat ergens in een e mail.

En vervolgens begint de bedrijfssport waar niemand zich vrijwillig voor heeft aangemeld: informatie zoeken.
Maak daarom duidelijke keuzes over waar je informatie vastlegt.

Denk aan:

CRM
Voor klanten, leads, verkoopkansen en opvolging.
Planning en taken
Voor acties, verantwoordelijkheden en deadlines.
Documentomgeving
Voor bestanden, handleidingen en belangrijke informatie.
Financieel systeem
Voor facturatie, administratie en financiële gegevens.
Communicatie
Voor interne en externe communicatie.

Het belangrijkste is niet hoeveel systemen je hebt. Het belangrijkste is dat iedereen weet **welk systeem waarvoor wordt gebruikt.**

Hoofdstuk 11:
Organisatie bouwen

Automatiseer wat regelmatig terugkomt

Automatisering kan veel tijd besparen, maar automatiseer niet zomaar alles.
Kijk eerst naar het proces.
Vraag jezelf af:

Komt deze handeling vaak terug?
Is de werkwijze iedere keer ongeveer hetzelfde?
Kost dit onnodig veel handmatig werk?
Is de kans op fouten groot?

Dan kan automatisering interessant worden.

Denk bijvoorbeeld aan:

- Automatische afspraakbevestigingen
- Herinneringen
- Facturatie
- Leadopvolging
- Formulieren
- Taaktoewijzing
- Rapportages
- E-mailprocessen

Eerst een goed proces. Daarna automatiseren.
Een slecht proces automatiseren zorgt er vooral voor dat het sneller slecht gaat.

Hoofdstuk 11:
Organisatie bouwen

Wie doet wat?

Ook als startende ondernemer hoef je niet alles zelf te doen. Misschien werk je al met een boekhouder, webbouwer, marketeer, freelancer of andere partner.
Maak daarom vanaf het begin duidelijk:

- ***Wat doe ik zelf?***
- ***Wat besteed ik uit?***
- ***Wie is waarvoor verantwoordelijk?***
- ***Wanneer verwacht ik iets van die persoon?***
- ***Waar worden afspraken vastgelegd?***

Uitbesteden betekent namelijk niet dat iets automatisch geregeld is. Jij blijft als ondernemer verantwoordelijk voor het overzicht.

Maak daarom bij iedere samenwerking duidelijke afspraken over:

- Werkzaamheden
- Verantwoordelijkheden
- Deadlines
- Kosten
- Communicatie
- Verwacht resultaat

Duidelijkheid aan de voorkant voorkomt onduidelijkheid tijdens de samenwerking.

Hoofdstuk 11:
Organisatie bouwen

Sturen op resultaat vanaf de start

Ook als startende ondernemer is het belangrijk om te weten of wat je doet daadwerkelijk resultaat oplevert.

Je hebt daarvoor geen uitgebreid dashboard met tientallen cijfers nodig. Begin met een klein aantal cijfers die iets zeggen over de ontwikkeling van jouw onderneming.

Denk bijvoorbeeld aan:

- Aantal nieuwe leads
- Aantal verkoopgesprekken
- Aantal verstuurde offertes
- Aantal nieuwe klanten
- Omzet
- Kosten
- Winst

Kijk minimaal één keer per maand naar deze cijfers en stel jezelf drie vragen:

Wat gaat goed?
Wat blijft achter?
Waar moet ik de komende maand op bijsturen?

Cijfers zijn geen doel op zich. Ze helpen je om betere beslissingen te nemen en niet alleen op gevoel te ondernemen.

Aan de slag

Kies maximaal vijf cijfers waarop jij jouw onderneming de komende periode wilt volgen:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Hoofdstuk 11:
Organisatie bouwen

Bouw een vast ondernemersritme

Ook als startende ondernemer is het belangrijk om regelmatig uit te zoomen. Als je alleen bezig bent met wat vandaag aandacht vraagt, verlies je gemakkelijk je doelen uit het oog.

Bouw daarom vanaf het begin een vast ritme in.

Wekelijks
Kijk naar je planning, klanten, verkoopacties en belangrijkste prioriteiten voor de komende week.
Maandelijks
Bekijk je omzet, kosten, leads, nieuwe klanten en voortgang op je doelen. Bepaal waar je moet bijsturen.
Per kwartaal
Pak je jaarplan erbij. Kijk naar wat je hebt bereikt, wat is veranderd en welke doelen en prioriteiten voor het komende kwartaal belangrijk zijn.

Een vast ritme helpt je om niet alleen **in je onderneming** te werken, maar bewust tijd te blijven maken om **aan je onderneming** te werken.

Bouw niet alles rondom jezelf

Bij de start draait jouw onderneming logischerwijs grotendeels om jou. Jij hebt de kennis, jij hebt contact met klanten en jij voert waarschijnlijk het grootste deel van het werk uit.

Dat is niet verkeerd. Het is wel verstandig om vanaf het begin te voorkomen dat alles alleen in jouw hoofd zit.

Zorg daarom dat belangrijke informatie wordt vastgelegd, klanten goed geregistreerd staan, afspraken terug te vinden zijn en terugkerende werkzaamheden een duidelijke werkwijze krijgen.

Stel jezelf af en toe deze vragen:

- ***Welke werkzaamheden kunnen op dit moment alleen door mij worden uitgevoerd?***
- ***Welke kennis zit alleen in mijn hoofd?***
- ***Wat kan ik nu al vastleggen of slimmer organiseren?***
- ***Wat zou ik later gemakkelijk aan iemand anders kunnen overdragen?***

Je hoeft als starter nog geen onderneming te bouwen die zonder jou kan functioneren. Je kunt wel vanaf het begin keuzes maken waardoor groei en overdracht later een stuk eenvoudiger worden.

Hoofdstuk 11:
Organisatie bouwen

Wij helpen je bouwen aan een onderneming die kan groeien

Potential Activation kan je helpen om vanaf de start structuur aan te brengen in jouw onderneming en keuzes te maken die passen bij waar je naartoe wilt groeien.

Wij kunnen je ondersteunen bij:

✓ Werkprocessen
✓ CRM inrichting
✓ Planning en taakbeheer
✓ Rollen en verantwoordelijkheden
✓ Digitale werkomgeving
✓ Automatisering
✓ Kwaliteit en werkafspraken
✓ Sturen op resultaten
✓ Rapportages
✓ Organisatiestructuur
✓ Groei en organisatieverbetering

We kijken niet alleen naar wat jouw onderneming vandaag nodig heeft, maar bouwen samen aan een basis die kan meegroeien met jouw ambities.

Plan hier je verkenningsgesprek in om eens te sparren.



Hoofdstuk 12:

Jaarprogramma Ondernemers

Hoofdstuk 12:
Jaarprogramma Ondernemers

Naast ondersteuning op alle onderdelen in dit handboek afzonderlijk bieden wij je graag ons jaarprogramma voor ondernemers aan. We begeleiden je van A tot Z en bieden je de mogelijkheid om alle onderdelen die in dit handboek genoemd worden naar behoefte te integreren.

Hoe ziet zo'n jaarprogramma er uit?

1. Starten met inzicht
Waar sta je nu en waar wil je naartoe?
2. Strategie en jaarplan
We bepalen jouw richting, doelen en prioriteiten.
3. De bedrijfsbasis op orde
We kijken wat je nodig hebt en wat nog geregeld moet worden.
4. Zichtbaarheid en positionering
Je onderneming professioneel neerzetten en vindbaar maken.
5. Marketing en verkoop
Structureel werken aan leads, klanten en omzet.
6. Financieel inzicht
Grip houden op omzet, kosten, winst en cashflow.
7. Persoonlijke ondernemersbegeleiding
Werken aan jouw ontwikkeling, keuzes en uitdagingen als ondernemer.
8. Structuur en groei
Je onderneming steeds slimmer organiseren naarmate je verder groeit.

> **Geen ondernemer is hetzelfde. Daarom werken we niet met een standaard jaarprogramma waarin iedere ondernemer op hetzelfde moment hetzelfde moet doen. We bepalen samen wat jouw onderneming nodig heeft en stellen gedurende het jaar bij waar dat nodig is.**

Kijk hier voor meer informatie en om je in te schrijven:
https://potentialactivation.nl/startende-ondernemers/

Wat krijg je allemaal?

Een onderneming opbouwen vraagt meer dan alleen een goed idee. Binnen het jaarprogramma werken we stap voor stap aan jouw onderneming én aan jouw ontwikkeling als ondernemer.

Je krijgt onder andere:

✓ Strategie en jaarplan
Een duidelijke richting, concrete doelen en een plan voor het komende jaar.

✓ Professionele bedrijfsbasis
Ondersteuning bij alles wat nodig is om jouw onderneming professioneel neer te zetten.

✓ Website en uitstraling
Een professionele online basis waarmee klanten begrijpen wie je bent, wat je doet en waarom ze voor jou moeten kiezen.

✓ Administratie en financieel inzicht
Een goede administratieve basis en inzicht in de cijfers waarop jij als ondernemer moet sturen.

✓ Marketing en zichtbaarheid
Een plan om jouw doelgroep te bereiken en jouw onderneming structureel zichtbaar te maken.

✓ Sales en klantontwikkeling
Werken aan acquisitie, verkoopgesprekken, opvolging en het binnenhalen van klanten.

✓ Persoonlijke ondernemersbegeleiding
Begeleiding bij de keuzes, uitdagingen en persoonlijke ontwikkeling die bij ondernemerschap horen.

✓ Structuur en groei
Processen, systemen en werkwijzen die ervoor zorgen dat jouw onderneming professioneel kan doorgroeien.

✓ Evaluatie en bijsturing
Gedurende het programma kijken we naar jouw voortgang, resultaten en volgende stappen.

Je hoeft het niet alleen uit te zoeken

Het doel van het programma is niet om je alleen te vertellen wat je moet doen. We helpen je om het daadwerkelijk te **bouwen, organiseren en uitvoeren.**

Zodat er na een jaar niet alleen een plan ligt, maar een onderneming staat.

Daarom kiezen ondernemers voor Potential Activation

Als ondernemer krijg je met veel verschillende onderdelen te maken. Van strategie en administratie tot marketing, sales, financiën en jouw eigen ontwikkeling als ondernemer.

Je kunt voor ieder onderdeel een andere partij zoeken. Of je kiest voor **één partner die met je meedenkt, je begeleidt en helpt om jouw onderneming verder op te bouwen.**

Potential Activation ondersteunt je op zowel **zakelijk als persoonlijk vlak.**

Wij kunnen je onder andere helpen met:

✓ Strategie en ondernemingsdoelen
✓ Coaching en persoonlijke ontwikkeling
✓ Administratie en boekhouding
✓ BTW aangiften en jaarafsluiting
✓ Website, domeinnaam en hosting
✓ Zakelijke e mail
✓ Branding en uitstraling
✓ Marketing en zichtbaarheid
✓ Sales en klantontwikkeling
✓ Financieel inzicht en advies
✓ Structuur en organisatie
✓ Groei en ondernemersbegeleiding

Zo hoef jij niet alles alleen uit te zoeken en kun je jouw aandacht richten op waar het uiteindelijk om draait: ondernemen, klanten helpen en jouw bedrijf verder ontwikkelen.

Kijk hier voor meer informatie en om je in te schrijven:
https://potentialactivation.nl/startende-ondernemers/

Bijlagen

Bijlage 1:
Kernwaarden inspiratielijst

Respect	Welwillendheid	Waardering	Integriteit
Solidariteit	Volharding	Vrijheid	Authenticiteit
Kritisch denken	Wijsheid	Zelfexpressie	Erkenning
Empathie	Mededogen	Trots	Vrede
Veiligheid	Initiatief	Verantwoordelijkheid	Humaniteit
Vertrouwelijkheid	Liefde	Vreugde	Detailgericht
Samenwerking	Ordelijkheid	Standvastigheid	Duurzaamheid
Stabiliteit	Bescheidenheid	Tolerantie	Vriendschap
Altruïsme	Vertrouwen	Openhartigheid	Evenwicht
Oprechtheid	Gezondheid	Zelfbeheersing	Gelijkheid
Moederschap	Zorgvuldigheid	Vaderschap	Competentie
Eerlijkheid	Ontwikkeling	Besluitvaardigheid	Geduld
Vernieuwing	Enthousiasme	Dankbaarheid	Welzijn
Toewijding	Moed	Rentmeesterschap	Flexibiliteit
Voorzichtigheid	Onbaatzuchtigheid	Vergevingsgezindheid	Kwaliteit
Humor	Nederigheid	Productiviteit	Vindingrijkheid
Loyaliteit	Eer	Vooruitgang	Betrokkenheid
Plichtsbesef	Gemeenschapszin	Vasthoudendheid	Zelfreflectie
Rechtvaardigheid	Zelfkennis	Zelfredzaamheid	Openheid
Aandacht	Zelfverzekerdheid	Zelfdiscipline	Acceptatie
Optimisme	Creativiteit	Gastvrijheid	Rijkdom
Betrouwbaarheid	Gehoorzaamheid	Waardigheid	Discipline
Dienstbaarheid	Passie	Beleefdheid	Leiderschap
Fatsoen	Eigenaarschap		

Bijlage 2:
Indicatie van de investeringen

De onderstaande bedragen zijn indicatief en kunnen afwijken afhankelijk van de wensen, gekozen systemen en de omvang van de onderneming.

Eenmalige opstartkosten

Onderdeel	Indicatie
Inschrijving Kamer van Koophandel	€ 85
Logo en huisstijl	€ 300
Professionele website	€ 1000
Domeinnaam registratie	€ 15 tot € 30
Zakelijk e-mail instellen	€ 100
Algemene voorwaarden	€ 300
Privacyverklaring en AVG documenten	€ 150
Professionele foto's	€ 300 tot € 500
Google bedrijfsprofiel inrichting	€ 200
LinkedIn bedrijfsprofiel	€ 200
Visitekaartjes en drukwerk	€ 100

Gemiddelde investering € 2750 tot € 3000

Bijlage 2:
Indicatie van de investeringen

Maandelijkse kosten

Onderdeel	Indicatie
Microsoft 365	€ 15 tot € 25
Boekhoudprogramma	€ 20 tot € 45
Website hosting	€ 15 tot € 40
Website onderhoud	€ 25 tot € 100
Zakelijke bankrekening	€ 10 tot € 25
Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering	€ 20 tot € 60
Zakelijke rechtsbijstand	€ 15 tot € 40
Telefoon en internet	€ 40 tot € 90
Online opslag	€ 5 tot € 20
Marketingbudget	€ 100 tot € 1000

Gemiddelde investering € 265 tot € 1445

Jaarlijkse kosten

Onderdeel	Indicatie
Boekhouding en administratie	€ 1440
Domein verlengen	€ 30 tot € 60
Hosting verlengen	€ 30 tot € 60
Verzekeringen	€ 400 tot € 600
Software licenties	€ 200 tot € 500

Gemiddelde investering € 2100 tot € 2660

Bijlage 3:
De investering die niemand ziet

Ondernemers kijken vaak alleen naar de kosten in euro's. De grootste investering zit echter in tijd. Wanneer je alles zelf moet uitzoeken, ben je gemiddeld bezig met:

Activiteit	Tijd
Website regelen	20 tot 40 uur
Administratie opzetten	20 uur
Boekhouding	5 tot 10 uur per maand
BTW aangiften	2 uur per kwartaal
Software uitzoeken	10 uur
Algemene voorwaarden regelen	5 uur
Marketing opzetten	40 uur
LinkedIn en Google	10 uur
Offertes en facturen inrichten	10 uur

Gemiddeld besteed je in het eerste jaar ruim 200 uur aan zaken die niet direct omzet opleveren.

Bijlage 4:

Wat kost het als je alles los koopt?

Dienst	Indicatie
Strategiesessie	€ 500
Coaching 12 maanden	€ 3000
Website	€ 1000
Website onderhoud	€ 600
Domein en hosting	€ 250
Boekhoudprogramma	€ 350
Boekhouding	€ 1440
Marketing advies	€ 1000
Zakelijk sparren	€ 1500

Totale waarde: ongeveer € 9640

POTENTIAL ACTIVATION

Persoonlijke Groei | Leiderschap | Ondernemerschap