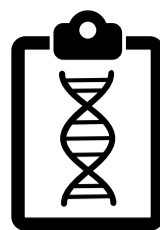


HET DNA VAN JE ONDERNEMING



INTRODUCTIE

Versie: Starter

Wie ben je als ondernemer, waar sta je voor en waar wil je naartoe?

Door heel helder te weten wie je bent en waarvoor je staat kan je je ook op een consistente manier profileren in de markt. Deze werkbladen kunnen je helpen het DNA van je onderneming in kaart te brengen. Hierover nadenken helpt je om focus te vinden en bewuste keuzes te maken.

Veel succes!

Nood aan een klankbord? Vraag ons advies op www.flandersdc.be/advies

"Zelfkennis is het begin van alle wijsheid"

Uit onderzoek en ervaring bij succesvolle bedrijven blijkt dat deze bedrijven zich continu de volgende drie vragen stellen en er telkens een onderbouwd antwoord op kunnen geven:

- Waar hebben we een diepe passie voor?
- Waarmee kunnen we de beste zijn in ons vakgebied?
- Waarmee kunnen we goed ons geld verdienen?

Dit zijn vragen die je jezelf kan blijven stellen om blijvend te focussen op de essentie en je helpen om keuzes te maken doorheen de groei van je bedrijf.

AAN DE SLAG

Volgende werkbladen zullen je stapsgewijs helpen om onderstaande vragen te beantwoorden. Er is geen exact juiste manier van invullen maar als je voldoende tijd neemt om hier antwoorden op te formuleren zal het resultaat je helpen om de fundering van je onderneming sterker te maken.

1. WELKE RICHTING WIL JE UIT?

Als ondernemer heb je de vrijheid om te kiezen wat je wil doen. Maar om gemotiveerd te blijven en te kunnen blijven groeien als ondernemer maak je die keuzes best bewust en weloverwogen. Breng volgende onderdelen in kaart waarmee je steeds de juiste koers houdt.

3. WELKE WAARDEN VIND JIJ BELANGRIJK EN WIL JE UITDRAGEN?

Welke normen, waarden of overtuigingen zijn voor jou belangrijk in je onderneming? Kernwaarden zijn belangrijk voor de identiteit van je onderneming en bepalen hoe je onderneemt. Door waarden te definiëren blijf je trouw aan datgene waarin je gelooft en kun je een reputatie opbouwen.

5. HOE ZIET JE HUIDIGE SITUATIE ERUIT?

Met een SWOT-analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats) ontdek je je eigen grootste zwaktes, sterktes, maar ook kansen en bedreigingen in je omgeving die een impact kunnen hebben op je onderneming. Door ze te analyseren kan je concrete acties bedenken om je grootste sterktes maximaal in te zetten, je grootste zwaktes te verbeteren, je grootste kansen actief te benutten en om te gaan met je grootste bedreigingen.

2. WEET JIJ WAAROM JE ONDERNEEMT?

Volgens Simon Sinek, de bedenker van de 'Golden Circle'-theorie, overtuig je je doelpubliek niet alleen met wat je doet, maar ook met hoe en vooral waarom. Je moet ze raken: zorg dat je op een betekenisvolle manier aanwezig bent. Dat kan je doen door je drijfveren zo duidelijk en begrijpbaar mogelijk te brengen. Weet jij waarom je onderneemt?

4. WAAR STA EN GA JE VOOR?

Het is belangrijk dat je een duidelijke plek inneemt in de hoofden van je doelgroep. Weten ze waarvoor je staat? Hoe zien ze jou tegenover anderen? Je 'missie' is een tijdloos, kernachtig statement over wie je bent, waarvoor je staat en wat je onderscheidend maakt. Maar denk daarbij ook even na over de richting die je uit wil: wat wil je op lange termijn bereiken met je onderneming? Hoe duidelijker je 'visie' of de richting is waar je naartoe wil, hoe makkelijker het wordt voor de mensen om je heen om je te volgen.

PRAKTISCH

Vul deze PDF digitaal in of print de pagina's op A4 of A3 formaat. Dit document werkt het best met Acrobat Reader en geeft soms problemen op Apple Preview/Voorvertoning. Plan voldoende tijd om hiermee aan de slag te gaan en vul dit in vanuit je eigen gevoel, niet vanuit wat anderen van jou verwachten. Ga je met meerdere personen een onderneming starten? Vul dan los van elkaar de pagina's in en bespreek de resultaten uitvoerig met elkaar zodat jullie op elk niveau op dezelfde golflengte zitten. Laat het een paar dagen liggen en ga er dan nog eens van A tot Z door om te finetunen.

WELKE RICHTING WIL JE UIT?

Als ondernemer heb je de vrijheid om te kiezen wat je wil doen. Maar om gemotiveerd te blijven en te kunnen blijven groeien als ondernemer maak je die keuzes best bewust en weloverwogen. Breng volgende onderdelen in kaart waarmee je steeds de juiste koers houdt.

DE IDEALE MIX

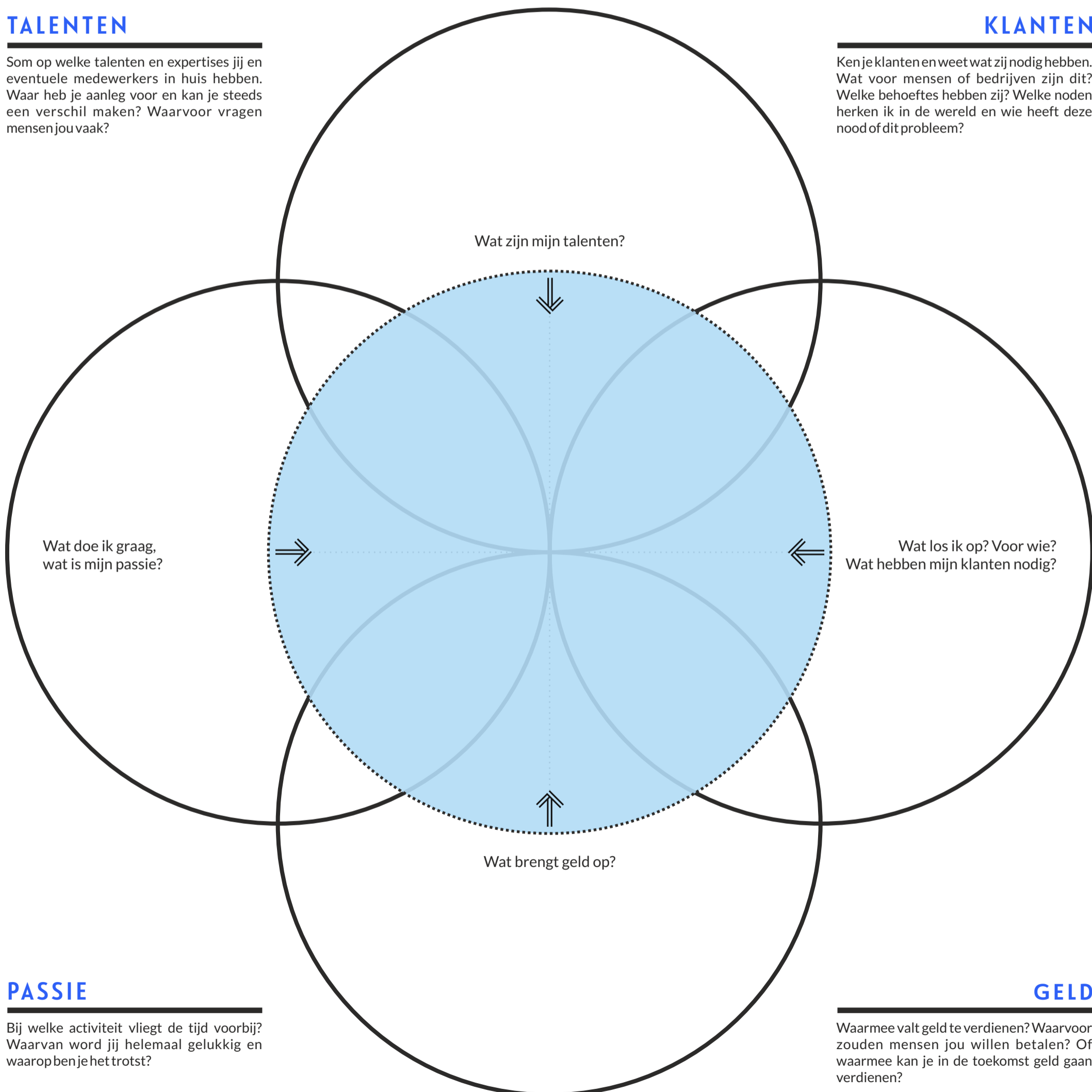
Noteer zoveel mogelijk kernbegrippen in elke cirkel en tracht vervolgens om een aantal unieke combinaties te maken die jouw onderneming kan gebruiken om zich te identificeren. Jouw manier van ondernemen en de opbouw van je aanbod bestaat idealiter uit iets waar je talent voor hebt, je een diepe passie voor voelt, iets waar klanten behoefte aan hebben en waarmee je geld kan verdienen. Ga op zoek naar je ideale mix.

TALENTEN

Som op welke talenten en expertises jij en eventuele medewerkers in huis hebben. Waar heb je aanleg voor en kan je steeds een verschil maken? Waarvoor vragen mensen jou vaak?

KLANTEN

Ken je klanten en weet wat zij nodig hebben. Wat voor mensen of bedrijven zijn dit? Welke behoeftes hebben zij? Welke noden herken ik in de wereld en wie heeft deze nood of dit probleem?



PASSIE

Bij welke activiteit vliegt de tijd voorbij? Waarvan word jij helemaal gelukkig en waarop ben je het trotst?

GELD

Waarmee valt geld te verdienen? Waarvoor zouden mensen jou willen betalen? Of waarmee kan je in de toekomst geld gaan verdienen?

STAP 1: WAT MOTIVEERT JOU?

Wat maakt je gelukkig in je werk? Bij welke zaken vliegt de tijd voorbij?

Welke impact zou je willen nalaten met je werk? Hoe wil je herinnerd worden?

Waar vinden anderen jou goed in? Waarom kiezen mensen voor je werk?

Voor welke zaken kom jij graag op?

STAP 2: WAAROM DOE JE WAT JE DOET?

Bekijk je antwoorden in stap 1 en probeer aan de hand daarvan in een kernachtige zin te beschrijven waarin je gelooft en wat de reden is van je onderneming: waarom wil je dit eigenlijk doen? Wat zijn de drijfveren? Woorden die vaak terugkomen bij je vorige antwoorden kunnen je richting geven.

STAP 3: HOE DOE JE DAT?

Hoe realiseer je datgene waarin je gelooft? Waarin maak jij een onderscheid? Wat is typisch 'jou' en je werkwijze?

STAP 4: WAT DOE JE?

Beschrijf wat je concreet doet en je resultaten daarvan. Som kort en krachtig je verschillende hoofd/neven producten/diensten/projecten op.

STAP 1: LAAT JE INSPIREREN

Hieronder vind je een lijst met voorbeelden van kernwaarden. Doorloop ze en geef per waarde met een + of - aan of je ze belangrijk of niet zo belangrijk vindt. Vul aan met eigen kernwaarden

Authentiek	Efficiënt	Jong	No-nonsense	Productgericht	Traditiebewust
Alternatief	Flexibel	Klantgericht	Onafhankelijk	Rechtvaardig	Uitmuntend
Avontuurlijk	Gedetailleerd	Krachtig	Ondernemend	Respect	Vakmanschap
Creatief	Gevoel	Kunsthinnig	Ontzorgend	Resultaatgericht	Verbeeldend
Dienstbaar	Goedkoop	Kwaliteit	Open	Samenwerking	Verdraagzaam
Ecologisch	Innovatief	Lokaal	Passie	Schoonheid	Vernieuwend
Eenvoudig	Inspiratieeel	Motiverend	Perfectionistisch	Speelsheid	Vertrouwen
Eerlijk	Inspirerend	Makkelijk	Pionierschap	Spiritualiteit	Waarderend

STAP 2: SELECTEER DRIE WAARDEN

Richt je nu op de waarden die je hierboven als belangrijk hebt aangeduid. Mis je er nog die niet in de lijst staan? Vul eventueel aan met andere waarden. Kies nu je drie belangrijkste waarden en sorteer ze op volgorde van belang.

1. _____ 2. _____ 3. _____

STAP 3: MAAK JE WAARDEN CONCREET

Doe de test: geef per waarde een voorbeeld van hoe je dit echt concreet maakt.

	waarde	hoe pas je dit concreet toe?
1.		
2.		
3.		

WAAR STA & GA JE VOOR?

STAP 1: WAAR STA JE VOOR?

Wat doe je, voor wie en wat maakt jou hierin onderscheidend? Door onderstaande zin aan te vullen heb je ze alledrie in één boodschap. Zorg dat je antwoorden voor de buitenwereld duidelijk stellen waar je voor staat.



Voor.....(doelgroep) die (een bepaalde behoefte) heeft,

biedt(naam van jouw bedrijf),(jouw aanbod)

en ten aanzien van(alternatieven) is ons aanbod.....

.....(onderscheidende factor).



STAP 2: WAAR GA JE VOOR?

Wat wil je op lange termijn bereiken met je onderneming? Wat is je toekomstdroom en hoe wil je daaraan bijdragen? Waar wil je binnen 5 of 10 jaar naartoe werken?

.....

.....

.....

.....

.....

STAP 3: HOE GA JE DIT AANPAKKEN?

Formuleer voor jezelf 3 prioritaire doelstellingen die je op korte en lange termijn wil bereiken. Formuleer ze actiegericht, meetbaar en realistisch. Bv. niet "ik wil de wereld veroveren", maar eerder: "binnen 5 jaar wil ik 20% meer klanten bereiken". In een volgende stap kan je voor elke doelstelling nadenken welke concrete acties/to do's je daarvoor moet doen, wie dit gaat doen, binnen welke timing en welk budget er eventueel voor nodig is.

	Doelstellingen korte termijn (1j.)	Doelstellingen lange termijn (5j.)
1.		
2.		
3.		

STAP 1: WAT ZIJN JOUW STERKTES?

Wat zijn de sterkste punten verbonden aan je onderneming? En aan je producten en diensten? Denk aan concrete voordelen voor je doelgroep/klanten. Waar ben je echt goed in? Wat doe je beter dan je concullega's?

1.
2.
3.

STAP 3: WELKE KANSEN KAN JE BENUTTEN?

Welke veranderingen in je omgeving bieden je kansen om te groeien of te verbeteren? Denk aan veranderingen op vlak van technologie, klanten, concurrenten, maatschappij, economie, wetgeving...

1.
2.
3.

STAP 2: WAT ZIJN JOUW ZWAKTES?

Wat zijn de zwakste punten verbonden aan je product/dienst of onderneming? Waardoor verlies je klanten/publiek? Waarin mis je kennis/vaardigheden?

1.
2.
3.

STAP 4: WELKE BEDREIGINGEN KUNNEN JE HINDEREN?

Welke veranderingen in je omgeving (vakgebied, maatschappij) kunnen je onderneming bedreigen? Denk aan veranderingen op vlak van technologie, klanten, concurrenten, maatschappij, economie, wetgeving...

1.
2.
3.

STAP 5: ANALYSEER JE ANTWOORDEN

Confronteer je sterktes en zwaktes met je kansen en bedreigingen. Ga horizontaal door de matrix en beantwoord onderstaande vragen door in de vakjes een 1 (ja), 0 (geen verband) of -1 (nee) te noteren:

1. Laat sterkte 1, 2, 3 toe kans 1, 2, 3 te benutten?
2. Zal sterkte 1, 2, 3 bedreiging 1, 2, 3 tegenhouden?
3. Staat zwakte 1, 2, 3 in de weg om kans 1, 2, 3 te benutten?
4. Zal zwakte 1, 2, 3 bedreiging 1, 2, 3 versterken?

A = tel per kwadrant verticaal de score in elke kolom op

B = tel per kwadrant verticaal de score in elke kolom op
A-B = noteer per kolom het verschil tussen A en B

C = tel per kwadrant horizontaal in elke rij de score op.
D = tel per kwadrant horizontaal in elke rij de score op.
C+D = noteer per rij de som van C en D

		KANSEN			C =	BEDREIGINGEN			D =	C + D =	Hoogste cijfers = grootste sterktes
		1	2	3		1	2	3			
STERKTES	1										
	2										
	3										
A =											
ZWAKTES	1										
	2										
	3										
B =											
A - B =											
		Hoogste cijfers = beste kansen				Laagste cijfers = grootste bedreigingen					