

## “Inspiratie-injectie” levert winst op

Ik kom geregeld bij bedrijven die twee tot tien jaar bestaan, een mooi bedrijfsconcept hebben en ook tevreden klanten & medewerkers. Maar helaas, de winst houdt niet over. Ik herken ze tegenwoordig van verre: de ondernemers die voor kwaliteit gaan en het concept van hun gedachtegoed en de uitwerking hiervan bewaken.

Als het goed is, heeft deze focus op kwaliteit een sterk DNA opgeleverd – de basis voor merkbouw – en zijn de kernwaarden zichtbaar en voelbaar. Maar als de businessomgeving verandert of de ondernemer zich onvoldoende concentreert op winstgevendheid, dan is de vraag of dit waardeplatform ook wordt omgezet in meer omzet en verbetering van winst en cashflow.

Tijd voor een nieuwe fase: doorpakken en potentiële toekomstige cashflow realiseren. Daarvoor is meestal extra kennis, ervaring, geld en capaciteit nodig. En dat is vaak het probleem. Na een aantal jaren zwoegen is bij veel ondernemers de rek eruit, zowel financieel als persoonlijk.

Met een gedoseerd aantal inspiratie-injecties is het gelukkig mogelijk om in een relatief korte tijd en tegen een beperkte investering in tijd en geld een flinke slag te maken. Vanuit mijn praktijk zie ik de volgende drie basiscases:

1. Er is al heel veel, maar de oprichters van het eerste uur zitten elkaar in de weg. In één tot vier sessies wordt een aantal blokkades weggenomen en gaat de energie weer stromen. Als ondernemers (en mededirecteuren) weer samenwerken in plaats van langs elkaar heen werken – of erger: elkaar tegenwerken – kan het bedrijf gaan vliegen. 100 – 300 % stijging van omzet en winst is dan in vijf tot negen maanden haalbaar.



2. De onderneming heeft in de beginjaren goede omzet gedraaid. Maar door gebrek aan bedrijfseconomisch inzicht en de operationele hefboom van het bedrijfsmodel zijn de kosten flink opgelopen, waardoor er structureel een (gevoeld) gebrek aan cash is. Vaak verkeren ondernemers in een continue staat van overleven op korte termijn, waardoor er nooit geld of tijd is om het bedrijf aan te pakken met het oog op lange termijn. Mijn recept: samen in kaart brengen hoe het bedrijfsmodel in elkaar zit en gestructureerd werken van ‘omzet generator’ naar ‘manager van een winstgevend bedrijf’. Afhankelijk van de gedisciplineerdheid van de ondernemer of directie kan de winstgevendheid in vier tot acht maanden sterk omhoog.

3. Na fusie, sterke groei of krimp heeft de directie een richting gekozen. Alleen de binnen- en buitenwereld moeten nog meekomen. In een paar interne en externe sessies kunnen medewerkers en (potentiële) klanten worden gemobiliseerd. Dit traject duurt iets langer, maar het effect werkt langer door; mits goed begeleid en doorgezet door interne managers.

Slagen maken kost op korte termijn aandacht, energie en geld. Gelukkig wordt het snel daarna een stuk makkelijker. Het concept staat (weer) als een huis, medewerkers en klanten helpen de propositie aan de man te brengen. De basisinvesteringen zijn gedaan. Daarmee is bijna alle extra omzet ook rechtstreeks extra winst en ontstaat er lucht en ruimte voor groei. Het waardeplatform – opgebouwd in het verleden – is een winstplatform voor nu én de toekomst geworden.