



**Annegien Blokpoel** is bedrijfs-econoom, financieringsexpert en auteur van het boek *Maak je bedrijf meer waard*. Sinds 2007 ondersteunt zij directies van MKB bedrijven op het gebied van waardecreatie middels de MBW™ methodiek. Zie ook [www.maakjebedrijfmeerwaard.nl](http://www.maakjebedrijfmeerwaard.nl). Voor Brookz schrijft ze over waardecreatie.

## Kantelpunten doorbreken

Afgelopen week vond voor de vierde keer onze workshop 'Haal meer uit jezelf en je bedrijf' plaats. Dit keer alleen voor DGA's met bedrijven tot 10 medewerkers (= het eerste kantelpunt). Een aantal keer kwam de vraag naar boven 'waarom is het toch zo moeilijk om door het eerste en tweede kantelpunt heen te breken?'

Het antwoord is natuurlijk voor elk bedrijf en elke ondernemer anders. Maar er is wel een paar vaste knelpunten te herkennen die van toepassing zijn op ondernemingen tot zo'n 30 medewerkers (= het tweede kantelpunt).

### **Knelpunt 1 'De allround bedrijfseconomische manager bestaat niet'**

De manager in elke ondernemer kan niet van alle markten even goed thuis zijn. Een goede specialist op een vakgebied word je pas na 10 tot 12 jaar, en dat is niet mogelijk op vijf belangrijke bedrijfseconomische terreinen. Uit eigen onderzoek onder meer dan 60 ondernemers blijkt dat je ondernemers grofweg kan onderverdelen in 2 hoofdgroepen: 'marketing- ondernemers' en 'financiële ondernemers'.

### **Knelpunt 2 'Angst voor cijfermatig denken'**

Marketing-ondernemers zijn goed in marketing en communicatie en vaak ook nog redelijk sterk op personeelsgebied. Helaas is hun bedrijfseconomische en financiële kennis matig tot zwak. Marketing-ondernemers geven zelf ook snel en makkelijk toe dat dit een manco is. Een eenvoudige oplossing voor marketing-ondernemers ligt voor de hand: verbeter je financiële en bedrijfseconomische kennis en durf het toe te passen.

### **Knelpunt 3 'Blinde vlek voor blinde vlek'**

Financiële ondernemers zijn meestal zwak in marketing en communicatie en niet echt dol op people management. Helaas denkt dit type manager vaak dat abstract 'iets begrijpen' hetzelfde is als vanuit opgebouwde kennis en ervaring 'iets weten en kunnen doen'. De oplossing voor de typische financiële manager ligt in eerste instantie bij hem of haar zelf: erken dat je niet overal expert in bent. Als de financiële ondernemer deze stap heeft gemaakt dan ligt de vervolgooplossing voor de hand: verbeter je marketing- & communicatiekennis en durf het toe te passen.

### **Knelpunt 4 'Gevoeld gebrek aan geld en tijd'**

Ondernemers van kleinere bedrijven zijn vaak een onmisbare spil in het bedrijf. Daardoor staan ze constant onder druk, en onder druk vallen we terug op oude opgebouwde patronen en succesformules uit het verleden. De kunst is het op tijd doorzien van deze patronen en vervolgens alternatieven te creëren om niets steeds weer in dezelfde valkuilen te stappen.

### **Knelpunt 5 'wat kost dat nu wel niet en wat gaat het me dan opleveren?'**

Vaak is er gebrek aan bedrijfseconomisch inzicht in hoe de volgende fase van de onderneming er uit gaat zien. Dan is er natuurlijk ook geen inzicht in welke investeringen, kosten en opbrengsten het bedrijfsmodel kan opleveren. Dan lijkt alles dus te duur, en kiezen ondernemers voor 'goedkope' oplossingen, die regelmatig duurkoop zijn. Denken in mogelijke toekomstscenario's en doorberekenen in een verdienmodel helpen om kosten en opbrengsten in de tijd beter op waarde te kunnen schatten.

Ik hoop dat vanuit herkenning van deze 5 knelpunten meer ondernemers met ambitie veilig en winstgevend door het eerste en tweede kantelpunt heen weten te breken. Op naar het volgende kantelpunt!

Reageren? Stuur een e-mail naar [annegien@brookz.nl](mailto:annegien@brookz.nl)