

ORGANIZE!

VAKBLAD

N02 - 2021

25 tips
OM MILLEN-
NIALS BETER
TE BEREIKEN

KIRAN HEEFT EEN
SUCCESSVOLLE
WINKEL DANKZIJ
DRIVE EN INTUÏTIE

HET RESULTAAT
VAN HET OPRUIM-
ONDERZOEK

79% VAN DE
RESPONDENTEN
HEEFT MOEITE
MET LOSLATEN
VAN SPULLEN

TIJD VOOR GROEI



COLOFON

jaargang 2, nummer 2

Organize! is een uitgave van Ilona Visker coaching voor Groei
Van Beijerenstraat 56
1623JG Hoorn
06-14237934
hallo@ilonavisker.nl

Hoofredactie: Ilona Visker

Eindredactie: Sanne Bender – Gelukkig op Orde

Ontwerp: Linda Dikken – Boli Media

Fotografie Ilona Visker: Dana Schoenmaker – Foto van Dana

Met redactionele bijdragen van:

Sanne Bender, Eveline Hack – De Bruijn, Ellie Jelsema,
Marieke Rombouts, Geertje Ruitenbergh, Esmeralda Versnel,
Ilona Visker en Bianca Visser

Aan dit nummer werkten verder mee:

Kim Merema, Ilanit Snoek, Saskia Vandenbroeck,
Martine Vecht, Kiran Visser

Organize! Verschijnt twee keer per jaar.
Medio mei en medio november

Advertenties

Ilona Visker
06-14237934
hallo@ilonavisker.nl
www.ilonavisker.nl/advertenties

Oplage

500 exemplaren in druk

Verspreiding

Organize! wordt online verkocht als papieren en
digitaal exemplaar op www.ilonavisker.nl/organize

Copyright

Organize! is een uitgave van Ilona Visker Coaching voor Groei. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder schriftelijke toestemming van de uitgever. Organize! is niet aansprakelijk voor eventuele onjuistheden in deze uitgave. Opdrachtgevers van Organize vrijwaren bij opdracht de uitgeverij van claims in verband met het schenden van de copyrights door gebruik van door opdrachtgever aangeleverd materiaal.



EDITORS NOTE

Groeien is iets heel vanzelfsprekends. We zijn er, bewust of onbewust, ons hele leven mee bezig. We worden groter, ontwikkelen ons en dat proces stopt eigenlijk nooit. Het leven is een grote leerschool en als je er open voor staat is het heerlijk, al duurt het soms even voor je dat kunt zien. Zo kunnen tegenvallers en lockdowns, om maar eens wat te noemen, ons volledig uit het veld slaan óf een mooie les leren. Ik kies voor het laatste, dat is mijn ondernemende aard denk ik.

Leren vanuit de boeken vind ik ook leuk. Mijn pubers snappen er niks van als ik weer eens geheel vrijwillig terug 'naar school' ga, maar ik geniet er met volle teugen van. In de afgelopen 11 ondernemersjaren ben ik daarom ook regelmatig weer in de schoolbanken te vinden geweest. Deze groei komt mijn onderneming ook ten goede. Hoe meer ik mij ontwikkel als ondernemer en professional organizer, hoe beter ik mijn klanten en cursisten kan begeleiden. Daar ben ik van overtuigd.

Voor deze tweede editie van Organize! - het vakblad voor organiserende ondernemers, heb ik Martine Vecht van de School voor Organizing het hemd van het lijf gevraagd over hoe zij het aangepakt heeft om een post HBO-opleiding te ontwikkelen. En ondernemster Kiran Visser vertelt hoe zij zonder vooropgezet plan 'opeens' een goed draaiende winkel had. Starter Ilanit Snoek vertelt hoe de eerste periode als organizer haar bevalen is en ik interviewde de Amerikaanse Sheila Delson over de opleiding tot virtual organizer.

Ook je bedrijf kan groeien. In activiteiten, in mensen, in bereik en ook dat is een uitdaging. Zelf liep ik door de uitbreiding van mijn bedrijfsactiviteiten aan tegen de grenzen van mijn agenda en ging dus op zoek naar ondersteuning. Hoe me dat afgaat, lees je verderop.

Ik hoop je in deze tweede editie van Organize! - het vakblad, weer te mogen inspireren, informeren en vooral ook een stukje te laten groeien.

Liefs Ilona





Foto van Dana

Ondernemers fotoshoot

VOOR 299 EURO GAAN WE 2 UUR SHOOTEN, KRIJG JE 8 FOTO'S EN KAN JIJ PROFESSIONEEL VAN START

Laat jezelf zien en boek een ondernemersshoot
www.fotovandana.nl/zichtbaarheid-ondernemers



Starten met je eigen onderneming? Tijd voor een logo!

We ontwikkelen een ontwerp dat precies de juiste look & feel heeft en bij jou past.

boli MEDIA

Bekijk ons werk op www.boli-media.nl



6



30

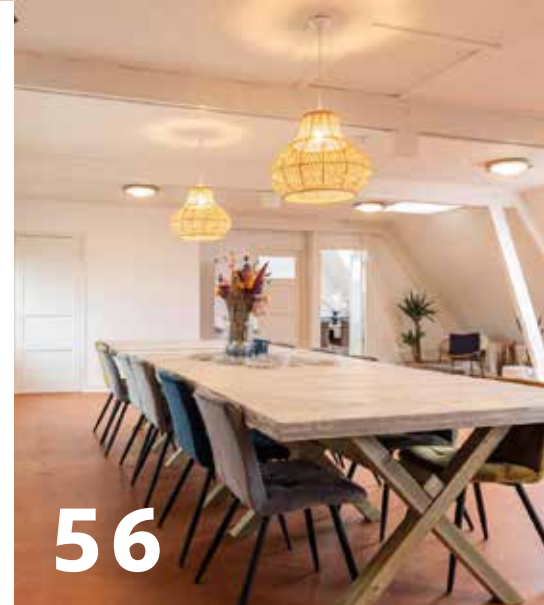


24

INHOUD



- 6 MARTINE VECHT:**
Hoe doet ze dat toch?
- 11** Social wall
- 12** Hoe laat je je bedrijf groeien deze zomer?
- 18 THEMA**
Tijd voor groei: vasthouden en loslaten als ondernemer
- 23 LET'S TALK LEGAL**
3 tips om zorgeloos te starten met ondernemen
- 24 KIRAN VISSER:**
Een succesvolle winkel dankzij drive en intuïtie
- 29** Dagboek van een organizer
- 30 KIM MEREMA:**
Met een zandbak vol miniaturen werken aan groei
- 34** Het opruimonderzoek
- 38 Starter in the spotlight:**
Ilanit Snoek
- 42 GEERTJE RUITENBURG:**
25 tips om millennials beter te bereiken
- 48 Wannahaves:** Een greep uit de producten van So Clever
- 50** Professional organizer, het beroep van jouw toekomst?
- 53 Wannasees:** Interessante documentaires en de leukste series
- 56** Een eigen trainings- en coachingsruimte
- 58 POST:** Vier startende professional organizers nemen je mee in de start van hun bedrijf
- 62** De funding voor een succesvolle organizing business
- 67** In de volgende Organize!



56

Esmeralda Versnel

“Een groeiend bedrijf is supertof, maar er komt ook wat juridische stuff bij kijken.”

23



Website Starterkit

Bouw een digitale salesmachine voor je business

Met 15% korting voor Organize! lezers met de code organize15

www.raevels.nl/starterkit code geldig t/m eind 2021

raevels



38



“Organizers geven een tastbare verandering aan iemands omgeving”

Hoe DOET ZE DAT TOCH?

Voor deze rubriek interview ik een collega die mij positief opvalt. Deze keer is dat Martine Vecht. Zij is trainster en eigenaar van de School voor Organizing en professional organizer op het gebied van werkdrukbegeleiding en burn-outpreventie. Ze schreef meerdere boeken en studeert Psychologie. Hoe krijgt deze veelzijdige ondernemer dit allemaal voor elkaar?

Het is 2004 als Martine zich inschrijft bij de Kamer van Koophandel nadat ze een opleiding tot professional organizer heeft gedaan. “Ik gaf toen nog communicatietrainingen in loondienst. Een halfjaar later nam ik ontslag, al bleef ik een deel van mijn werk als freelancer doen. Ik heb dus tot 2010 zowel communicatietrainingen gegeven als organizing-werk gedaan. Zo kon ik er vrijwel meteen van leven.”

“Als je ergens mee stopt, gaat er vaak een ander deurtje open”

Loslaten

Martine combineert, voordat ze in 2011 de School voor Organizing start, dus verschillende werkzaamheden. “Mijn bedrijf heette ‘Bien être’ oftewel ‘lekker in je vel zitten’ en ik combineerde ‘woon-en werkplek-organisatie’ met ‘taal- en communicatietrainingen’.” Toch laat Martine eind 2009 deze combinatie los. Door de crisis neemt de vraag naar communicatietrainingen af. Ze heeft er ook minder zin in en besluit ermee te stoppen. “Net als vaak gebeurt wanneer je stopt met je baan in loondienst, gaat er dan wel weer een ander deurtje open.

Ik was al redelijk bezig met voornamelijk opdrachten in de particuliere markt en een beetje in de zakelijke markt. Ik verlegde echter mijn focus naar de zakelijke markt, waar ik mogelijkheden zag om iets toe te voegen.

Scheurkalender

Met collega-organizer Leid Oudemans had ik in die tijd een gesprek en ik zei: “We zouden eigenlijk een scheurkalender over time-management moeten maken.” Leid reageert direct enthousiast en zo besluit Martine om te gaan lobbyen bij allerlei uitgeverijen om haar idee gerealiseerd te krijgen. Dat blijkt nog niet mee te vallen: “Er was een uitgever die echt geïnteresseerd was, maar het uiteindelijk niet aandurfde omdat er al 70 soorten scheurkalenders op de markt waren. Leid en ik zeiden toen ‘weet je wat, we geloven er zo in, wij nemen zelf de eerste 1000 wel exemplaren af!’ Toen hebben we uiteindelijk nog drie jaar de kalender samen gemaakt en ik daarna nog vijf jaar in mijn eentje. Dat was een eerste tekenende stap in mijn professionele ontwikkeling. Ik ging ontzettend veel lezen en reflecteren over wat nuttig is en waar mensen tegenaan lopen. Dat heeft me geholpen om meer en meer deskundig te worden in het vak professional organizing. Uiteindelijk is Leid dus gestopt met de kalender, maar hebben we nog wel het boek ‘De beste tips tegen tijdnood’ samen uitgebracht, dat was een soort compilatie.”

Kwaliteit

Een ander belangrijk moment in Martine's loopbaan is als ze lid wordt van de NBPO. Daar sluit ze zich in 2005 bij aan, vrijwel meteen als ze voor zichzelf begint. "Dat had toen nog maar zo'n 50 tot 80 leden en was absoluut nog niet de professionele club van nu. Dat vroeg van de leden om zelf veel op te tuigen en zo ben ik vrij snel in de activiteitencommissie gegaan. Daarnaast ben ik mij toe gaan leggen op de kwaliteit binnen de vereniging, zodat er een onderscheid kwam tussen mensen die pas waren gestart met het vak en mensen die al jaren organizer waren. De behoeftes en de ervaring van die mensen verschilden namelijk nogal. Zo ontstond het onderscheid in aspirant-, volwaardige en geregistreerde leden. We liepen er zo wel tegenaan dat er eigenlijk geen vervolgoopleidingen waren voor organizers om zich te registreren. Bij andere beroepsverenigingen kregen leden permanente educatiepunten, waarmee ze zich konden registreren voor hun beroep. Als we onze leden ook de mogelijkheid wilden geven om zich te registreren en zo te laten zien dat ze goed bezig waren met hun ontwikkeling, dan moesten we iets doen. We constateerden wel dat collega's die verder wilden, vaak een coachopleiding gingen doen. Ze waren daar dan enthousiast over, omdat ze een laagje dieper kwamen. Alleen een organizer stroopt de mouwen natuurlijk op, met het opruimen van het huis, de zolder of het organiseren van de e-mail. Ik vond dat er een lacune was en dat er beroepsopleidingen speciaal voor professional organizers moesten komen."

"Ik vond dat er een beroepsopleiding moest komen"

Coachboulevard

Martine is ondertussen zowel bezig met haar werk als organizer, haar scheurkalender, als haar werk voor de beroepsvereniging. Tijdens een borrel bij de uitgeverij komt ze Marijke Lingsma tegen en spreekt haar aan. "Marijke was de oprichtster van Van Harte Lingsma en uitgeefster van de succesvolle coachscheurkalender 'Scheur je los'." Martine lacht: "Ik hield Marijke al in de gaten met haar kalender. Ik stond op 5 en zij op de eerste plaats met haar scheurkalender. Zo kwam ik ook op haar website 'de coachboulevard'. Ik vond die zo gaaf en wilde dat ook graag voor onze eigen beroepsgroep. Toen ik haar zag op de borrel, ben ik op haar afgestapt. Van het een kwam het ander en niet veel later zat ik bij haar thuis om te bespreken of

een opleidingstraject zoals dat van haar ook voor de beroepsgroep mogelijk was. Ze werkte heel fijn mee en gaf aan dat we er dan meteen een keurmerk 'Post-HBO' aan moesten koppelen. De lat lag meteen hoog." Marijke brengt Martine in contact met trainster Irene van Meijgaard en voor ze het weet begint ze met plannen om een eigen trainingsinstituut op te zetten. Binnen de NBPO was daar helaas geen ruimte voor. Martine legt uit: "Een commerciële training binnen een vrijwilligersorganisatie paste niet goed. Daarnaast waren de collega's die ik erover sprak vrij sceptisch. 'Moet je dat nou wel doen Martine?' Maar ik vond het leuk en had er veel zin in."

Leergang

"Eigenlijk zijn we meteen een hele leergang van twaalf dagen gaan ontwikkelen, want ik wilde Marijkes advies volgen om er een Post-HBO-keurmerk aan te koppelen. En de eis was dat ik dan 100 contacturen moest realiseren. Irene was daarbij mijn sparringpartner. Ik had enquêtes vooraf gehouden en zo kwam ik aan mailadressen en kon ik mensen informeren toen we zover waren. In februari 2012 begonnen we met een pilot met vijf inschrijvingen. De leergang gaf ik trouwens niet zelf, daar huurde ik mensen voor in, maar ik zat er wel bij om te zien hoe het uitpakte. Heel lang heb ik de leergang met gesloten beurs georganiseerd; wat er aan trainingsgelden binnen kwam, ging naar de trainers en de locaties. Alle tijd die ik er zelf in stopte, deed ik zonder dat er een vergoeding tegenover stond. De beginjaren waren heel moeilijk. Er was maar een kleine beroepsgroep die ik kon attenderen op mijn diensten en die had ook nog eens een kleine beurs. Terugkijkend was het eigenlijk ondoenlijk. Ik heb er lang geen jota aan verdiend, maar er wel veel van geleerd en enorm veel plezier gehad."

Nieuwsbrief

Martine zet stug door. "Mijn nieuwsbrief bleek uiteindelijk een enorm belangrijk middel om mensen te bereiken. Ik vertelde in eerste instantie vooral wat ik aanbood, maar op een gegeven moment kwamen er verhalen van andere organizers en schreef ik over mijn visie op organizing en ging trends signaleren. Ik merkte dat dat enorm gewaardeerd wordt; ik heb een openingsrate van 60% op 700 leden. In onze kleine beroepsgroep kun je niet werken met kwantiteit, het moet gaan om de kwaliteit. De mensen die mijn nieuwsbrief lezen, zijn echt geïnteresseerd in het vak en die wil ik inhoudelijke items bieden. Mensen zijn nieuwsgierig naar het vak, wie er allemaal actief zijn, waar ze tegenaan lopen en wat goed gaat."

Ondernemerschap

Er volgt nog een aantal cruciale momenten in de ontwikkeling van de School voor Organizing. Martine vertelt daarover: "Ik merkte dat ik het met alleen de trainingen niet ging redden. Ik ben begonnen met allerlei themadagen over bijvoorbeeld ADHD en verlieskunde en bond zo de oud-cursisten aan mij. Daarnaast heb ik in 2016 via mijn nieuwsbrief de oproep gedaan wie het leuk vond om met mij mee te denken over hoe de startende organizers een zetje in de goede richting te geven in hun ondernemerschap. Er kwamen wel steeds meer basisopleidingen, maar dit was er nog niet echt. Zo heb ik uiteindelijk met een paar collega's een reeks ondernemersactiviteiten gepland. Iedereen verdiepte zich in een onderwerp. Het was ontzettend leuk en er kwamen veel deelnemers op af. Ik ben heel erg van contact en verbinding en dat ontstond hier. Daar ben ik mee doorgegaan. Intussen bied ik ook expertsessies van ervaren organizers over de ontwikkeling van een bepaald onderdeel van ons vak."

Business organizer

Als laatste loot aan de stam richt Martine zich, na haar aanvankelijke aarzeling, toch op de basismarkt. "Daar waren al zoveel aanbieders, de LOI was inmiddels ook begonnen. Maar omdat veel mensen organizer willen worden, heb ik in 2018 besloten een vierdaagse basisopleiding voor de zakelijke markt voor interne business organizer te starten. De zakelijke markt is echt mijn hoek. Er zijn namelijk genoeg mensen die in loondienst zijn en die de stap naar het ondernemerschap niet durven te zetten. Met deze laatste loot aan de tak heeft de School voor Organizing eindelijk een stevige basis!" En terwijl Martine dit zegt steekt ze lachend twee duimen in de lucht.

"Ik heb er lang geen jota aan verdiend"

Tot slot spreekt Martine haar vertrouwen uit over de ontwikkeling van onze beroepsgroep. "Onze beroepsgroep groeit met honderden per jaar, ik weet dat sommige collega's dat met lede ogen aanzien. De organizers met de lange adem, die zich professioneel blijven ontwikkelen, kunnen echt een hele mooie, onderscheidende bijdrage leveren binnen het coachvak dat in Nederland uit wel 60.000 mensen bestaat. We zijn daar misschien maar een procentje of twee van, maar kunnen als organizer een heel tastbaar en zichtbaar verschil maken. Dat en het feit dat onze klanten weer vertrouwen in zichzelf krijgen, is van onschatbare waarde."

Meer weten over Martine?

Kijk op www.martinevecht.nl en www.schoolvoororganizing.nl

Een greep uit haar boeken:

De beste tips tegen tijdnood, Goed bezig! Praktijk-gids voor de professional organizer en Het ABC van plannen, organiseren en optimaliseren.



IK HEB HET
NOG NOOIT
GEDAAN DUS
IK DENK DAT IK

*het wel
kan*

– PIPPI LANGKOUS

SOCIAL WALL

Iedere maand stel ik je een vraag op Instagram, de leukste antwoorden verzamel ik hier voor jullie. Afgelopen maand was dit de vraag, met eronder de leukste antwoorden.



HEB JE WELEENS EEN BLOOPER
GEHAD BIJ EEN KLANT?

Social wall

Ik keek in een shopper en zei dat dit vast de kleding was die ze alvast uitgezocht had om weg te doen.. niet dus. Oeps.

Social wall

Ik ben eens met dozen en al zo de trap af gegleden..

Social wall

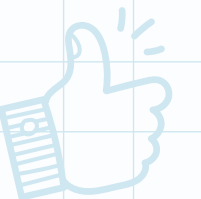
Mij vergist in een straatnaam. Had ook geen telefoonnummer mee. Ik moest dus weer naar huis en de klant heeft voor niks zitten wachten. Balen!

Social wall

De kat schrok toen ik wat verplaatste waardoor er een lamp in stukken viel. Gelukkig pakte de klant het goed op.

Social wall

ik ben eens een stapel 18+ boekjes tegengekomen in de kast. Die was hij zelf ook vergeten. Ik weet niet wie roder werd, hij of ik.



Voor we het weten is het zo ver. De dagen zijn weer langer, lichter en voor we het weten staat de zomer voor de deur. Ik kijk er al naar uit, jij? Het enige nadeel is vaak dat het werk in de zomer op een lager pitje staat. Je klanten zijn misschien wel vrij of hebben de kinderen thuis waardoor jouw begeleiding on hold komt te staan. Heel eerlijk, als het mooi weer is vind ik het niet eens zo erg, jij?



HOE LAAT JE JE BEDRIJF GROEIEN DEZE ZOMER?

Toch hoor ik om mij heen ook ondernemers die het helemaal niet zo fijn vinden. Er moet toch geld verdiend worden, en helemaal als je nog geen reserve op hebt kunnen bouwen om de rustigere maanden te kunnen overbruggen, of die reserve door de lockdown en andere maatregelen al geslonken is, is dat geld heel welkom.

Probeer, hoe warm het ook wordt, je hoofd koel te houden en te profiteren van de tijd die vrijkomt om wat kleine activiteiten te doen die je bedrijf laten groeien. Geen idee wat je kunt doen? Ik help je op weg.

Neem vakantie en ga even weg

En met weg bedoel ik weg van de dagelijkse beslommeringen. Je hoeft niet op vakantie of ver weg. Niet elke dag op pad, maar gewoon even een pauze bij je computer vandaan. Het is nodig dat je je batterijen oplaadt om de rest van het jaar voluit te kunnen gaan.

Weersta de neiging om productief te zijn of je e-mails te checken en geef jezelf een echte pauze. Zet je out of office aan, gooi je mailapp van je telefoon en geniet van de rust. Als je batterij weer opgeladen is, kun je onderstaande activiteiten oppakken.

Breid je kennis uit

Ga op je balkon of in je tuin zitten en lees een boek dat je helpt om je business te laten groeien of je vak-kennis te vergroten. Luister een podcast op het strand of tijdens een wandeling. Praat mee via Clubhouse over interessante onderwerpen.



Fris je website en marketingmateriaal op

Bekijk je website eens goed, werken alle linkjes nog? Kloppen de tarieven nog en ziet je site er in de mobiele versie net zo goed uit als op je

Het is nodig dat je je batterijen oplaadt om de rest van het jaar voluit te kunnen gaan.

beeldscherm? Zijn al je blogs nog relevant en kunnen er misschien nog een paar geschreven worden? Zijn je weggevers nog interessant genoeg en hoe lang geleden heb je voor het laatst je mailfunnel doorlopen? Allemaal klusjes waar je vaak in de waan van de dag geen tijd voor hebt, maar misschien nu wel in kunt plannen.

Update je social media biografie en profielen

Naast je website zijn je social media ook een digitaal visitekaartje. Het is verstandig om ook je social media eens in de zoveel tijd door te lopen. Update je profiel, fris je bio op en check of alle linkjes nog kloppen. Kijk ook eens naar de berichten op je tijdlijn. Zijn deze allemaal nog relevant en actueel? Kunnen er misverstanden ontstaan door bepaalde prijzen of pakketten die nog in oude posts staan en niet meer relevant zijn? Staan er posts op waar je een opvolging voor kunt schrijven om bepaalde onderwerpen of diensten weer even in de spotlight te zetten?

Ruim de rommel op

Muziek in de oren van een professional organizer, denk ik. Gooi oude papieren, reclamefolders, offertes, apparatuur die niet meer werkt, weg en loop je digitale archief en mails nog eens door om te kijken of je daar een en ander op kunt schonen. Ik kan je een hele lijst met opruimtips geven, maar ik denk dat dat je prima zelf lukt.

Blaas je contacten nieuw leven in

Neem de tijd om weer contact te leggen met oude klanten en prospects die in het verleden om informatie hebben gevraagd. Als je de rest van het jaar een goedwerkend CRM-systeem hebt onderhouden (en nee, dat hoeven geen dure programma's te zijn) dan is het een fluitje van een cent om oude klanten te vragen hoe het met ze gaat, twijfelaars nog eens te polsen of ze interesse hebben of de banden met samenwerkingspartners en potentiële samenwerkingspartners weer aan te halen.

Vraag om testimonials

Neem contact op met al je klanten met wie je in de afgelopen periode hebt gewerkt en vraag hen om een mooie aanbeveling. Zorg dat je ze in geschreven vorm krijgt om op je website te kunnen plaatsen en vraag om aanbevelingen op LinkedIn of Google. Probeer altijd om voor een

aanbeveling te gaan waar de klant zijn of haar naam onder wil zetten. Deze zijn geloofwaardiger dan anonieme aanbevelingen. Willen jouw klanten een videotestimonial geven, dan is dat natuurlijk ook heel erg leuk voor de afwisseling.

Herzie je doelen, targets en ambities

Gebruik deze tijd om je strategie voor de rest van het jaar, te plannen en/ of te herzien. Welke gevolgen heeft de lockdown gehad voor je doelen en plannen? Heb je de mogelijkheid om, indien nodig, een inhaalslag te maken voor het laatste halfjaar of kun je beter je doelen aanpassen? Ga eens na wat er werkte, wat verbeterd moet worden en wat je nu gaat doen. Zijn je producten en diensten nog steeds relevant in de huidige markt? Zijn je producten of diensten zo aan te passen dat ze minder beïnvloedbaar zijn door een pandemie/ lockdown of andere onvoorziene gebeurtenis? Bied jij je klant wat hij/zij wil of nodig heeft en heb jij de juiste ideale klant nog in beeld? Hoe kun je je product of dienst net even wat beter of specialer maken?

Alles bij elkaar klinkt het misschien als heel veel werk en misschien is het dat ook wel als je voorheen bepaalde zaken nooit goed bijhield, maar laat je daardoor niet uit het veld slaan. Kies er desnoods een paar uit waar jij je aandacht aan gaat geven. **Zo lang je de eerste suggestie maar niet overslaat. Die is het aller- aller-allerbelangrijkste!**

☒ *Neem vakantie en ga even weg*

☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐



PERSOONLIJKE
GROEI BEGINT
MET JEZELF
TOESTEMMING
GEVEN OM IETS
ANDERS TE
DENKEN OF TE
DOEN DAN JE TOT
DUSVER HEBT
GEDAAN.

TIJD VOOR GROEI: VASTHOUDEN EN LOSLATEN ALS ONDERNEMER

En dan loop je opeens tegen de grens van je eigen kunnen aan. Je bedrijf groeit, jouw beschikbare tijd krimpt. Zo veel te doen, maar iedere avond en ieder weekend doorwerken zie je niet (meer) zitten. Wat nu?

Zelf liep ik al een tijdje tegen de grens van mijn agenda aan. Ik werkte zeven dagen in de week en dat waren vaak geen werkdagen van maar acht uur. Ik was moe, geïrriteerd en mijn to-do lijst werd maar niet korter. Toen ik eind 2020 met mijn mastermind-groep samenkwam en de plannen voor het nieuwe jaar besprak, was het inschakelen van hulp dan ook het eerste doel dat ik wilde behalen.

Moeder

Thuis had ik al eerder het een en ander geregeld. Mijn huis wordt schoongemaakt en iedere dinsdag kookt mijn moeder voor mij en de pubers. In periodes dat de kinderen bij hun vader zijn, regel ik regelmatig kant-en-klare maaltijdboxen zodat ik gezond eet, maar toch niet hoeft te koken. Zakelijk kan ik alles wat minder goed uit handen geven. Ik heb een vaste vormgever, fotograaf, virtual assistant die mijn funnels beheert, boekhouder en online marketeer voor de werk-

zaamheden waar ik zelf geen verstand van heb. Maar iemand die structureel helpt om mijn administratie op te pakken, mijn social media bij te houden én mij vrijhoudt van alle andere administratieve klusjes, leek me heerlijk.

Toch bleef ik de klus maar uitstellen want ja, ik kan het immers zelf ook? Toen we in januari alleen nog maar langer in lockdown bleken te gaan, sloeg de twijfel helemaal toe. Ik kan niet lesgeven, niet naar veel van mijn klanten. Is het financieel dan wel zo slim om nu te investeren in extra hulp? En indien ik hulp inschakel, wie kies ik dan? Mijn eerste oproepje in een Facebookgroep voor ondernemers leverde ruim 50 reacties op. Startende virtual assistants, vrouwen die nog niet gestart zijn en de taken van mij willen leren, virtual professionals die een deel van wat ik wilde, op konden pakken. Er was geen doorkomen aan en het werd een uitstelklus.

“Zakelijk kan ik alles wat minder uit handen geven dan thuis”



Risico

Op Facebook vind ik twee weken later een oproep om mee te praten over het opstarten van je team op Clubhouse. Ik besluit mij hiervoor aan te melden in de hoop dat ik daar wat tips kan krijgen. Want, waar let je nou op? Is het slim om één iemand te hebben voor alle taken of toch meerdere VA's of ZZP-ers aan te nemen voor iedere expertise?

Daarnaast vind ik de financiële stretch die een team met zich meebrengt ook heel spannend. Alles bij elkaar opgeteld is het toch een flinke bak met geld dat je iedere maand moet uitbetalen. Niet erg, als het zich uiteindelijk weer terugbetaalt. Dat is een risico, dus moet je je afvragen of je dat risico ook kunt en wil nemen.

*Wat blijkt:
ik hoef geen team te
starten, alleen maar
uit te breiden*

Clubhouse

In de room, de plek op Clubhouse waar je met elkaar kunt praten, zit een vijftal mensen. Ik ben de enige starter en vraag dus al snel: 'hoe doen jullie dat?' Nadat ik mijn situatie vertel, begint een andere deelnemer te lachen en zegt: 'lieve schat, jij hébt al een team.' Ergens valt een kwartje, hij heeft gelijk. Ik heb al een team. Een team met een boekhouder, een online marketeer, een vormgever en een VA, al dan niet op strippenkaartbasis voor een afgebakende taak. Ik hoef dus geen team te starten, ik hoef dit team alleen maar uit te breiden. Het liefst op dezelfde manier als dat ik mijn huidige

team ook vormgegeven heb: stapje voor stapje. Zoek eerst eens iemand die je backoffice kan ondersteunen, dus iemand voor de mails, het inplannen van afspraken, verwerken van facturen en dat soort klusjes. Ga dan stap voor stap door met kijken in je bedrijf naar waar je geen of te weinig tijd voor hebt, of niet genoeg kennis. Zo begon een nieuwe zoektocht naar iemand die aan dit profiel kon voldoen.

VA

De oplossing bleek dichterbij dan gedacht. Een goede vriend die me de afgelopen maanden had geholpen met wat hand- en spandiensten, hoorde van mijn zoektocht en gaf aan dat hij het wel heel leuk zou vinden om mij te ondersteunen. Heel fijn, want het is iemand die ik ken en vertrouw. Aan de andere kant ook wel heel onwennig om de taken waar ik geen zin in heb, aan hem door te spelen. Met een onbekende die zijn/ haar werk gemaakt had van het overnemen van mijn rotklusjes, was dat misschien toch makkelijker geweest. We maken duidelijke afspraken over verwachtingen en samenwerken. Wat is declarabel en wat zoek je bijvoorbeeld uit in je eigen tijd? Een virtual assistant heeft niet altijd kennis van alle systemen, dat is logisch. Mocht jij een systeem gebruiken dat nieuw is voor je VA, ga je er dan van uit dat het uitzoeken en testen in de tijd van de VA is, in jouw tijd of deel je dat? In mijn ogen is hierin geen goed of fout, als je er maar duidelijke afspraken over maakt. Ook over zaken als reactiesnelheid, manier van communiceren (mail, WhatsApp, of bijvoorbeeld Trello), bereikbaarheid gedurende de week of werkt hij of zij vaste uren of dagdelen voor je? Allemaal van die zaken om goed over na te denken.

Teamgevoel

Enkele andere inzichten die ik opgedaan heb in mijn gesprek op Clubhouse: als je de keuze hebt, bouw dan een eigen team en ga niet met een bedrijf in zee dat vervolgens de mensen voor zich laten werken. Op die manier mis je namelijk een

belangrijk stuk draagvlak voor jouw producten, diensten of bedrijf. Als je rechtstreeks contact hebt met de mensen die voor je werken, dan kun je dat draagvlak veel beter creëren en veel meer het teamgevoel oproepen.

Ambitie

Wil jij ook groeien met je bedrijf? Of vind je het goed zoals het nu is? Uit onderzoek blijkt dat hoe ambitieuzer de ondernemer is, hoe meer energie er in het bedrijf zit en hoe vaker zo'n bedrijf groeit. Veel ondernemers hebben dus groeipotentie, want zonder ambitie was je waarschijnlijk ook geen ondernemer geworden. Maar hoe pak je die groei aan? Niet door alles maar aan te nemen wat er op je pad komt onder het mom van 'omzet is omzet'. Ik heb ook een tijdje gedacht dat ik het zo moest doen, maar gelukkig werd ik op tijd teruggefloten door mijn toenmalige businesscoach. Richt je in plaats daarvan daarom liever op de kerntaken die echt bijdragen aan het doel van jouw bedrijf en doe alles wat daarbuiten valt gewoon niet. Focus is ontzettend belangrijk.

Kindje

Het meest lastige stuk vind ik het loslaten. Als ik andere ondernemers daarover spreek, kunnen zij dit beamen. Je bedrijf is je kindje en jouw kindje uit handen geven is onwijs moeilijk. Toch heb ik wel gemerkt dat het nodig is en dat ik, nu ik makkelijker loslaat, nog harder kan groeien. Groeien vraagt ook een hele andere set aan vaardigheden als ondernemer. Je bedrijf verandert, maar jij ook. Je geeft opeens leiding en sturing aan een team. Zij zijn allemaal expert in hun eigen vakgebied, maar jij blijft eindverantwoordelijk en degene die de koers van het bedrijf uitzet. Vind je het lastig om deze nieuwe rol aan te nemen? Vraag daar dan gerust hulp bij, vraag andere ondernemers hoe ze het gedaan hebben of leer erover. Ontsnap zo af en toe eens aan je dagelijkse bezigheden en neem de tijd om te werken aan je bedrijf, in plaats van in je bedrijf. Blok elke week bijvoorbeeld een paar uur

in je agenda en besteed die tijd aan de tekentafel van je bedrijf. Stel jezelf hier vragen als: 'Werk ik effectief, bedien ik de juiste klanten, waar wil ik over twee jaar staan met deze onderneming?' Dit soort vragen helpt je om koers te houden en door te groeien. Werk in die uren ook aan vernieuwing. Kijk hoe het anders kan en bij voorkeur hoe het beter kan. Groei is een continu proces waar je aan moet blijven werken.

Ruimte

Ik ben blij dat ik de stap om mijn team weer een stapje verder uit te breiden genomen heb. Ik heb niet alleen meer ruimte in mijn agenda gekregen, maar zeker ook in mijn hoofd, waardoor er weer nieuwe ideeën en kansen ontstaan. Ik weet nu hoe ik moet groeien en kan niet wachten om mijn volgende teamlid te verwelkomen! Misschien sta jij ook op het punt om keuzes te maken hoe je verder wilt groeien? Zorg dan dat je in ieder geval met andere ondernemers kunt sparren en wees niet bang om soms dingen los te laten. Het is immers net als met opruimen; loslaten geeft rust in je hoofd.



Wil je beeldend coachen?

Op een overzichtelijke, ontspannen manier inzicht en overzicht krijgen in je eigen en andermans verhaal.
In het nu en in de toekomst?
Voor jezelf en voor anderen?
Alleen of in de groep?

Dat kan! Ga je mee aan de bak?
Een aantal keer per jaar starten we met de basiscursus Blikopener Coach. In deze 3-daagse cursus leer je de methodiek van Blauwprint toe te passen. Zo kun je meteen voor jezelf en je klanten inzicht en overzicht creëren. Zie de actuele data op blauwprint.com/coaches.

Na deze cursus heb je een mooie basis om aan de bak te gaan. Ook bestaat er de mogelijkheid om nog verdiepingcursussen te volgen.

Kim Merema



BLAUWPRINT®
kim@blauwprint.com || Gasthuisvelden 11
4811 VX Breda || 06 11 75 48 49



NU VOOR
€ 25,-

Speciale ORGANIZE actie:

Blikopenerkaartspel +
Blikopener coachkaarten
Kortingscode: Organize
Op www.blauwprint.com



NEW LEVEL, NEW DEVIL

LET'S TALK LEGAL

Wetten
en regeltjes
stoffig en
saai?

Welnee,
niet als je
met mij
werkt!

Hey! Wat leuk dat ik je ook in de tweede editie van Organize! mag voorzien van wat juridische tips. Waar ik je de vorige keer nog over algemene voorwaarden, factureren en de privacyverklaring vertelde, is het nu tijd om wat dieper de juridische jungle in te wandelen. Want met groei komen ook weer 'nieuwe' juridische dingen om de hoek kijken. Mijn businesscoach zei altijd: 'new level, new devil' en die devils willen we snel uitschakelen.

Zodra je het te druk krijgt om zelf nog lekker te kunnen werken, is het tijd om bijvoorbeeld freelancers in te huren. Ga je met een andere ondernemer samenwerken of huur je freelancers in om werk voor jou te doen? Zorg voor een goede en duidelijke overeenkomst. In geval van het inhuren van een freelancer wil je niet dat de Belastingdienst denkt dat je een medewerker in dienst hebt... dat kan je duur komen te staan. Als je, net als Ilona, zelf cursussen geeft of programma's aanbiedt waarbij jouw klant iets kunnen leren, wil je natuurlijk niet dat ze er met jouw content vandoor gaan. Kapers liggen altijd op de kust dus wees alert. Het intellectueel eigendomsrecht helpt je hierbij. SAY WHAT?! Je kunt het ook wel het 'auteursrecht' noemen. Wat jij maakt is en blijft van jou, tenzij je hier andere afspraken over maakt of het auteursrecht overdraagt. Altijd goed om hier dus iets over op te nemen in je algemene voorwaarden (hé daar zijn ze weer).

Zodra je gaat groeien zul je ook meer te maken krijgen met de minder leuke kanten van het ondernemen: wanbetalers. De meeste ondernemers hebben er een gruwelijke hekel aan. Als het al te laat is ben je er zo maar eens een paar maanden tot een jaar mee zoet om je geld alsnog te krijgen. Nog beter is het natuurlijk om wanbetalers voor te zijn. Zo is het belangrijk dat je vooraf al goede en duidelijke afspraken maakt, want dan heb je een basis om op terug te vallen. Je kunt ook werken met een aanbetaling of vooruitbetalingen. En hier komen ook weer die voorwaarden om de hoek kijken. Het is dus verstandig om algemene voorwaarden te hebben en deze voorafgaand aan je opdracht aan je klant te verstrekken en van toepassing te verklaren.

Een groeiend bedrijf is supertof, maar er komt ook wat juridische stuff bij kijken. Heb jij hulp nodig bij de juridische stuff zoals overeenkomsten, auteursrechtinbreuken, die hoognodige algemene voorwaarden of wanbetalers?
Ik help je graag!

Liefs Esmeralda

Esmeralda Versnel (Veritas Advies) is jurist (op sneakers) en vertelt in elk nummer in begrijpbare taal over verschillende juridische zaken waar je als ondernemer tegenaan kunt lopen. Meer weten over Esmeralda? Volg haar op instagram onder @veritasadvies of kijk op haar website www.veritasadvies.com



Meer rust in je hoofd en structuur in je leven?

Gebruik een van de handige notitieblokken of planners van hebbbers. >> www.hebbbers.nl

Volg je Hebbbers al op Facebook en Instagram? @hebbbersshop



EEN SUCCES- VOLLE WINKEL DANKZIJ DRIVE EN INTUÏTIE

Begin 20 zijn we, als we samen een sieradenhandeltje opzetten. Terwijl we aan het plakken en rijgen zijn, dromen we over de toekomst. Dan al weet Kiran Visser dat ze 'iets' in de mode wil doen. Inmiddels runt ze al zeven jaar Blossom fashion & lifestyle in het centrum van Purmerend en heeft ze een team om zich heen.

“Mijn winkel heeft een bijzondere start gehad”, begint ze. “In het diepste van de crisis hoorde ik dat de winkelpanden erg goedkoop waren. Dat plantte een zaadje bij mij, want hoewel ik inmiddels al jaren in de mode werkte, was ik toch opeens nog op zoek naar iets wat écht goed bij mij paste. ‘Misschien moet je maar een winkel beginnen als de panden zo goedkoop zijn,’ dacht ik. Ik werkte op dat moment als sourcing manager voor Vente exclusive, verdiende heel erg goed en dacht, ‘je hebt altijd een missie gehad. Nu is het moment daar.’ En toen ben ik het gewoon gaan doen. Geen plan, ik heb het gewoon gedaan.”

Gunfactor

Op het moment dat er in 2013 een goed pand op

een mooie locatie voorbijkomt, onderneemt Kiran meteen actie. Pas na de bezichtiging vertelt ze het haar man, die dan nog van niets weet. “Gelukkig staat hij altijd achter mij en heeft vanaf het begin alle vertrouwen in mij en de winkel. Ik tekende in mei en zou in december dat jaar mijn winkel openen. Die tussenliggende maanden heb ik de tijd genomen om mijn idee te laten bezinken en contacten te leggen met de merken die ik in de winkel wilde verkopen. Omdat ik in mijn toenmalige functie de hele wereld rondvloog om deze contacten te leggen en te onderhouden, had ik een mooi startpunt en een enorme gunfactor. De eerste collecties lagen voor een deel onder consignatie in de winkel, wat mij enorm veel lucht gaf.”

“Een week na de bevalling stond ik weer in de winkel”

Zwangerschap

Waar Kiran in deze opstartfase echter geen rekening mee houdt, is een onverwachte zwangerschap. “In december opende ik mijn winkel en in maart is Indy, onze tweede dochter geboren. Op de dag van de geboorte had ik ’s ochtends al het gevoel dat mijn vliezen gebroken waren. In plaats van rustig aan te doen, ben ik nog inkopen gaan doen, met het idee dat ik dat de eerste weken niet kon doen. Daarna heb ik nog rustig thuis gegeten en ben ik naar het ziekenhuis gereden om te bevallen”, lacht ze. “De bevalling was dus makkelijk maar de kraamtijd was pittig. Mijn man had zijn baan opgezegd en stond in de winkel en ik zat met de baby in mijn armen achter de laptop in het ziekenhuis om de administratieve klussen te doen. Een week na de bevalling stond ik alweer in de winkel. Achteraf natuurlijk te gek voor woorden en ik had het liever anders gehad. Het was een intens zware periode. Maar het was niet anders dus ik deed het gewoon.”

Stroomversnelling

Dat ‘gewoon maar doen’ loopt als een rode draad door haar ondernemerschap. “Ik ben een winkel begonnen zonder enige ervaring en zonder plan. Ik doe heel veel op intuïtie, heb een enorme vechtlust en drive. Als het goed voelt, ga ik er helemaal voor en heb ik er heel veel voor over.” Ondertussen leert ze steeds vaker om haar intuïtie te verbinden met cijfers. “Omdat ik in een stroomversnelling gestart ben, lag er geen goede basis voor de boekhouding: dat heeft de winkel op een gegeven moment bijna de das omgedaan. Dat zou ik een volgende keer dus heel anders aanpakken. Inmiddels werk ik samen met een administratiekantoor dat een deel van het papierwerk overneemt. En ik heb een businesscoach in de arm genomen die mij helpt mijn intuïtie en dromen te vertalen in cijfers.”

Omdat het thema van deze Organize groei is, vraag ik Kiran hoe ze de groei van haar winkel aangepakt heeft. “Ook weer voornamelijk op intuïtie”, vertelt ze. “Ik heb de mazzel dat ik door mijn achtergrond heel goed ben in marketing en sales, waardoor ik in staat was om in een hele korte tijd een hele community om mij en mijn winkel heen op te bouwen. Iedereen is welkom en voelt zich welkom. Of ze nou komen kopen of alleen maar kijken. Nu zie ik dochters, die voorheen met hun moeder kwamen, zelf komen voor oorbelletjes of andere kleine dingen. Dat vind ik heerlijk om te zien”, zegt ze enthousiast.

Drive

“Ik wilde ook graag samenwerken en verbinden en benaderde bijvoorbeeld ondernemers uit de winkelstraat om gezamenlijk modeshows te organiseren. Wilden ze niet? Dan deed ik het gewoon alleen en zocht ik andere samenwerkingen zoals met de locatie van de modeshow, de plaatselijke horeca of goede doelen zoals het inloophuis voor mensen met kanker en hun naasten, waar ik zelf nauw mee verbonden ben. Ik denk dat mijn intuïtie en mijn enorme drive mijn kracht zijn waarop ik het al die jaren volgehouden heb.” Die gebruik ze ook in de maanden van lockdown. Direct na elke persconferentie overlegt ze met haar team: “Dit zijn de nieuwe maatregelen dus wat kunnen we de komende periode wél doen? We doen het echt samen.”

“Ik doe nu ook garderobe-checks thuis”

Garderobe

“We zijn op dit moment heel erg actief op Instagram. We laten daar sets zien die de klant direct kan kopen. Ook kunnen mensen een ‘pas-tas’ bij ons bestellen. Je geeft je maat door en waar je naar op zoek bent en wij komen een tas bij je brengen zodat je op je gemak thuis kunt passen. Ook doe ik veel garderobe-checks bij klanten thuis. Ik kijk dan wat ze allemaal in hun kast hebben liggen, stel sets samen die de klant kan dragen en kijk samen met de klant wat er nog mist in de kast. Indien de klant wil, nemen we zelfs al wat dingen vanuit de winkel mee, zodat er ter plekke nieuwe sets samengesteld kunnen worden. Natuurlijk is het zuur dat de winkel niet open kan. Dat wat we het liefste doen, is onmogelijk. Maar door deze oplossingen ben ik wel in staat om mijn winkel draaiende te houden. Daarnaast zie ik deze tijd ook weer als een leercurve en groei ik enorm in mijn zelfontwikkeling. Wat ik wel heel erg vind is dat ik twee teamleden heb moeten laten gaan. Hun contract liep af en in deze onzekere tijd was het niet haalbaar om ze een vaste aanstelling te geven. Omdat mijn collega’s echt voelen als familie, doet dat wel zeer.”

Next level

Omdat ik weet dat Kiran nooit stilzit en altijd op zoek is naar wat anders vraag ik naar haar toekomstplannen. Ze begint te stralen: “Ook in deze crisis zijn de huren weer lager en staan veel panden leeg. Tijd om dus wederom in mogelijkheden te denken. Ik droom al jaren van een volgende stap, een next level Blossom op een mooie grote locatie. Een plek die niet alleen winkel is, maar meer een soort lifestyle community waar je van alles kan vinden van kleding tot aan een visagist en kapper. Ik zie het al helemaal voor me en heb zelfs al het perfecte pand op het oog, dus wie weet wat de komende maanden gaat brengen”, zegt ze lachend.

Loslaten

Over haar persoonlijke doel vertelt ze: “Dat is om minder te gaan werken en meer over te laten aan het team. Ik moet echt los leren laten. De winkel moet voor mij werken, in plaats van ik voor de winkel. Het mooiste is als ik dat vanuit een eigen huisje op Ibiza kan doen, daar voel ik mij echt thuis en laad ik op.” Kiran besluit met een tip voor startende ondernemers: “Als je voelt dat je iets moet doen, doe het dan ook! Het plan hoeft nog niet perfect te zijn, die puzzelstukjes vallen later wel op hun plaats. Dingen komen niet voor niets op je pad. Zorg wel dat je de basis op orde hebt, dat je administratie goed staat bijvoorbeeld. Dat scheelt later heel veel stress.”

Wil je Kiran volgen?

Kijk dan op Instagram op
@blossom_fashion_lifestyle of
www.blossom-online.nl



HERKEN JE DAT HEERLIJKE GEVOEL VAN THUIS-
KOMEN IN EEN OPGERUIMD HUIS? OVERZICHT IN JE
AGENDA? GRIP OP JE TIJD EN TAKEN? EN WIL JE DAT
ANDEREN DAT GEVOEL OOK KUNNEN ERVAREN?

WORD PROFESSIONAL ORGANIZER!

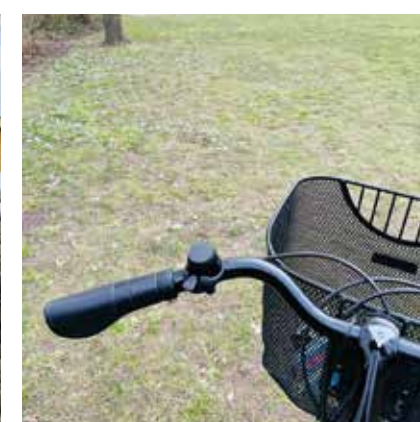
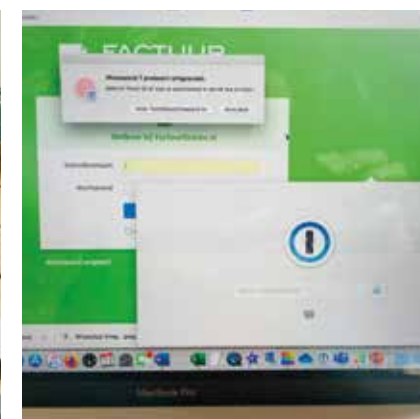
Leg in 4 dagen een gedegen basis voor jouw
organizingspraktijk met de basisopleiding
professional organizer van Ilona Visker
Coaching voor Groei.

- 4 dagen les in een kleine groep (max. 10 personen)
- Lesboek en lesmateriaal
- Aan de slag bij je proefklant
- Naslagwerk in een online leeromgeving
- Besloten Facebook-groep voor vragen en support



VRAAG DE GRATIS BROCHURE AAN OF SCHRIJF JE IN VOOR
DE GRATIS MASTERCLASS OP WWW.ILONAVISKER.NL

DAGBOEK VAN EEN ONDERNEMER



@OFFICE_CONFETTI_VA

Ik ben Saskia Vandenbroeck. Sinds 2016 voeg ik met Office Confetti wat confetti toe aan de werkdag van andere ondernemers. De afwisseling in mijn werk vind ik heerlijk. Ik geloof in de kracht van allround VA's en van online zichtbaarheid. Werken vanuit verbinding staat centraal in mijn samenwerkingen.

De kinderen in alle rust naar school brengen. • Ik heb voor elke klant een schrift om aantekeningen te maken zodat alles bij elkaar staat • I love my home office • 1 van mijn doelen voor de komende weken is een eerste Facebook ad opzetten • Elke keer dat ik mijn wachtwoord manager open, ben ik zó blij dat ik alle wachtwoorden veilig bij elkaar heb staan • 's Avonds pik ik een masterclass over funnels mee van een grote Amerikaanse online ondernemer. • Mijn stoel wordt warm gehouden door mijn office cat • Kids van school halen • Ik geniet enorm van alle interactie binnen mijn VA community VA & Co





MET EEN ZANDBAK VOL MINIATUREN WERKEN AAN *groei*

Volwassenen die door een zandbak met miniatures van dieren, figuren en voorwerpen verrassende inzichten krijgen over zichzelf en anderen. Deze speelse, beeldende manier om groei voor teams en individuen te realiseren, is de basis van Kim Merema's bedrijf Blauwprint. Ilona Visker gebruikt deze methode met succes in haar eigen praktijk. Een gesprek met twee innovatieve ondernemers.

tekst Sanne Bender

Kims bedrijf begon letterlijk met een droom. Ze vertelt enthousiast: "In 2011 droomde ik van een groep mensen waarmee ik samen aan een zandbak stond te werken. De zandbakken waar ik nu mee werk, zag ik toen echt voor me. Ik werkte als speltherapeut bij een organisatie voor mensen met taal- en spraakproblemen. Dat heb ik 12,5 jaar gedaan. Taal en spraak zijn voor deze groep een lastige kwestie, omdat hoe taal binnenkomt en hoe je die uit, minder vanzelfsprekend gaan. Vaak hebben ze al een rijkere verbeeldingswereld, met name kinderen. Als je dan van alles voelt en weet, maar niet goed kan overbrengen, dan frustreert dat. Ik merkte dat communiceren met beelden voor hen goed werkte."

*"Beeld en woord geven
samen zoveel inzicht"*

Zandbak

Op de vraag hoe ze erop is gekomen om met beelden te gaan werken met volwassenen, vertelt ze: "Als je ouder wordt en niet meer speelt zoals je als kind deed, ga je vooral woorden gebruiken. En dat is zonde, want je hebt zoveel meer te vertellen. En dat kan met beelden. In teams heb je bijvoorbeeld meestal meer en minder verbale mensen. Om alles wat minder verbale mensen voelen, toch een platform te geven, werkt het communiceren aan de hand van beelden heel goed." Als Kim met haar cursisten werkt, dan worden er in het begin weinig woorden gebruikt. De groep begint met een leeg veld in de zandbak. Deelnemers kiezen miniatures die ze bij zichzelf

vinden passen en plaatsen die in de zandbak. Als dat staat, delen ze hun verhaal met anderen. Dat kan gaan over wie ze zijn en vervolgens over waar ze naartoe willen, beide symbolisch uitgebeeld met miniatures. "Door na het kiezen en plaatsen van de miniatures te vertellen, komt er nog meer informatie boven en zo krijg door de combinatie van beeld en woord veel meer kennis over de ander en eigenlijk ook over jezelf. En sneller dan wanneer je alleen woorden zou gebruiken. Je gaat namelijk al snel de diepte in, ondanks dat de methode luchtig is. Het geeft in een groep cursisten die elkaar nog niet kent, heel snel vertrouwen om open met elkaar te communiceren. En ook voor grotere teams werkt het goed: aan de hand van een thema kunnen deelnemers in groepjes samen in de bak bouwen aan hun gezamenlijke verhaal. Het is wel van belang dat je van tevoren duidelijk hebt waarmee je aan slag wilt. Wat wil je in beeld hebben, waar wil je antwoord op. En het is fijn dat een ander dit begeleidt, zodat je niet letterlijk verzandt in details."

Eye-opener

Ilona herkent Kims verhaal maar al te goed. Zij ging namelijk zelf bij Kim 'aan de bak'. Ilona is ruim tien jaar ondernemster. Ze is professional organizer, leidt anderen op tot organizer en geeft dit magazine uit. Ze komt met Blauwprint in aanraking via Instagram. Ze ziet Kim daar op een foto aan de bak met een groep ondernemers. Later ontdekt ze dat het om Blauwprint gaat en kijkt ze op de site voor meer informatie. Ze vertelt: "Dat is leuk, dacht ik toen, dat wil ik ook een keer gaan doen. Ik besloot intuïtief om de basistraining voor coaches bij Kim te volgen. Ik had van tevoren geen idee wat het mij zou opleveren. Wel zag ik al dat klanten van organizers er gebaat bij konden zijn."

Ik had zelf trouwens ook een eye-opener bij mijn eerste ‘bak’. Ik dacht dat ik altijd gefocust was op mijn bedrijf en vond de situatie waarin ik zat prima. Maar het miniaturolifantje dat ik koos als symbool voor mezelf, had ik in de zandbak doodleuk met z’n kont naar mijn bedrijf gezet. Mijn focus lag dus helemaal niet op mijn bedrijf, dat ik wilde laten groeien”, zegt ze terwijl ze lachend haar olifantje laat zien.

Moodboard

Ilona raakt zo enthousiast over de mogelijkheden dat ze ook de verdiepingstraining volgt. “Als je eenmaal met de methode bezig bent, smaakt het naar meer, je kunt er zoveel inzichtelijk mee maken zonder dat het zwaar wordt.” En dat doet Ilona inmiddels ook. Zo neemt ze haar eigen bak met miniatures als organizer soms mee naar klanten. “Zo had ik een klant die zo vol was in haar hoofd, dat ze niks overzag. Dan is dit de ideale manier omdat je al je gedachten letterlijk in die bak zet. Ik kwam op deze speelse manier zo veel meer te weten over wat er aan de hand was, dan op basis van wat ze eerder vertelde. Voor haar was het vanzelfsprekend, waardoor ze het niet benoemde. Met de bak werden haar gedachten wel compleet overgebracht.” Ilona heeft de methode ook wel eens gebruikt als een soort moodboard. “Daarbij liet ik degene die ik individueel begeleidde met miniatures zien hoe haar situatie op dat moment was en hoe ze zich daarbij voelde. En vervolgens hoe ze het zou willen met bijvoorbeeld spullen, gezin en werk.”

“Organize is geboren in de zandbak”

Intuïtie

Cursisten van haar opleiding tot PO mogen er dit jaar overigens ook op rekenen dat ze bij haar aan de bak mogen. “Tijdens de terugkomdag gebruik ik het om inzichtelijk te maken waar ze nu staan met de opleiding en hun bedrijf en waar ze naartoe willen. En door dat inzichtelijk te maken, kunnen ze weer makkelijk stappen maken.” Ilona gebruikt de bak ook wel eens voor zichzelf, bijvoorbeeld voor haar jaarplan. “De zandbak is mijn intuïtie die ik opvolg, terwijl mijn gedachten iets anders kunnen zeggen.” De zandbak blijkt zelfs aan de wieg te staan van Organize! “Mijn magazine heb ik in de bak opgesteld. In mijn hoofd had ik bedacht om een boek uit te geven, maar in de bak ontstond een magazine. Dat voelde beter, gaf meteen energie. Binnen een paar dagen zat ik met mijn vormgever om tafel om een plan te

bedenken voor de uitvoering ervan.” Kim weet dit moment nog en glundert terwijl ze Ilona nu hierover hoort vertellen. Ze heeft tot slot nog een voorbeeld van een symbool dat vaak wordt gekozen: het Volkswagenbusje. “Hij staat eigenlijk symbool voor kunnen gaan en staan waar je wilt. De kunst is om te achterhalen wat ervoor nodig is om die vrijheid te bereiken. En soms komen mensen erachter dat ze denken dat ze nog heel veel moeten, maar dat alle ingrediënten, van mensen tot ideeën, al in de bak staan. Ze hoeven deze dan alleen nog naar voren, opzij of naar achteren te verplaatsen.”

Wat een ludieke manier om effectief met groei bezig te zijn. Luisterend naar Kim en Ilona krijg je gewoonweg zin om lekker aan de bak te gaan met je eigen gekozen miniatures.

Volg Kim op Instagram:

@blauwprint_coach of www.blauwprint.com



HET OPRUIMONDERZOEK

Eind december 2020 hield ik een anoniem opruimonderzoek via Survio. De vragenlijst is zo veel mogelijk via Facebook verspreid en ingevuld. In een maand tijd hebben 456 respondenten het onderzoek volledig ingevuld en afgerond.

Van de respondenten was 90% vrouw, en 10% man.



50% woont samen met partner en kinderen
23% alleen met partner
14% alleenstaand
11% alleenstaand met kinderen



2% woont met huisgenoten anders dan partner en kinderen.

Voor 62,6% van de respondenten zorgen deze huisgenoten, partners en kinderen voor woorden/ruzie **over rondslingerende spullen en taken** die niet gedaan worden.

Van de mensen die samen met partner of kinderen wonen is maar liefst 54,7% **zelf verantwoordelijk** voor het huishouden.

5,3% van de respondenten besteedt het huishouden en de daarbij horende verantwoordelijkheden uit en heeft iemand die op **regelmatige basis schoon komt maken**.

Echt veel tijd om zelf schoon te maken is er niet.

42,1% van de deelnemers werkt fulltime als ondernemer of in loondienst, nog eens 35,5% werkt parttime en de rest houdt zich bezig met vrijwilligerswerk, mantelzorg of studie. 2,7% van de respondenten is gepensioneerd, al betekent dat niet dat ze stilzitten natuurlijk!

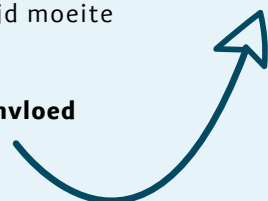


Afstand nemen van spullen is lastig

Slechts 20,9% heeft er geen moeite mee. De overige 79,1% heeft er om uiteenlopende redenen moeite mee.

32,2% ivm herinneringen, 24,7% voor "je weet maar nooit", 11,7% als iets heel duur is geweest en 4,9% als je het nog nooit gebruikt hebt. Het laatste deel, 4,2% van de respondenten geeft aan er altijd moeite mee te hebben, ongeacht de reden.

Toch heeft het niet los kunnen laten weinig invloed op de hoeveelheid spullen in huis.



44%

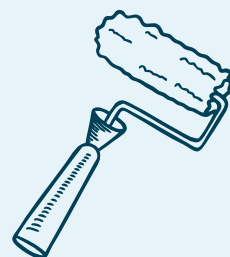
geeft aan dat het huis niet zo netjes is als dat ze wil.

De meesten geven als reden aan dat ze te weinig tijd hebben om op te ruimen. Ook hebben veel mensen er geen zin in, geven aan te veel spullen te hebben of niet te weten waar ze moeten beginnen.

Zo te lezen doen we het dan minder goed dan onze ouders. De respondenten geven namelijk aan dat 84,7% **opgegroeid is** in een opgeruimd tot zeer opgeruimd huis.

Slechts 2,7% groeide op in een heel rommelig huis, en 12,5% in een redelijk rommelig huis.

De eerste lockdown van 2020 is voor 19,1% aanleiding geweest om klussen op te pakken die nog op de to-do lijst stonden



15,1% heeft het huis **opgeruimd** en 14,3% heeft deze tijd aangegrepen om een **thuiswerkplek te creëren**. Dat verklaart de enorme rijen bij het grofvuil en de bouwmarkten.

39,8% geeft aan met **niets** van dit alles bezig te zijn geweest waar vooral de eerder genoemde rijen een reden waren om niet aan de slag te gaan.

Het onderzoek is uitgevoerd aan de vooravond van de lockdown in december en ik was benieuwd of deze lockdown weer net zo productief gebruikt werd als de eerste in maart. Dat viel tegen, slechts 9,5% geeft aan **een grote opruimslag** te willen maken. 23,5% zegt dat er nog wel **een ruimte is** die ze aan wil pakken maar het overgrote deel (47,9%) zegt het al **druk genoeg** te hebben met werk en thuisonderwijs.

Grappig detail is dat de respondenten zich deze lockdown wel **meer storen aan te veel spullen** (29,3%) of te veel aan uitgestelde klusjes (20,4%).



Op de werkplek lijkt men alles redelijk onder controle te hebben

... 6,5% heeft soms tijdelijk het overzicht niet meer maar bij 48% loopt het op het werk **op rolletjes**.

Ook de lockdown heeft hier weinig invloed op. Slechts 12,3% geeft aan **achter de feiten aan** te lopen. De rest heeft zijn planning aangepast of losgelaten en 37,8% geeft aan **alles onder controle** te hebben zonder aanpassingen gedaan te hebben.

16%

heeft een regelmatig ontplofte mailbox en...

64%

lost het opruimen zelf op en is ervan overtuigd daar nooit hulp voor in te schakelen.

20,9% heeft wel al eens hulp gehad. De meesten van een familielid maar een klein percentage (3,2%) geeft ook aan weleens hulp in te hebben geschakeld van een organizer.





Nu je misschien wel veel kansen gezien hebt, is het ook fijn om te weten of mensen al eens van een professional organizer en/of opruimcoach gehoord hebben.

86,8% geeft aan dat ze ons vak kennen. 13,2% hoorde de term tijdens het invullen van het onderzoek voor het eerst. Dit beeld kan vertekend zijn aangezien het onderzoek op social media veel gedeeld is door professional organizers en wellicht ook veel door hun netwerk ingevuld is.

Na verdere uitleg wat wij allemaal kunnen doen voor iemand, geven...

53

respondenten aan het inschakelen van een organizer te overwegen voor thuis

en 34 respondenten zouden op het werk wel wat **ondersteuning kunnen gebruiken**.

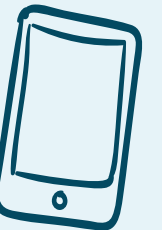
Deze ondersteuning mag voor 64% van de respondenten tussen de **€ 50 en de € 150** kosten voor een sessie van 3 uur.

Van 18,6% mogen we tussen de **€ 150 en € 250** vragen en 1,6% geeft aan daar meer dan **€ 250 euro** voor over te hebben.

De overige 15,8% heeft geen idee of hoopt een barterdeal te kunnen sluiten met een organizer.

52,8% hoopt ons via Google te vinden

en 28% gaat **rondvragen** in zijn of haar netwerk.



Op **social media** zoekt 10% en 2,1% gaat via de huisarts of hulpverlener op zoek. 0,5% zou het aankarten bij de werkgever en die laten zoeken.

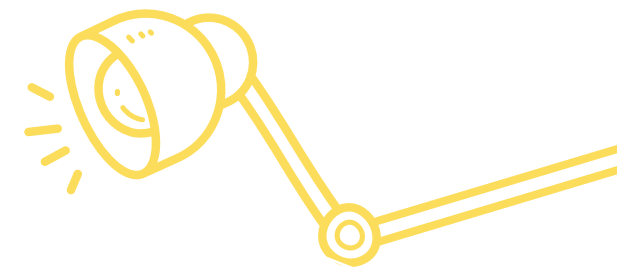
De keuze valt vervolgens op de organizer waar ze de beste klik mee voelen (46,9%).

18,9% zegt de prijs de doorslag te laten geven en 17,1% gaat af op de recensies die je van eerdere klanten gekregen hebt. Ook de ervaring van de organizer weegt mee. 7,1% zegt dat de ervaring de doorslag geeft in de zoektocht.

Meer over dit onderzoek met anderen bespreken? Dat kan in de Facebook-groep 'Word professional organizer!'



STARTER IN THE SPOTLIGHT



Ilanit Snoek (42) leer ik eind 2019 kennen als deelnemer van mijn opleiding tot professional organizer. Vol energie en volledig geëngageerd aan het opstarten van haar bedrijf, lijkt ze al mijn informatie op te zuigen. Bij alles wat ik vertel, zie ik de radertjes in haar hoofd draaien. Intussen heeft ze een vliegende start als organizer achter de rug.

Ilanit start haar carrière in de parfumerie op Schiphol waar ze na 20 jaar door een burn-out afscheid moet nemen. Ze moet op zoek naar wat anders, maar wat? Op de vraag van haar toenmalige coach waar ze blij van wordt of wat haar passie is, heeft ze geen antwoord. Ze heeft geen enkel idee. De ommekeer komt als ze tussen het stofzuigen door met een vriendin belt. Ilanit: “Ik wil eigenlijk alleen maar stofzuigen en opruimen”, zei ik tegen haar. “Met die gedachte kroop ik die avond achter de laptop en zag het woord ‘opruimcoach’ voor bij komen. Toeval of niet, alle puzzelstukjes vielen op dat moment samen.”

“Ik wilde eigenlijk alleen maar stofzuigen”

Nog geen twee weken later schrijft ze zich in bij mijn opleiding. Vol energie en passie volgt ze deze en in maart 2020, vlak voor de eerste intelligente lockdown is ze klaar. In de auto hoorde ze Rutte deze lockdown afkondigen en tijdens diezelfde autorit besluit ze een opruimchallenge te organiseren via Instagram. Ilanit lacht: “Met behulp van de buurvrouw die de weg op Instagram al een beetje kende, stond dit programma in een paar uur klaar.” Maar niet alleen het programma, ook haar gehele branding is in die tijd geregeld.

In mijn ogen echt een voorbeeld van kansen pakken wanneer ze zich voordoet en je niet verschuilen achter excuses. Want er was nog geen website, nog geen branding, nog geen Instagram account, zelfs nog geen inschrijving bij de Kamer van Koophandel. Ilanit: “Pas na deze challenge heb ik een website gemaakt en ben ik ervaring op gaan doen bij klanten. Mijn eerste opdracht was de verhuizing van mijn schoonmoeder. Daarna heb ik een aantal leuke projecten gedaan, zoals een yogastudio en een strandhuisje.”

“Met mijn winactie heb ik een hoop nieuwe zaadjes geplant”

Ook haar eerste winactie heeft ze achter de rug en daarmee een hoop nieuwe zaadjes geplant bij haar potentiële klanten. De winnaars gaan lekker aan de slag met haar en worden hopelijk goede ambassadeurs. De verliezers hebben een mooi aanbod gekregen waarmee ze alsnog met Ilanit aan de slag kunnen. Dit aanbod deed ze een week voor de tweede lockdown in november, waardoor ze niet met haar klanten aan de slag kon. “Het is dus even afwachten wat deze aanbieding na de lockdown aan nieuwe klanten op gaat leveren”, aldus Ilanit. “Er was ook een aantal troostprijzen, mensen die een uur advies wonnen. Het was wel even spannend of ik niet te veel informatie weggaf.” Het tegendeel is gebleken. Ilanit lacht: “Nadat ze met mijn tips en adviezen zelf aan de slag gingen, merkte ik dat ze ook wel weer contact opnemen, omdat ze zelf vastlopen.” Een hele slimme zet dus!

Toekomstplannen heeft ze nog niet concreet. “Lekker doorgaan zoals ik nu bezig ben”, zegt ze vastberaden. “Iedere dag is een nieuwe dag en ideeën zijn er genoeg.” Dat gaat dus helemaal goedkomen!

**Volg Ilanit op Instagram:
@ilanitsnoek of www.ilanitsnoek.com**



WANNEER JE
PRAAT, HERHAAL
JE ALLEEN WAT
JE AL WEET.

MAAR ALS JE
LUISTERT, ZOU JE
IETS NIEUWS
KUNNEN LEREN

25 TIPS OM MILLENNIALS BETER TE BEREIKEN

Geertje Ruitenburch is Digital Concept Strateeg en eigenaar bij o.a. raevels.nl. Zij houdt zich dagelijks bezig met de motivaties en behoeften van mensen en hoe je hun aandacht kan converteren tot klanten. Voor haar is er geen scheiding meer tussen digitaal of offline en valt alles onder de ervaring van je klant. Doelgroepen doorgronden is dan ook een van de basisprincipes van haar werk. In dit artikel lees je over de Millennial en krijg je 25 tips om deze generatie beter te bereiken.

Ze hebben miljarden te spenderen per jaar, zijn de meest invloedrijke generatie als het gaat om 'wat wordt een succes' (en wat niet) en zijn extreem kritisch in hun aankopen. 84% van de millennials geeft zelfs aan dat ze reguliere verkooptechnieken, zoals standaard advertenties of funnels, niet vertrouwt. Hoe kun je deze groep consumenten verleiden tot aankoop?

Wie zijn het?

Ze staan bekend als de 'ik-ik-ik'-generatie en worden onterecht beschuldigd als lui, veeleisend en van het ontbreken van loyaliteit. Geboren tussen 1982 en 2004 zijn de millennials de eerste generatie die opgegroeid is met digital. Ze hebben de komst van internet meegemaakt en zijn eraan gewend dat welke vraag je ook hebt, het internet het antwoord heeft. Het zijn de jongvolwassenen, de jonge ouders, de carriëretijgers en de nieuwe huiseigenaren. Ze zijn het meest gevoelig voor burn-outs en hebben torenhoge verwachtingen van alles. Deze generatie is ook de meest nieuwsgierige van allemaal; ze zijn de eersten die iets nieuws uitproberen.

Als we kijken naar al hun karakteristieken dan springen er 5 uit die belangrijk zijn bij het vormen van je aanbod:

1. De ervaring die ze krijgen weegt zwaarder dan het nut van het product.
2. Ze zijn kritisch op wat iets waard is.
3. Bewijs van het effect is erg belangrijk.
4. Ze verdiepen zich uitvoerig in een onderwerp voordat ze deze aanschaffen.
5. Ze hechten hoge waarde aan gezondheid en milieu.

Laten we eens in deze karakteristieken duiken en een paar concrete tips met je delen.

1 ERVARING OVER PRODUCT

In tegenstelling tot hun ouders shopt de millennial niet vanuit een gevoel van enkel 'nut'. Millennials die online shoppen hechten meer waarde aan de manier waarop ze meegenomen worden in het verhaal van het product, dan de daadwerkelijke koop ervan. En millennials die offline shoppen, houden van het snuffelen, pakken er een lunch bij en hechten waarde aan het delen van die ervaring met anderen.

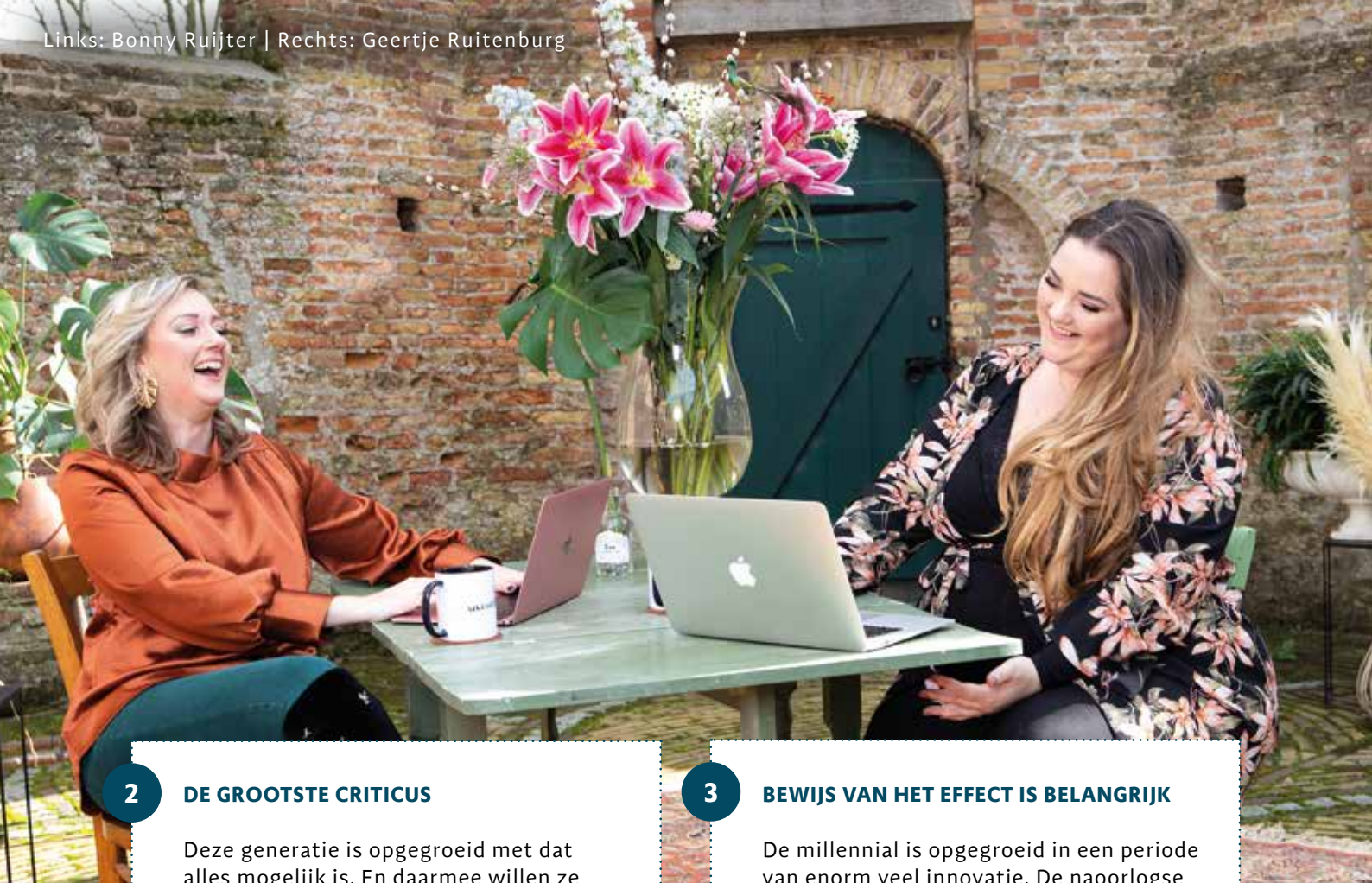
Het 'sociale' en 'betrokken zijn' aspect van een verkoop is voor de millennial extreem belangrijk. Concreet zorgt dit ervoor dat 78% van de millennials liever hun geld uitgeeft aan een merk, dat zijn of haar ervarings-behoefte voedt dan in een beter product.

5 tips om de ervaring van je product te verrijken:

1. Zorg dat je jouw product uitwerkt tot een concept; iets wat afwijkt van de norm. De nieuwsgierigheid voor iets nieuws in deze generatie is zo groot, dat focus hierop het makkelijker maakt je product te verkopen.
2. Ervaring toevoegen betekent niet per definitie dat iets alleen 'mooi' hoeft te zijn en gaat ook over hoe prettig is dat wat je biedt. Voor de een betekent dit

een verrassend weetje in aanloop naar de verkoop, bij de ander om dat belletje tussentijds om te kijken hoe het gaat.

3. Mobile first is geen keuze meer, zorg dat je kanalen vanuit mobiele toegankelijkheid ontworpen zijn.
4. 38% koopt niet meer na een slechte ervaring. Besef je dat dit niet alleen geldt voor iets wat betaald is, maar juist ook van kracht is voor je gratis content. Content kwantiteit is niet een doel op zich.
5. Probeer je aanbod elke verkoop(ronde) iets rijker te maken, zoals een extra werkboek, een bonusvideo. Zorg voor een geautomatiseerde aandacht. Zo zorg je ervoor dat je langzaam je aanbod interessanter maakt.



2 DE GROOTSTE CRITICUS

Deze generatie is opgegroeid met dat alles mogelijk is. En daarmee willen ze dus ook alles. Om dat voor elkaar te krijgen gaat een millennial kritisch om met aankopen. Waar de oudere generaties zich op een moment in hun leven beseffen dat ze iets nodig hebben: 'mijn wasmachine is stuk, dus ik moet nu een nieuwe' daar voelt de millennial naast deze urgente problemen ook andere behoeften welke in noodzaak opkomen en weer gaan. Hun grootste beperkingen zijn hun eigen tijd en hun middelen (hoofdzakelijk geld).

5 tips:

1. Millennials gaan alleen over tot koop als ze volledig overtuigd zijn van de totaaloplossing. Een behoefte kan rustig maandenlang on vervuld zijn. Ze dealen namelijk dagelijks met allerlei behoeftes en niet alles krijgt prioriteit.
2. Verdiep je in de meest logische alternatieven voor jouw aanbod, want ook al ben jij niet bezig met je 'concurrent', je klant is wel degelijk hun aanbod aan het bekijken.
3. Toets of de waarde die je denkt te verkopen overkomt als hoger dan de investering die je ervoor terugvraagt.
4. Maak het gemak van je aanbod zo hoog mogelijk en de inspanning zo laag mogelijk.
5. Leg focus op wat de investering nu bespaart voor later.

3 BEWIJS VAN HET EFFECT IS BELANGRIJK

De millennial is opgegroeid in een periode van enorm veel innovatie. De naoorlogse babyboomer ouders krijgen steeds meer ruimte om geld te spenderen aan niet-essentiële producten en diensten. Deze honger naar meer is er letterlijk met de paplepel ingegoten. En omdat deze generatie zoveel meer bezig is met de volgende aankoop dan hun ouders, is zij in alle jaren gebombardeerd met marketing. Ze zijn getraind om onbewust sceptisch te zijn naar aanbod. Zijn ze wél geïnteresseerd geraakt, dan is het zaak om bewijs te leveren.

1. Maak geen FOMO (Fear Of Missing Out) beloftes die je niet na komt. Als je zegt "de laatste keer", meen het dan ook.
2. Maak 'wat iemand kan komen halen' tastbaar en wees niet bang om te veel vrij te geven. Wat je concurrent kan halen, is vele male kleiner dan de hoeveelheid nieuwe klanten die daardoor gaan kopen.
3. Gebruik de exacte bewoordingen van je klantreviews.
4. Maak het inzichtelijk als klanten terugkomen of anderen hebben aangedragen.
5. Bewijs wie je aanbod gekocht heeft en wat ze eraan gehad hebben.

4 KENNISMAKEN ZONDER CONTACT

Millennials als geheel zijn geen impuls-kopers. Ze doen graag research naar de oplossing voor een bepaalde behoefte, ze willen voelen dat de partij hun behoefte overtreft en willen zeker zijn dat ze de juiste prijs betalen voor de meeste waarde. Om dat te bereiken zullen ze alle kanalen die ze kennen benutten.

5 tips om kennis maken zonder contact mogelijk te maken:

1. Investeer in het bouwen van je merk, dit zorgt ervoor dat je bouwt aan de like-ability en geloofwaardigheid, zodat er persoonlijke binding is.
2. Zorg dat er naast je aanbod ook informatie beschikbaar is die angsten, drempels of onwetendheid kan wegnemen. Denk aan blogs, maar ook aan offline-materialen zoals brochures.
3. Wees ervan bewust dat de kans groot is dat ze jou gaan vergelijken met een ander. Wat moet iemand persé weten voor ze jouw aanbod verlaten om deze met een ander te vergelijken?
4. Stop informatie pas achter een drempel (een download voor een e-mailadres, een e-book) als je weet dat je potentiële klant al voldoende heeft kunnen kennismaken en dus al een bepaald enthousiasme heeft.
5. Zorg dat je niet alleen vertelt over het effect van je product, maar laat ze ook al ervaren wat er precies bijzonder aan is. Voorbeelden hiervan zijn foto's en beeldmateriaal waarin je ziet dat mensen bezig zijn met jouw aanbod.

5 HOGE WAARDE AAN GEZONDHEID EN MILIEU

De millennial is extreem gevoelig voor invloed van buitenaf. Ze zijn kritisch naar zichzelf en daarmee erg zelfbewust van hun eigen gedrag. Campagnes van goede doelen en overheden doen het dan ook erg goed onder deze generatie.

5 tips:

1. Associeer je aanbod met een goed doel.
2. Laat zien hoe je oprecht iets geeft en bijdraagt aan de wereld: iets groters dan alleen jouw portemonnee.
3. Maak tastbaar wat jouw aanbod oplevert in gezondheid: fysiek en psychisch. Denk hierbij ook aan tijd voor andere zaken, footprint verlaging, bewuster genieten.
4. Blijf je concept bijschaven naar de problematiek van vandaag.
5. Als je een service verleent, denk dan aan bijvoorbeeld de milieubewuste keuzes van producten in een kadopakket of in je algemene relatiegeschenken.

Een complexe en intrigerende generatie

De millennial als doelgroep is fascinerend, boeiend en constant in beweging. Ze zijn lastiger te overtuigen dan de oudere generaties (Generatie X, Babyboomers, Stille generatie), maar wel makkelijker te bereiken dan de jongere generaties (Gen Z, Gen Alpha). En ja, tussen overtuigen en bereiken zit een groot verschil. De millennial is nieuwsgierig, kritisch en heeft een honger naar nieuwe levens-ervaringen. Dat laatste zorgt ervoor dat als je de millennial in je doelgroep hebt zitten, je concept constant in beweging moet zijn.

Bekijk de website www.raevels.nl of volg Raevels op Instagram @raevels

Opleiding

PROFESSIONAL ORGANIZER

HERKEN JE DAT HEERLIJKE GEVOEL VAN THUISKOMEN IN EEN OPGERUIMD HUIS? OVERZICHT IN JE AGENDA? GRIP OP JE TIJD EN TAKEN? EN WIL JE DAT ANDEREN DAT GEVOEL OOK KUNNEN ERVAREN?



Standaard:
4 lesdagen van
09:30 - 16:30 uur

Online:
6 lessen van 3 uur,
meer huiswerk
tussendoor

Snelcursus:
3 opeenvolgende
dagen van
09:00 - 17:30 uur,
langere dagen
en meer huiswerk
vooraf

Wat krijg je?

- Lesmateriaal
- Opdrachten, huiswerk en proefklant
- Toegang tot de online leeromgeving met extra materiaal
- Terugkomdag na 3 maanden
- Certificaat van deelname

Extra voordelen:

- Kleine groepen
- Veel oefenen
- Niet alleen aandacht voor het vak maar ook voor het ondernemerschap

AANBEVELINGEN:

“Onlangs de opleiding Professional Organizer afgerond bij Ilona Visker. Wat een Powervrouw! Ilona weet waar ze het over heeft en neemt je helemaal mee in het proces van Professional Organizer worden tot hoe zet ik dan mijn eigen bedrijfje op touw. Spontaan ontstaan er dingen waar je tegenaan loopt als groep en meteen haakt ze hier op in en regelt ze een Masterclass zodat je ook in dat stukje op weg geholpen wordt. Ilona wat een mooi mens ben je en wat heb jij veel in je!”
- Erna Damen

“Ik heb de opleiding tot Professional Organizer bij Ilona gevolgd en ben zeer enthousiast! De communicatie voor en tijdens de opleiding met Ilona was fantastisch en ook de opleiding zelf was geweldig. Ilona zit boordevol goede tips, heeft veel ervaring en kan beide zeer goed overbrengen. Het opleidingsmateriaal is zeer bruikbaar (en prachtig ontworpen!) en de opbouw van de opleiding is ook logisch te volgen. Ik kan de opleiding niet genoeg aanraden!”
- Minte Taekema

“Een inspirerende en waardevolle training! Naast de praktische kennis van het organiseren veel andere persoonlijke inzichten gekregen. Het enthousiasme van Ilona werkt aanstekelijk. Haar natuurlijke manier van lesgeven zorgde ervoor dat de dagen voorbij vlogen!”
- Minouk den Hertog

SO CLEVER

DE OPBERGSHOP



Koelkast bakjes stapelbaar Orthex - verschillende formaten | Vanaf €3,95

WANNAHAVES

Met een aanbod van meer dan 2000 unieke en stijlvolle opbergproducten is So Clever dé opbergshop van Nederland. Van keuken organizers tot opbergers voor op je bureau: op soclever.nl vind je het allemaal. Wij werken samen met merken zoals iDesign, Elfa, Umbra en Yamazaki om storage producten van hoge kwaliteit te bieden. Daarnaast hebben wij een samenwerkingsverband met de NBPO, waarbij we de diensten van professional organizers aanbieden op onze website.



Draaiplateau 2 niveaus
iDesign (ID-1656630EU)
€ 22,95



Voorraadbakje stapelbaar
iDesign - medium variant
(ID-1666270EU) | € 13,95

Opbergbox met T-handvat iDesign
(ID-1671670EU) | € 15,95



Keukenkast organizer
iDesign - large variant
(ID-1662130EU) | € 15,95



Koelkast bak met lade en verdeelschot
The Home Edit (THE-1604125CEU) | € 19,95





PROFESSIONAL ORGANIZER, HET BEROEP VAN JOUW TOEKOMST?

Beroepen ontstaan en beroepen verdwijnen of veranderen. De snelheid van deze veranderingen in de maatschappij is echter enorm toegenomen. Welke veranderingen spelen er en welke behoeften ontstaan daaruit? In deze rubriek vraag ik experts binnen en buiten ons vakgebied, naar hun visie op de toekomst van de organiserende ondernemers. ons vakgebied, naar hun visie op de toekomst van de organiserende ondernemers.

We kunnen er niet omheen: al ruim een jaar staat de wereld op zijn kop door Covid-19. Winkels sluiten, bedrijven laten hun werknemers thuiswerken en ook de professional organizers mochten een tijd niet bij hun klanten langs. Gelukkig hoefden we niet helemaal stil te staan, een groot deel ging online verder. Toevallig heb ik zelf vlak voor de eerste lockdown een opleiding tot virtual organizer

gevolgd bij Sheila Smith Delson in Amerika. Dankzij deze vooruitziende blik kon ik begin 2020 mijn trajecten moeiteloos omzetten naar online trajecten. Voor deze editie van het vakblad interviewde ik Sheila zodat ze ons meer kan vertellen over het virtual organiseren, omdat online organiseren in mijn ogen zeker toekomstperspectief heeft.



Online organiseren

“In 2009 begon ik te experimenteren met organiseren op afstand”, begint Sheila. Ik was op zoek naar een manier om mijn begeleiding toegankelijker te maken voor een grotere groep mensen. In Amerika betalen zo goed als alle klanten de begeleiding zelf en voor velen is dat moeilijk.” Ook veel van Sheila’s klanten struggelden met de betaling, waardoor er soms langere periodes tussen de afspraken zaten. Toen ze weer werd benaderd door een klant die ruim 1,5 uur rijden van haar vandaan woonde, besloot ze het anders aan te pakken. Ze stelde de klant voor om het traject telefonisch te doen, met foto’s via e-mail ter ondersteuning. “Het resultaat van deze samenwerking was mindblowing”, zoals ze zelf zegt. “Mijn klant ging sneller, brak sneller door oude patronen heen, was gemotiveerder en boekte veel sneller resultaat dan wat ik gewend was.” Op dat moment realiseert Sheila zich dat misschien wel een grote doorbraak had in handen heeft. Ze test het op nog een aantal andere klanten en de resultaten zijn net zo succesvol als bij de eerste klant. Ze besluit haar virtuele organizing aanbod door te ontwikkelen tot een weloordacht begeleidingsplan en zich er 100% op te focussen.

Gek geworden

“In eerste instantie reageerden mijn collega’s of ik gek geworden was. ‘No way dat je iemand kan organiseren met alleen mail en telefoon tot je beschikking’, dachten ze. Tot ik gevraagd werd om er een teleclass over te geven voor het Institute of Challenging Disorganisation (ICD) waar ik lid van was. De teleclass sloeg aan en steeds meer collega’s zagen de potentie, maar nog steeds keken ze me raar aan. In 2014 herhaalde ik de teleclass, inmiddels onderbouwd met een beter plan en 5 jaar aan ervaring en verbeterde technieken om de klanten online te begeleiden. De teleclass sloeg aan en groeide in korte tijd uit naar een driedaagse opleiding. Ik bleef ontwikkelen en bijschaven en ging van de driedaagse opleiding naar een opleiding van 4 dagen. En nu, 8 jaar na de eerste teleclass, is het inmiddels een gecertificeerde training van 6 dagen die vanuit de hele wereld gevolgd wordt.”

Sheila begint te glunderen als ze haar toekomstige plannen vertelt: “2021 is het jaar om alle virtual organizers die de opleiding voor 2020 gevolgd hebben alsnog te certificeren en het virtual organiseren samen met al deze pioniers groot en

“Virtual organiseren is duurzaam, minder tijdrovend en goedkoper voor klanten”

bekend te maken. Niet om mijn opleiding te verkopen, maar om iedereen te informeren over de werkwijze en de voordelen. Want deze manier van werken heeft echt de toekomst.”

Vliegreuen maken

Is virtual organiseren nou hetzelfde als gewoon beeldbellen met je klant omdat je even niet naar hem of haar toe kan? Sheila zegt van niet. “Allereerst is het belangrijk dat de organizer ervaring heeft. Een startende organizer mist ervaring en daarmee een stuk inzicht in het proces. Vliegreuen maken is dus belangrijk. Daarbij ben je, naast dat je met de klant aan het werk bent, tegelijkertijd de bewaker en begeleider van het proces tijdens de afspraken én tussen de afspraken door. Wij houden dus alle ballen in de lucht en daar heb je kennis en ervaring voor nodig. In de opleiding leer je daarom ook veel over luistervaardigheden, leerstijlen en het tussen de regels door lezen wat er nou allemaal gebeurt tijdens een sessie, wat niet zichtbaar is.”

Nieuwe gewoonten

“Het draait allemaal om het aanleren van nieuwe gewoonten”, zegt Sheila. “De hersenen van je klant moeten de oude gebaande paden in de hersenen gaan verlaten en deze vervangen door nieuwe paden die er op hun beurt weer in moeten slijten. Dat proces heet neuroplasticiteit. Om deze nieuwe paden in te laten slijten, is herhalen belangrijk, maar dat gaat niet zomaar. Als mens kun je nou eenmaal niet als een muis in een looprad rond blijven lopen tot het gewenste pad ingesleten is. Om geprikkeld en geïnteresseerd te blijven, moet je deze herhaling steeds in een nieuwe vorm aanbieden. Dat kan zijn door hetzelfde op een andere manier te vertellen, door het voor te doen of door de informatie op een andere manier aan te bieden. We trainen onze klanten zodat ze niet alleen de klus geklaard krijgen, maar gedurende het proces ook zelfverzekerder, bewuster en zelfredzamer worden. Het gaat dus echt om een duurzame, langetermijnoplossing voor je klant.”

Flexibel

Een voordeel dat ik zelf ontdekte toen ik aan de slag ging met virtual organiseren, is dat het je flexibeler maakt in je afspraken. Een dagdeel reserveren is niet altijd makkelijk, helemaal als jij een drukke agenda hebt en jouw klant ook. Maar een half uur of een uur is veel makkelijker plannen en heeft een minder grote invloed op de rest van je dag en planning. Het korte tijdsbestek maakt het ook makkelijker om aan de slag te gaan in de avonden of weekenden. Even een half uurtje laserfocus met je klant, om de klant daarna zelf verder te laten gaan, werkt voor mij echt heel fijn en efficiënt.

Hands on organiseren

Naast dat je als virtual organizer tijdens een pandemie dus gewoon door kunt werken, maken andere factoren het ook toekomstproof. Het is immers duurzamer omdat we minder hoeven te reizen, minder tijdrovend dan een dagdeel aan de slag op locatie, goedkoper voor klanten omdat ze minder begeleiding hebben en meer zelf doen en ons werkgebied wordt een stuk groter. We hebben in Nederland dan wel niet de afstanden die Sheila in Amerika kent, de reistijden hier kunnen ook aardig oplopen.

Toekomstproof is het dus zeker, maar nooit meer hands on organiseren? Dat weet ik nog zo net niet. Hoewel Sheila zegt dat veel van haar cursisten dit na afloop roepen, weet ik niet of ik er ook zo in sta. Toegegeven, het virtual organiseren is makkelijk, effectief en wel zo comfortabel vanuit je eigen huis. Maar bij de klant thuis is toch ook wel leuk. Helemaal nu we in de lockdown zo weinig persoonlijk contact met elkaar hebben, merk ik dat ik dat toch ook wel mis. Bovendien is niet iedere klant in staat om zelfstandig met opdrachten aan de slag te gaan. Ik blijf dus voorlopig beide diensten combineren. Wat ga jij doen?

Volg Sheila op

www.thevirtualprofessionalorganizer.com

“In eerste instantie reageerden mijn collega’s of ik gek geworden was”



GET ORGANIZED WITH THE HOME EDIT

Professional Organizers Lea en Joanna helpen hun klanten én celebs aan een opgeruimd huis. Wees voorbereid op veel ‘oh my god, oh’s, ah’s’ en histerie maar verlekker je tegelijkertijd aan de prachtige ingerichte garages en inloopkasten. Heerlijke weggijk tv.

Seizoen 1 is nu te zien op Netflix



ONS HUIS VOL SPULLEN

In dit realityprogramma gepresenteerd door Lieke van Lexmond, zie je dat opruimen zo’n groot probleem kan zijn dat het uiteindelijk een wissel trekt op het gezin en de relatie. Opruimcoach Zamarra biedt hulp en oplossingen als de gezinnen zelf het niet meer kunnen.

‘Ons huis vol spullen’ is te zien op Videoland

MINIMALISM

Hoe is het om als minimalist in het leven te staan? De documentaire laat je inzien dat je niet gelukkig wordt van spullen en zet je aan het denken over wat belangrijk is in het leven.

‘Minimalism’ is te zien op Netflix

WANNAGEES

Vind jij het ook zo heerlijk om opruimprogramma’s te kijken?

Hier vind je interessante documentaires en de leukste series.

HET SUCCES VAN DE KRINGLOOPWINKEL

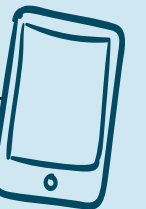
Hoewel deze serie niet over opruimen gaat is het toch zeker een kijktip. Deze hartverwarmende vijfdelige documentaireserie laat zien dat de kringloop niet alleen qua spullen, maar ook qua mensen vol verborgen parels zit.

‘Het succes van de kringloopwinkel’ is te zien op NPO Start

FILTHY HOUSE SOS

Volg Jon en Brennan die verwaarloosde huizen omtoveren tot een leefbare plek. Niet alleen heerlijke tv om naar te kijken met verhalen die je raken, maar de handige schoonmaaktips vliegen je ook om je oren.

Je kijkt ‘Filthy house SOS’ op TLC



BEWAREN



In de documentaire ‘Bewaren’ gaat Digna Sinke op zoek naar de reden waarom we dingen bewaren. Zelf is ze een verzamelaar en gaat in gesprek met minimalisten die het tegenovergestelde doen.

Deze documentaire van 2Doc is te zien op NPO Start

A close-up photograph of a pair of blue gardening gloves with red polka dots on the back, holding a small basil plant in a mound of dark brown soil. The basil plant has several green, rounded leaves with visible veins and small water droplets on its surface. The background is blurred, showing more green foliage.

EEN DAG
ZONDER
ZELFREFLECTIE
IS EEN DAG
ZONDER
GROEI



EEN *eigen* TRAININGS- EN COACHINGSRUIMTE

Al sinds ik professional organizer ben, verzucht ik hoe graag ik een eigen kantoorruimte buitenshuis wil. Een eigen plek, waar ik naar toe kan wanneer ik wil, kan inrichten naar mijn smaak en waar ik mij helemaal thuis voel. Het grappige is dat ik in de afgelopen tien jaar twee keer een gedeeld kantoor had, maar nauwelijks gebruikte.

Toch blijft die eigen ruimte een droom. Als professional organizer die bij haar klanten in huis aan het werk is, vind ik het een overbodige luxe. Daarnaast moet ik steeds denken aan de twee andere ruimtes die ik nauwelijks gebruikte.

Op slag verliefd

Maar dan komt er een omslag. Zodra ik meer workshops en uiteindelijk de opleiding tot professional organizer ga geven, blijkt de noodzaak wel groter. Zo krijg ik een goede reden om weer op zoek te gaan. Op een zondagmiddag word ik, al scrollend op Funda, op slag verliefd op een grote en karakteristieke ruimte. Na de eerste bezichtiging is alles snel geregeld. Na tien jaar werken aan de keukentafel, is mijn eigen trainingsruimte nu een feit. Het is een prachtig gemeentelijk monument aan het Keern, dicht bij de snelweg en station Hoorn. Hier heb ik mijn ruime en sfeervolle trainings- en coachingsruimte ingericht. Door het grote oppervlak en de flexibele inrichting, is het geschikt voor cursussen, workshops, vergaderingen en 1-op-1-coaching.

Groei

Het huren van een eigen ruimte vond ik heel spannend, zeker in een tijd met een pandemie en lockdowns. Desondanks heb ik doorgezet, omdat ik ervan overtuigd ben dat het nodig is voor de groei van mijn bedrijf. Het is zo heerlijk om niet meer te sjouwen met trainingsmateriaal en geen overboekte ruimtes of gedoe met reserveren en annuleren te hebben. De ruimte geeft mij ook de mogelijkheid om meer dingen uit te proberen en meer te doen met de Blauwprintmethode. Een methode waarover je meer kunt lezen in deze uitgave. Mocht een nieuwe workshop of training niet lopen, dan heb ik geen annuleringskosten. Als iets goed loopt, dan is een herhaling snel gepland. Daarnaast is het een fijne ruimte waar collega-ondernemers graag aanschuiven voor een dagje werken of een overleg.

Te huur

Wil je de ruimte ook eens komen bekijken en de mogelijkheden bespreken om de ruimte zelf te huren voor een dag? Kijk op www.ilonavisker.nl/keern33h

Een droom
komt uit!



POST

In deze nieuwe rubriek POST! nemen 4 startend professional organizers je mee in de opstart van hun bedrijf. Ze mailen elkaar over waar ze mee bezig zijn, waar ze tegenaan lopen én vieren hun successen. Deze maand hun eerste bijdrage over wat er allemaal komt kijken bij de het starten van hun bedrijf!

STELLING: WAT KOMT ER VEEL BIJ KIJKEN



Hi Eveline,

Zoals je weet ga ik nu echt starten met mijn bedrijf als PO. Maar jeetje, wat komt er veel bij kijken! Waar ik nu mee bezig ben:

- bedrijfsnaam: Engels, Nederlands, iets met mijn eigen naam of iets meer algemeen;
- logo: welke kleuren passen bij mij en mijn bedrijfsnaam;
- website: welke pagina's, professionele foto's of toch niet, teksten, call to action-knoppen, maar waar wat dan?

Ook ben ik op zoek naar proefklanten. Ik denk aan een oproepje op Facebook in bepaalde groepen over opruimen. Want een oproepje onder mijn eigen contacten heeft helaas nog niets opgeleverd.

Als ik deze dingen gedaan heb, zijn er vast nog allerlei to do's waar ik nog niet over nagedacht heb. Welke dingen vond jij nog meer belangrijk bij het starten, die ik nog niet genoemd heb?

Liefs, *Marieke*

Hi Marieke,

Echt superleuk dat je gaat beginnen als PO, dat is de belangrijkste stap! Super herkenbaar dat er veel bij komt kijken... Ik ben zelf natuurlijk ook nog maar een paar maanden bezig, maar als ik terugkijk had ik eigenlijk moeten beginnen met:

- het visualiseren van mijn ideale klant, wat we nu doen bij het PO jaarprogramma;
- het maken van een elevator pitch; hoe kan ik in maximaal 2 minuten duidelijk maken wat ik doe en wie ik kan helpen.

Nu weet ik veel beter voor wie ik mijn website maak en welke naam met logo bij mijn klanten past en ook hoe ik hen kan bereiken. Via onze buurt-app kan ik veel senioren bereiken. Wellicht is dat ook iets voor jouw oproepje? Weet jij al wie jouw ideale klant is?

Liefs, *Eveline*



Hi Ellie,

Heb jij ook zo genoten van het heerlijke weer? De zonnestralen op je gezicht, de fluitende vogels, de blije gezichten van de mensen om je heen. Wat kan zo iets je toch een heerlijk gevoel geven, frisse energie! Mijn hoofd bruist dan van de ideeën. Ook visualiseer ik direct dat ik mensen help, noem het passend bij het seizoen, met een 'voorjaars-coaching'.

Maar terwijl ik zo zat te mijmeren, overviel mij een ander gevoel: de twijfel en onzekerheid. Ga ik het wel redden mijn eigen onderneming uit te voeren tijdens mijn, nu nog, fulltime job? Ga ik wel klanten krijgen? Voldoet mijn logo aan wat ik wil uitstralen? Welk boekhoudprogramma, welke boekhouder? Oh, wat moet ik nog veel regelen! PANIEK!

Ellie herken jij dit gevoel en hoe ben jij hier dan mee omgegaan?

Liefs, *Bianca*

Lieve Bianca,

Natuurlijk herken ik dat! Mij overvalt het ook. Maar ik besluit dan gelijk om niet langer dan één dag, één uur vooruit te kijken en erop te vertrouwen dat alles goed komt. De wet van aantrekking: wat je aandacht geeft, groeit!

Ik heb vooral ideeën in mijn hoofd... Een frisse start, het moment grijpen en ik plaats een bericht op Facebook waarin ik mensen uitnodig om mij in te schakelen voor het organiseren van een fris en opgeruimd huis. Het voorjaargevoel beleven...

Als ik twijfel, ben ik vooral bang dat ik mijn kinderen te weinig aandacht geef nu ik bezig ben met het opzetten van mijn onderneming. Of zullen ze het fijn vinden nu ik minder op ze let? Ik wil ook een voorbeeld zijn voor hen. Gaan voor wat ik wil en waar ik blij van word en dat is toch echt een eigen onderneming hebben als professional organizer!

Hartelijke groet,

Ellie



WEES
WIE JE
VROEGER
NODIG
HAD





DE FUNDERING VOOR EEN SUCCESVOLLE ORGANIZING BUSINESS

Hoe is de fundering voor jouw bedrijf gelegd? Ben je gewoon begonnen of heb je vooraf stilgestaan bij een aantal belangrijke zaken die nodig zijn om je bedrijf goed op te zetten, zodat je niet alleen stabiel staat maar ook zodat je kunt groeien. Een huis heeft ook een goede fundering nodig om op te bouwen. Voor je bedrijf is dat niet anders.

Werken aan die stevige fundering en uiteindelijk naar groei, is heel simpel door je bewust te worden of te zijn van je missie, visie en kernwaarden.

Dát is waar je je bedrijf op bouwt. Heb je al een bedrijf maar nooit nagedacht over deze dingen? Of, heb je dat destijds wel gedaan maar heb je geen idee meer wat jouw missie, visie en kernwaarden ook alweer waren? Of ben je nog niet begonnen maar wil je alles bij de start gelijk goed doen? Lees dan vooral verder. In dit artikel leg ik stap voor stap uit wat de bouwstenen voor jouw fundering zijn en hoe je ze maakt.

BOUWSTEEN 1: JOUW KERNWAARDEN

Je begint met bouwen aan je fundering voor te starten met kijken naar jezelf, naar je kernwaarden. Als organiserende ondernemer ben jij als eenpitter doorgaans zelf je bedrijf. Dus waar jij voor staat is heel belangrijk in de profilering van je bedrijf. Om je kernwaarden te bepalen, kun je jezelf een aantal vragen stellen. Waarover krijg je complimenten? Wat vind je het allerbelangrijkste? Of waar heb je juist een hekel aan? Hou je niet van mensen die te laat komen of die zich niet aan afspraken houden, dan is jouw kernwaarde: iemand van de klok of afspraak is afspraak. Duurzaamheid of een duurzaam leven zijn ook veel gebruikte kernwaarden bij organiserende ondernemers.

Tip: Kies maximaal drie kernwaarden die je wilt gebruiken in de profilering van jouw bedrijf. Wil je de mening van anderen weten over wat typerend is voor jou? Vraag een aantal mensen om je heen, buiten je huishouden, naar drie kernwaarden uit een lijst van allerlei positieve kernwaarden, die ze echt bij jou vinden passen en waarom. Kans is heel groot dat je dan overeenkomsten ziet, waar je jezelf in herkent en dat helpt je bij je keuze.

Mijn kernwaarden:

BOUWSTEEN 2: JOUW MISSIE

Je missie zegt wie je bent, wat je doet en vooral ook waarom je het doet. Je missie is de bijdrage die je levert om mensen een beter leven te geven. Je missie zit dus veel dieper dan geld verdienen met je bedrijf. Met een missie straal je je identiteit, kernwaarden en bestaansrecht uit. Om welke reden stap jij elke ochtend vol energie uit je bed?

Een goede missie is eenvoudig en door iedereen te begrijpen. Hij is positief, motiveert, inspireert en is uniek. Zo heeft Dove als missie: “Dove zet zich in om actief het zelfvertrouwen van alle vrouwen en vooral jonge meisjes positief te beïnvloeden en hen te inspireren het beste uit het leven te halen”. Lego heeft als missie ‘inspireren en helpen ontwikkelen van de bouwers van morgen’.

Een aantal vragen dat kan helpen bij het formuleren van jouw missie zijn:

- Wat gaat er verloren als jouw bedrijf morgen niet meer zou bestaan?
- Welke pijnpunten los je met jouw bedrijf op?
- Waarom sta je elke dag weer paraat voor jouw bedrijf?

Werk je met een team? Bespreek dan jouw ruwe versie van de missie met je team en vraag om hun feedback. Het is belangrijk dat de mensen met wie je werkt zich kunnen herkennen in je missie.

Mijn missie:

BOUWSTEEN 3: JOUW VISIE

Met het formuleren van je visie bepaal je hoe je toekomstplaatje eruit komt te zien en welke klanten je wilt hebben. Je beschrijft welke resultaten je wil behalen. Je kijkt dus écht naar de toekomst, naar jouw ambitie. In tegenstelling tot je missie, die hoogstwaarschijnlijk zo goed als gelijk blijft door de jaren heen, zal je visie maar een paar jaar meegaan en vervolgens weer mee veranderen met jouw nieuwe toekomst-dromen. Het leuke hiervan is, is dat je dus groot mag dromen. Je visie sluit aan bij je missie. Het is jouw droom, van niemand anders. Met andere woorden: wanneer ben je succesvol? Stel je visie op zonder rekening te houden met beperkingen, zet die stemmetjes in je hoofd die al gaan denken in mogelijk- en onmogelijkheden even uit. Je gaat eerst je droom vastleggen en in een later stadium ga je pas kijken in hoeverre jouw droom haalbaar is. Een visie is dus geen concreet plan, maar een ambitie, een verre stip in de toekomst.

Je kunt je visie samenvatten in een zin of een quote en deze bijvoorbeeld weer gebruiken in je elevatorpitch. Gebruik geen moeilijke woorden of vakjargon in je visie. Een visie is geslaagd als je hem niet meer kunt vergeten. Zo gebruikt Dove de visie: een wereld creëren waarin schoonheid een bron is van vertrouwen in plaats van angst’. En is de visie van Lego ‘het spelen van de toekomst uitvinden’.

Om je visie te bepalen, beantwoord je de volgende vragen:

- Welke ontwikkelingen zijn belangrijk voor jouw bedrijf?
- Waar wil je over een paar jaar staan?
- Wat wordt jouw succesmoment?

Mijn visie:

Verder bouwen

Nu je je kernwaarden hebt bepaald en je missie en visie helder omschreven hebt, heb je de fundering van je bedrijf staan. Dat ging best makkelijk toch? Met deze 3 bouwstenen kun je vervolgens verder bouwen aan je bedrijf.

Steeds als je voor keuzes komt te staan, toets je deze aan de missie, visie en kernwaarden. Als je bijvoorbeeld je doelen voor de kortere en lange termijn gaat formuleren heb je deze steeds in je gedachten: zoals welke diensten ga ik ontwikkelen voor mijn doelgroep die passen bij mijn missie en zorgen dat ik mijn visie kan realiseren? En hoe zet ik deze in de markt, op zo'n manier dat ze passen bij mijn kernwaarden en zo bij mij en mijn bedrijf?

Mocht jij als organiserende ondernemer bijvoorbeeld 'eenvoud' als een van je kernwaarden hebben gekozen, dan zou dat dus bijvoorbeeld moeten blijken uit jouw werkwijze, zoals een eenvoudige manier van contact kunnen leggen met jou. Maar ook bijvoorbeeld in jouw huisstijl zou eenvoud dan zichtbaar moeten zijn. En is jouw visie dat in 2025 heel Nederland is ontdaan van overbodige huishoudelijke voorwerpen of een overvolle agenda? Dan staat in jouw plan hoe je dat gaat bereiken.

Kortom: met deze fundering heb je een stevig basis waar je altijd op terug kunt vallen en die je steunt bij al je toekomstige bedrijfsmatige keuzes. Dat moet toch een fijn gevoel geven!



Op de volgende pagina heb je nog meer ruimte om jouw fundering te beschrijven.

Mijn fundering

IN DE VOLGENDE ORGANIZE!

DE ZIN EN
ONZIN VAN EEN
ORGANIZING KIT

**NIEUWE
THEMA:
PROFESSIO-
NALISEREN**

ORGANIZING
AROUND THE GLOBE:
BINNENKIJKEN IN
HET BUITENLAND

TRENDS:
WAT MOETEN WE
ERMEE?



EFFECTIEF
COMMUNICEREN
BEGINT MET
ACTIEF LEREN
LUISTEREN

EN DE VASTE RUBRIEKEN:

- HOE DOET ZE DAT TOCH?
- LET'S TALK LEGAL
- WANNAHAVES
- DAGBOEK VAN EEN
ONDERNEMER

EN NOG VEEL MEER!

**HET DERDE NUMMER IS MEDIO
NOVEMBER 2021 BESCHIKBAAR.**

DE EERSTE NEDERLANDSE OPRUIMGLOSSY

*Ruim 70 pagina's boordevol interviews,
inspiratie en informatie*



Binnenkijken
bij de organizer,
checklist voor de
voorjaars schoonmaak,
opruimen met
kinderen en nog
veel meer!

Voor
maar
€9,95



TE BESTELLEN OP WWW.ILONAVISKER.NL