

## **Acquisitie - Tips, adviezen en suggesties**

### **Inleiding**

Het zijn misschien open deuren, de tips, adviezen en suggesties die ik hier geef. Wellicht denkt u nu bij uzelf: jaja, dat weet ik allemaal wel. En toch...

Toch kan het nuttig zijn regelmatig kritisch naar uzelf en uw bedrijf te kijken. Of te laten kijken, door een externe partij. Om te voorkomen dat u op de automatische piloot gaat werken en uw alertheid verliest, uw flexibiliteit, uw vermogen te anticiperen op nieuwe ontwikkelingen. Want stilstand is achteruitgang in het bedrijfsleven, dat weet u. Een ondernemer blijft altijd vooruit kijken.

Ozne tips, adviezen en suggesties kunnen u helpen bij de les te blijven.

### **Blijf realistisch**

Trek de broekriem aan, en niet alleen in slechte tijden. Kijk waar u een kostenbesparing kunt doorvoeren. Op de telefoonrekening bijvoorbeeld, de verzekeringen, de kantoorkosten, kortom: op al die vaste uitgaven. Signaleer tijdig wanneer de kosten de pan uit beginnen te rijzen en vraag ook eens concurrerende prijsopgaven op bij wat andere maatschappijen. Doe dit regelmatig. Zorg ervoor dat u zichzelf bijvoorbeeld twee keer per jaar een reminder geeft hiernaar te kijken. Dit kunt u doen in de eigen agenda of via Outlook. Doe grote uitgaven als het kopen van een auto of het aannemen van (meer) personeel alléén als u zeker weet dat dit over vijf tot tien jaar nog rendabel is.

### **Investeer tijdens slechte tijden**

Investeer juist in slechte tijden. Ontwikkel en bekijk waar u op in kunt springen. Economische teruggang schept namelijk ook weer kansen om aantrekkelijke acties te bedenken. Trek uzelf niet te veel terug omdat u bang bent dat u het anders niet redt. Het houden van brainstormsessies met werknemers of anderen kunnen u helpen om nieuwe invalshoeken te verzinnen. U hoeft niet alles zelf te bedenken. U kunt ook eigen wensen en verlangens ontwikkelen, ideeën waarvan u altijd al dacht dat u ze 'nog eens wilde doen'. Misschien is nu de tijd gekomen deze ideeën op te pakken en ze verder te ontwikkelen en commercieel aan te pakken.

### **Spaar tijdens goede tijden**

Zet zoveel mogelijk geld opzij. Als appeltje voor de dorst, maar óók om dit geld opnieuw te kunnen investeren tijdens economische teruggang. U zult het dan hard nodig hebben. Denk vooruit. Bijvoorbeeld:

U kunt uw BTW tijdelijk op een spaarrekening zetten. Dit levert extra rente op, afhankelijk van het tijdstip waarop u BTW moet betalen (maandelijks, per kwartaal of per jaar).

Zorg ervoor dat u van alle betaalde facturen en inkomsten zo'n 70% van het bedrag direct op een spaarrekening zet. U kunt dan aan het einde van het jaar onmiddellijk de inkomstenbelasting aan de fiscus betalen. Mocht blijken dat u maar 50% hoeft af te dragen, of minder zelfs, dan heeft u op dat moment dus geld over. Dit geld is belastingvrij en u kunt het op een later tijdstip investeren.

## **Waar staat u nu?**

Hoe gaat het met de zaak? Maakt u regelmatig een analyse van uw sterkte/zwakte, uw concurrentiepositie, uw kansen en bedreigingen, uw acquisitie? Heeft u iemand die actief met u meedenkt en die op gezette tijden de gestelde doelen met u evalueert? Schakelt u wel eens een externe partij in om uw bedrijf door te lichten? Bijvoorbeeld om te kijken of er binnen uw bedrijf een efficiency-slag kan worden gemaakt? Een onafhankelijke derde kan nieuwe invalshoeken en perspectieven bieden. Immers, iedere ondernemer heeft een zogenoemde 'blinde vlek'. Dat dient u zich te realiseren. Zelfs als het goed gaat en de winstmarges hoog zijn, kan een zelfanalyse op z'n tijd beslist geen kwaad.

## **Blijf onderzoeken**

Het is belangrijk dat u onderzoekend blijft. Blijf vragen stellen, niet alleen over uw bedrijf (zoals aangegeven bij 'Waar staat u nu?'), maar vooral ook over de wereld daarbuiten, de markt waarop u opereert. Bijvoorbeeld:

- Hoe zit het met mijn naamsbekendheid en mijn reputatie?
- Op welke manier krijg ik mijn klanten binnen en hoe kan ik dat optimaliseren?
- Hoe kan ik mijn huidige klantenkring beter bedienen dan ik nu al doe?
- Ken ik mijn klanten eigenlijk wel? Hun behoeftes, wensen, verlangens?
- Wat zijn de nieuwe trends, niet alleen voor dit jaar, ook voor de komende jaren?

## **Wat doet u zelf en wat geeft u uit handen?**

Tja, dit is altijd een lastige keuze. Ondernemers zijn vaak geneigd te denken dat zij de enige zijn die uitvoering kunnen geven aan de ideeën in hun hoofd. Natuurlijk, u bent de enige die een duidelijk beeld heeft bij hoe iets gedaan moet worden of eruit moet komen te zien. De vraag is alleen: kunt u dat wel allemaal zelf doen? Het kan van essentieel belang zijn om goed te delegeren en taken over te dragen aan professionals.

De investering die u doet door anderen zaken verder te laten oppakken en uitwerken betaalt zich altijd terug. Het spaart tijd en vergroot de efficiency. Uiteraard blijft u het proces monitoren en geeft u aanwijzingen en advies. Tegelijkertijd krijgt u echter de tijd en ruimte om andere initiatieven door te voeren. Kwestie van gewoon doen.

## **Effe checken**

U kent vast wel de uitdrukking 'effe checken'. Maar weet u ook dat u de gedachte hierachter prima kunt meenemen in de communicatie met uw klanten? Dit doet u bijvoorbeeld door de behoeftevraag van de klant terug te geven in uw eigen bewoordingen. "Ik hoor u dit...en dit zeggen, klopt dat?" Het is een eenvoudige manier om 'effe' te 'checken' of uw klant inderdaad bedoelt wat u dént dat er wordt bedoeld. Zo weet u zeker dat u beiden over hetzelfde praat.

Het is mijn ervaring als communicatie-adviseur dat veel samenwerking stukloopt op (mis)communicatie tussen mensen. Onze denkwijzen, beelden en verwachtingen worden sterk bepaald door onze opvoeding en sociaal-culturele

achtergrond en kunnen van persoon tot persoon enorm verschillen. Simpele 'check-zinnen' voorkomen onbegrip en teleurstelling. Als u een klant wilt leveren wat deze verwacht, dient u eerst te wéten wat hij/zij verwacht. U zult in staat moeten zijn om de juiste vragen te stellen en de klantvraag in uw eigen woorden weer te geven.

Goed klantcontact draait dus niet alleen om kwaliteit en service. Het is minstens zo belangrijk om een heldere relatie te onderhouden en behoeftes en verwachtingen in alle oprechtheid uit te spreken. Dit is een continue proces, niet iets wat je incidenteel doet. En het geldt evenzeer voor vaste klanten waarmee u al jaren samenwerkt. U voorkomt onaangename verrassingen als u af en toe evalueert of het nog goed gaat, of de verwachtingen van uw klant nog dezelfde zijn en of u nog steeds daaraan voldoet. Effe checken dus.