

## PODCAST 105

**Titel: #105. Zit je vast in je bedrijf? Dit is het 1<sup>e</sup> wat je kunt doen**

### Intro

Hey welkom bij de Lisette Brattinga Podcast voor ondernemers ik ben Lisette Brattinga, bedrijfskundig business coach en ik help heel graag dienstverlenende ondernemers met een goed lopend bedrijf die vastlopen en voelen dat er meer in zit. En dan heb ik het niet alleen over omzet, maar ook over het bouwen van een bedrijf wat weer bij je past bij wie je nu bent geworden, hoe je wilt leven en waar je naartoe wil en dat doe ik goudeerlijk soms lekker direct met een frisse bedrijfskundige blik en veel aandacht voor. Menselijke kant eronder, want de ondernemer gaat natuurlijk bijna nooit over strategie alleen, maar ook over jou.

### OPENING

En vandaag wil ik het hebben over een ondernemer die mij een vraag stelde tijdens een strategische groeianalyse. En het is een vraag waar ontzettend veel ondernemers mee worstelen. Hij werkt meer dan 65 uur per week.

Zijn bedrijf draait goed, er komen nieuwe aanvragen binnen. Ze klanten zijn gelukkig tevreden. Hij verdiende prima inkomen.

En, hij heeft ook echt het gevoel en het bewijs dat hij iets toevoegt voor zijn klanten. Eigenlijk is het het soort ondernemer waarvan veel mensen zouden denken van nou een lekker succesvol. Wat klaag je nou eigenlijk hè, wat gaat er goed?

En toch liep hij vast en zijn letterlijke woorden waren van. Het lijkt wel alsof ik keihard op een rotonde aan het rijden ben en waar ik rijd te hard om de beste afslagen te zien en hij lijkt hij liet doorschemeren dat hij het ook niet meer zo naar zijn zin had in zijn eigen bedrijf. En ja, hij zag genoeg kansen.

Hij dacht na over het aannemen van personeel. Soms over een ander businessmodel, misschien wel een compleet bedrijf.

Alleen ja. Welke afslag moest hij nou nemen? Want hij was natuurlijk heel druk en hij kon daardoor ook niet ontdekken welke nou de juiste was en daardoor gebeurt er iets wat ik bij veel ondernemers zie, want ze blijven dan maar nadenken.

Ze blijven maar onderzoeken. Raadplegen mogelijkheden verzamelen, maar uiteindelijk verandert er weinig, want ze blijft natuurlijk maar rijden op diezelfde vermoeiende rotonde en zijn vraag is eigenlijk heel simpel. Lisette, hoe kom ik hier uit?

Hoe kom ik van die rotonde af? Hoe groei ik verder als mijn bedrijf volledig om mij draait, hoe maak ik nou van een goed lopend bedrijf, een bedrijf met toekomst en hoe ontdek ik wat de slimste volgende stap is als ik zelf midden in de drukte zit? Nou en eigenlijk zijn het dus meer vragen en dat lijkt mij natuurlijk ontzettend interessant.

Onderwerp om vandaag zijn podcast over op te nemen. Want misschien heb jij dat gevoel ook wel eens, hè? Dat je voelt dat er gewoon veel meer inzit dan er nu uitkomt.

En dat je genoeg ideeën hebt allerlei mogelijkheden ziet alleen hoe langer je kijkt hoe lastiger het wordt om te bepalen wat nu de slimste volgende stap is en wat mij opvalt is dat ondernemers in zo'n situatie vaak denken dat ze een groeivraag hebben. Maar eigenlijk is het meer een keuze vraagstuk en dat is wat mij betreft echt iets anders. Hè?

Want de meeste ondernemers die ik al althans spreek, die hebben nooit een gebrek aan kennis of ideeën. Vaak is hun hoofd zelfs een soort van popcorn pan vol ideeën. Te veel is eigenlijk en

daardoor zien ze ook heel veel kansen en richtingen en ook heel veel mogelijkheden die interessant lijken en soms zwakken ook een beetje zo van links naar rechts.

En of soms? Ja, dat zie ik ook vaak dat ze op de heel story zijn eigenlijk op dezelfde bleef weg blijven rijden. En dat had ook de ondernemer die ik sprak.

Het probleem wat er achter zit is natuurlijk het ontbreken van focus en zonder focus wordt het lastig om vooruit te komen en deze onderneming. Die werkte dus 65 uur per week, meer meer dan dat en zijn bedrijf draaide grotendeels om hem. En ja, nieuwe klanten konden nauwelijks nog worden aangenomen, omdat de agenda echt al voor de komende 3 maanden vol zat.

En ja, dat zie ik wel vaker hoor. Succesvol ondernemers die bouwen dan soms ongemerkt in bedrijf. Dat volledig afhankelijk wordt van hunzelf.

En wat hier eigenlijk gebeurt, is iets wat ik vaak zie. Het zijn ondernemers die een volgende groeifase willen bereiken. Maar de manier waarop je je bedrijf hebt opgebouwd.

Ja, die heeft je gebracht naar waar je nu staat, maar alleen de strategie die je hier heeft gebracht is vaak niet diezelfde strategie die je dan naar de volgende fase brengt. Het is niet zo dat je dan meer moet gaan doen en zeker niet als je natuurlijk al zoveel uren werkt. Dus dat betekent dat je opnieuw naar je bedrijf mag kijken en ook anders mag gaan kijken naar wat er al staat.

Want ja die afhankelijkheid. Die gebeurt natuurlijk niet van de een op de andere dag hè. Die ontstaat juist doordat je heel goed bent in wat je doet en je klanten zijn blij en ze vertellen het door en je reputatie groeit en je expertise groeit en je wordt steeds vaker gevraagd wat natuurlijk een superfijne flow is, totdat je op een punt komt waarop jouw succes eigenlijk de volgende groeifase begint te blokkeren.

En ja, dat zie je niet altijd zelf zo, maar je merkt wel aan jezelf van dat je er niet helemaal lekker meer in zit. En dan ontstaat er een situatie waarin je bedrijf goed draait terwijl je tegelijkertijd voelt dat je vastzit. En dat is een beetje dubbel.

En wat ik ook merk is dat ondernemers er niet altijd over durven te praten, omdat het ja ook soms dat ze zich een beetje schamen. En wat ik interessant vond aan deze ondernemer is dat hij al bijna een jaar bezig was met het beantwoorden van diezelfde vragen. Want hij had er natuurlijk over nagedacht met andere ondernemers gesproken.

Chat GPT geraadpleegd scenario's uitgewerkt en toch kwam hij geen stap verder. En ja, hij is dus heel goed in wat hij doet. Maar daar zit ook vaak het probleem juist, want dan zit je zo midden in je bedrijf dat je bepaalde dingen gewoon niet meer ziet en tijdens de strategische groeianalyse.

Dat is één gesprek met een bedrijfskundige analyse. Ja, dan zie je eigenlijk al heel snel. Een aantal dingen die voor hem inmiddels heel normaal waren geworden.

En die voor mij altijd wel een rood vlaggetje zijn. En hij dacht ook dat hij een groeivraag had, hè? Van hoe moet ik nou naar de volgende fase groeien?

Maar er speelde iets anders op de achtergrond. Want er was natuurlijk een focus. Focus vraagstuk wat ik net al vertelde, maar eigenlijk ook een capaciteitsprobleem.

En er waren een aantal keuzes die hij al een hele tijd voor zich uitschoof en daardoor zocht hij ook de oplossing op de verkeerde plek en dat gebeurt vaker. Hè je zit midden in je eigen denken vast, zeker als je druk hebt. En, je bent veel met klanten bezig en je je loopt me rond te rennen of te rijden op die rotonde.

Dan zie je gewoon je eigen blinde vlekken niet. Die zie je trouwens nooit natuurlijk, maar vooral niet als je dan zo hard bezig bent. En dat is natuurlijk gewoon super menselijk.

En daarom werkt ook het sparren met iemand van buitenaf zo verhelderend. Want wat we tijdens die analyse ontdekte was eigenlijk heel simpel. Zijn oplossing lag niet in een nieuwe richting, maar als eerste in het creëren van ruimte.

Hè? Want veel ondernemers die zoeken de oplossing dan direct in een hele grote verandering, zoals ik net al zei, een ander voor die model of een personeel aannemen, maar dat is vaak niet de beste eerste stap. De eerste stap is altijd ruimte creëren van jezelf.

Voor jezelf, want ja, hoe wil je een nieuw groeipad onderzoeken als je agenda over volstaat, dan heb je helemaal geen headspace voor. En hoe wil je nadenken over de toekomst als je hoofd de hele dag al bezig is met klanten, projecten, deadlines, brandjes blussen? Ja, dat lukt gewoon bijna niet en zeker niet als je ook nog bedenkt dat er gemiddeld 174 kranten aan informatie op je afkomen elke dag.

En, ik hoorde gisteren 5110 marketingboodschappen. Nou, we gaan erbij aanstaan. Je hebt dus iers een brainspace nodig om te kunnen zien wat er eigenlijk mogelijk is, want als je blijft doorgassen op die rotonde, gaan de afslagen te snel voorbij, hè?

En als je een stuk langzamer rijdt, dan kun je veel makkelijker zien of de afslag er aantrekkelijke optie is hè? Je ziet zo, weet je wat er dan voor je ligt of dat je door moet rijden naar de volgende afslag? Maar ja, de vraag is natuurlijk, dat was ook zijn vraag.

Ja, hoe creëer ik dan ruimte? Ja, en daar is het antwoord eigenlijk ook altijd simpel op door te snoeien. Want snoeien doet groeien.

En, wat bedoel ik met snoeien? Ja, bijvoorbeeld, stoppen met dingen die niet meer passen of die onvoldoende opleveren. Deze man had een paar slecht betalende klanten, wat kleinere klanten, maar die wel heel veel dus weinig omzet in het laatje brachten, maar wel veel tijd kosten.

Dus daar hebben we een exitplan voor bedacht. Want ja, het frustreerde me ook echt enorm dat hij altijd achter zijn geld aan moest zitten en dat voelt ook een beetje alsof ze je dan niet waarderen, hè? Dus ja, hij moest afscheid nemen en dat vond hij natuurlijk super spannend.

Want ja, dat heb ik zelf ook ervaren. Je hebt dan toch een beetje angst voor omzetverlies. Maar ja, het gaf wel heel veel lucht in zijn agenda en ook in zijn brein, want hij was niet meer druk met dat gefrustreerde gevoel en daarnaast zijn we bezig gegaan om zijn werk slimmer te organiseren.

We zijn trouwens verder gaan werken hoor naar die strategische groeianalyse. Om daarin heb ik eigenlijk natuurlijk alleen maar de diagnose gesteld zal ik maar zeggen. Vertelt wat er naar mijn idee aan de hand was en welke kant ik voor hem zag.

Dus daarnaast zijn we bezig gegaan om zijn werk slimmer te organiseren, bijvoorbeeld niet meer marketing doen omdat iedereen zegt dat je aan marketing moet doen. Maar ja, als je al vol zit, dan hoef je helemaal niet veel aan marketing te doen. Dan moet je daar helemaal niet zoveel tijd aan besteden zoals hij dat deed.

Het is natuurlijk wel belangrijk om zichtbaar te blijven, maar niet echt heel actief blijven werven, want dan kom je nog voller te zitten. Krijg je nog meer stress van en nou processen verbeteren ook belangrijk, we hebben met AI gekeken wat er anders kon en wat beter vastgelegd moest worden. Zodat niet elke keer weer op een andere manier, bijvoorbeeld bij hem de klant, het onboardingsproces bij de klanten.

Dat deed hij elke keer weer net even een beetje anders. Ja, dat kun je natuurlijk gewoon vastleggen in één proces en dat gewoon dan zo gaan doen. Elke keer we hebben gekeken naar welke taken hij kon uitbesteden.

We hebben een goede 4 gevonden die de wat simpelere taken kon overnemen waar zijn kennis en ervaring niet echt voor nodig is. We zijn gaan kijken, ook naar wat er geautomatiseerd kon worden. Hij had bijvoorbeeld nog geen goed CRM systeem, maar allerlei aan elkaar geknoopt.

Excelletjes, nou, dan kon je kan je natuurlijk helemaal geen analyses mee doen en het is super interessant, bijvoorbeeld om te weten wat je huidige klanten met elkaar gemeen hebben, welke klanten het meeste of het minste winstgevend zijn en ga zo maar door. Nou en, dit levert allemaal tijd op. En het zorgt natuurlijk ook voor overzicht en dat geeft weer rust en ruimte in je hoofd en vanuit die ruimte ontstaan altijd weer veel betere keuzes.

En vooraan in zijn hoofd zat vooral het aannemen van personeel. Hij vroeg zich af, van ja, moet ik dan mensen in loondienst nemen, hè? Met alle gedoe om dat van allemaal allemaal te kunnen regelen?

Tenminste, zo ervaart hij dat of zal ik allemaal ZZP'ers samen verbinden? Dan is het natuurlijk wel minder gedoe, maar is er dan wel voldoende commitment? Want die ZZP'ers.

Die kunnen natuurlijk ook voor andere mensen werken. Ja, een personeel wordt heel vaak gezien als een soort van heilige graal van de groei alsof je automatisch een echt bedrijf hebt, hè? Zodra er mensen op de loonlijst staan, maar zo simpel ligt het natuurlijk niet, want personeel lost natuurlijk geen fundamenteel probleem op.

Personeel vergroot wat er al staat en dat als het goed is wat er staat dan, dan kun je daarmee verder. Maar als proces het onduidelijk zijn. Worden ze met personeel alleen maar nog onduidelijker, hè?

Want er zijn alleen maar meer mensen. En als verwachtingen vaag zijn, dan worden ze met personeel erbij nog vager en als de ondernemer alles in zijn hoofd heeft zitten, dan blijft iedereen afhankelijk van die ondernemer dus daarom kijk ik altijd als eerste naar het fundament en niet naar of er mensen bij moeten. Ik kijk bijvoorbeeld naar, is er een duidelijke visie, ligt er een plan?

Het zijn de processen helder zijn belangrijke procedures vastgelegd. Weet iedereen wat de bedoeling is, zijn er duidelijke afspraken over hoe er samengewerkt moet worden en ook wie wat oplevert wanneer en zo. Want ja, mensen kunnen alleen maar meebouwen aan iets wat zichtbaar en duidelijk is, en ik zie ondernemers soms personeel aannemen, terwijl ze zelf nog niet helder hebben waar ze nou precies naartoe willen.

En dan krijg je een soort, ja, ik zal maar een soort roeiboort. Vol met hardwerkende mensen. Maar ze weten niet naar welke haven ze toe moeten roeien.

Ja, dat kan niet de bedoeling zijn, hè? En als je daar middenin zit, dan zie je dat niet altijd zo een goed fundament geeft in ieder geval richting en het maakt ook delegeren bijvoorbeeld makkelijker als je dan personeel hebt of als je bijvoorbeeld dingen wil gaan uitbesteden. En daarmee kun je dan groeien en dan wordt het ondernemer namelijk ook gewoon weer leuker.

Omdat ja iedereen doet wat waar hij goed in is als het goed hij dan hebt. En ja, dan begint het allemaal weer een beetje positief te stromen. En wat ik ook interessant vind aan deze case, is dat de ondernemer zelfs nadenkt over een compleet nieuw bedrijf en dat gebeurt ook vaker.

Want op een bepaald moment kan het zijn dat iemand voelt dat het huidige bedrijf niet meer helemaal past bij de ja bij de versie die iemand wil zijn en dan zijn ze gewoon heel nieuwsgierig naar wat er nog meer mogelijk is. Alleen ook daar geldt ja, je hebt tijd nodig om te onderzoeken wat er nou werkelijk aan de hand is, want soms wil iemand er helemaal geen nieuw bedrijf. Soms gaat het om meer vrijheid of meer vrije tijd.

Of soms wil iemand meer creativiteit kunnen hebben in zijn eigen werk of minder operationeel bezig zijn. Komt ook heel vaak voor en dan willen ze bijvoorbeeld minder in het bedrijf. Een meer aan het bedrijf werken.

Strategischer bezig zijn. Dat zijn heel verschillende dingen en daarom geloof ik ook niet zo in standaard groeiformules. Want wat voor de één werkt ja werkt niet automatisch voor jou hè?

Ik heb dat zelf ook geleerd. Ik heb in het verleden ook allerlei businesscoaches natuurlijk gehad. Allerlei modellen gevolgd.

Omdat andere mensen er succesvol mee waren. Maar pas later ontdekte ik dat duurzame groei eigenlijk pas ontstaat als een bedrijf past bij wie jij bent en bij hoe jij wil leven en wat jij belangrijk vindt. Want het bedrijf moet kloppen, het moet passen bij de ondernemer bij de ambitie bij je persoonlijkheid.

Als je bijvoorbeeld een hekel hebt om in de spotlights te staan. Ik heb verschillende klanten die daar echt niet aan moeten denken, maar die dan bijvoorbeeld advies kreeg om op het podium te gaan staan. Ja, ik zou dat nooit voorstellen.

Want als je niet zichtbaar, ja, als je niet graag in de spotlights staat, dan wil je ook niet op een podium gepusht worden, toch? Dus ja, het moet ook passen. Ook bij de toekomst waar je naartoe wil en hoe je het voor je ziet.

Ook privé hè? En daarom kijk ik tijdens gesprekken nooit alleen naar strategie, maar ook naar de ondernemer zelf. En ja, dan komen dingen aan bod bijvoorbeeld.

Van waar krijg je energy van? En dan kijk ik ook heel scherp van. Waar zie ik een glinstering in die ogen?

Waar zie ik een denkrimpel ontstaan of een mondhoek naar beneden gaan? Dat soort signalen die vertellen vaak heel veel, eigenlijk alles. En dan kan je in je hoofd wel van alles bedacht hebben, maar als ik dan zo een signaal krijg, dan denk ik ja, dat klopt hier niet.

En natuurlijk kun je veel sparren tegenwoordig ook met chat gpt, hè? Over dit soort vraagstukken en ik gebruik zelf het dagelijks voor onderzoek voor analyses, voor ideeën. Inspiratie.

Ja, het is echt wel vind ik een hele mooie ontwikkeling en het bespaart enorm veel tijd. Er zitten natuurlijk ook nadelen aan. Zoals dat AI niet ziet wat er gebeurt als een ondernemer tegenover me zit, hè, die ziet niet wanneer iemand zichtbaar enthousiast wordt voor een bepaald idee of juist begint te twijfelen.

Bijvoorbeeld twijfel omdat hij denkt dat hij het niet kan of twijfel, omdat het misschien toch een slecht idee is. Daar is altijd bij elke verandering die een ondernemer wil, is er een bepaalde onderstroom en die voel, en die zie je alleen. En ik heb daar een soort extra antenne voor.

Dus ja, je kan mij niet echt voor de gek houden. Ik voel het eigenlijk meteen wanneer het niet klopt en Chat GPT ziet ook niet welke overtuiging er iemand tegenhouden, hè? Bijvoorbeeld ja.

Doe nou maar normaal, dan doe je al gek genoeg hè? Dat krijgen veel mensen vroeg van huis uit mee. Of ja, wie zit er nou op mij te wachten?

Of ja, krijg ik het niet opeens hoog in mijn bol of vinden mensen mij niet arrogant als ik mezelf in opeens een expert ga noemen? Dat zijn allemaal dingen die ik dagelijks hoor en dat speelt allemaal op de achtergrond mee. En ja, chat GPT ziet ook niet welke angsten onder de beslissing liggen.

En juist daar zit vaak de echte sleutel. Een bedrijf is namelijk nooit alleen, maar een strategisch vraagstuk. Het is ook een menselijk vraagstuk en daarom geloof ik ook zo in het sparren en in een goed diepgaand gesprek waarbij elkaar echt wel goed in de ogen aan kan kijken.

En ja, ze was ook echt samen kunnen kijken, maar we door kunnen vragen en verbanden kunnen leggen en het grotere plaatje kunnen zien. Want uiteindelijk draait groei niet alleen om omzet, het gaat ook over richting. Over keuzes over het bouwen van een bedrijf dat steeds beter aansluit bij wie jij bent geworden en wil zijn.

Dus ja, als jij momenteel het gevoel hebt dat je vast zit op een rotonde zonder afslag, stel jezelf dan eens een andere vraag dus niet, welke afslag moet ik nemen? Maar hoe creëer ik voldoende ruimte om de afslagen weer te kunnen zien? En om drijven een gevoel bij te krijgen.

En vaak ligt de oplossing niet in nog harder werken of in nog meer informatie verzamelen. Ik moet eerlijk zeggen dat ik daar heel bekend mee ben. Ik is een beetje mijn natuurlijke manier om om te willen groeien, dus ik weet waar dit over gaat.

En ik heb dus geleerd dat de oplossing echt ligt in het vertragen. In het creëren van overzicht in opnieuw kijken naar wat er al staat, want de grootste groeikansen die zitten regelmatig al lang al in je bedrijf verborgen. Je moet alleen weer kunnen zien waar ze liggen.

Ja mooi hè? Ja wat we al niet opdoen aan ervaring.

## **Outro**

Nou, dankjewel voor het luisteren weer deze keer. En ik vind het natuurlijk super tof als je deze podcast gaat doorsturen naar andere ondernemers, zodat ze er ook wat van kunnen leren.

Ik waardeer het enorm als je mijn podcast even wil beoordelen met een paar sterretjes in het liefst twijfelt natuurlijk in Spotify, want zo komt mijn podcast weer hoger in de ranking. Ik zie hem elke keer weer omhoog klimmen. En daardoor kan ik steeds meer ondernemers er mee helpen en dat vind ik gewoon super tof.

Je kunt mij ook altijd even een berichtje sturen om te laten weten wat je ervan vindt. Of misschien heb je wel een onderwerp wat leuk is om een keer over te hebben. Het is altijd van harte welkom.

Je kunt mij via LinkedIn bereiken, maar ook via [lissette@lissettebrattinga.coach](mailto:lissette@lissettebrattinga.coach). Nou dankjewel nogmaals voor het luisteren en tot de volgende aflevering hè.