

PODCAST 97

Titel: #97: Hoe kun je meer verdienen zonder meer te werken?

Intro

Welkom bij De Lisette Brattinga Podcast voor ondernemers.

Ik ben Lisette, bedrijfskundig business coach die jouw winst en mindset verrijkt.

Ik help ervaren dienstverlenende ondernemers te groeien met een duidelijke strategie, kloppend met je bedrijf én jezelf, zodat jij meer rust, geld en vrijheid kunt ervaren zonder harder te werken.

En dat doe ik goudeerlijk, wat soms best direct kan aankomen, met een scherpe en frisse blik en een flinke dosis positiviteit. Want er is al genoeg gezeur en gemopper vind je niet?

Door die bedrijfskundige blik, overzie ik altijd het geheel – alle onderdelen en het verband daar tussen. Alle onderdelen moeten precies passen, als de radertjes in een Zwitsers uurwerk, anders loopt het niet goed. Analyseer wat er OK is, wat er aangepast moet worden en wat er nog mist om te groeien. Zowel in je bedrijf als bij jou als ondernemer. En samen met jou bouwen we dat toekomstbestendige bedrijf.

Ik gun iedere ondernemer een waardevol, schaalbaar bedrijf dat niet alleen meer oplevert in geld, maar ook in voldoening en vrijheid. Want daarom zijn we in eerste instantie gaan ondernemen toch?

Script

Hoe kun je meer verdienen zonder meer te werken? Dat is het onderwerp van vandaag.

Eigenlijk is het antwoord heel simpel. Dan moet je stoppen met uren verkopen.

Ik spreek veel ondernemers die goed draaien.
Volle agenda, prima omzet en tevreden klanten.

Gedreven mensen die groeien belangrijk vinden.

Alleen...

Er wringt iets.
En het lukt niet op de manier die ze eerder hebben toegepast.
Ze zoeken het in beter plannen.
In productiever werken.
In een hoger tarief.

Maar als je verdienmodel gebaseerd is op tijd, dan heb je altijd een plafond.

1. De rekensom

Uren × tarief = omzet.

Zolang dit je formule is, zit daar je grens.

In je hoofd reken je met je tarieven.

In de praktijk werk je hard maar factureer je lang niet alles. Soms zelfs niks. Het is toch zo gedaan?
Het kan wel even tussendoor.

En die afspraak van twee uur?

Daar ben je al een halve dag mee bezig.

Je leest je in.

Je denkt er 's ochtends al over na.

Je past achteraf nog iets aan.

Je doet nog een extra check op de website omdat je het nét iets beter wilt doen.

Dat factureer je allemaal niet.

Niet omdat het niet kan.

Maar omdat je het gewoonweg niet doet.

Een vertaler vertelde me dat ze acht uur werkte aan een blog en er drie factureerde.

“Want anders wordt het te duur.”

Het probleem is niet wat je vraagt.

Het probleem is dat je structureel meer geeft dan je verkoopt.

2. Lineair werken geeft lineaire groei

Als je tijd verkoopt, groeit je bedrijf alleen als jij of jouw team meer doet.

Met meer mensen heb je meer uren.

Of je kunt natuurlijk ook een hoger tarief vragen.

Dat voelt als groei.

Maar het is dezelfde formule.

En dezelfde formule geeft hetzelfde plafond.

Veel ondernemers blijven optimaliseren binnen dat model.

Efficiënter. Strakker. Sneller.

Maar alles blijft draaien op jouw inzet.

Wat slimmer is?

Geen losse uurtjes meer. Maar een duidelijke lijn waar een klant instapt... en steeds verder meegaat.

Een klant van mij begeleidt veranderprocessen in grote organisaties.

Vroeger verkocht ze uren en dagtarieven.

Altijd druk. Veel klanten. Geen overzicht.

Nu verkoop ze een transformatieprogramma met kop en staart.

Eerst een exclusieve sessie met de top.
Dan een strategische workshop met de directie.
Dan een jaarprogramma voor implementatie.

Gevolg? Minder klanten met grotere opdrachten. Meer waarde leveren. Super goede resultaten bereiken met klanten omdat ze intensief en langere tijd samenwerken.

Ze is minder gaan werken. Heeft nu meer vrije tijd voor wat ze belangrijk vindt. En helemaal on top of her game als ze aan het werk is.

3. Hoe je verkoopt, bepaalt wat je terugkrijgt

Zolang je uren verkoopt, gaat het gesprek over tijd en prijs.

“Hoeveel uur?”

“Wat kost dat?”

“Kan het iets minder?”

Er wordt onderhandeld over euro's of minder tijd.

Logisch ook. Dat is wat je aanbiedt.

Maar zodra je niet meer jezelf en je tijd verkoopt, maar het resultaat van de samenwerking, verandert het gesprek.

Dan gaat het over:

Wat levert dit op?

Hoe snel kunnen we dit realiseren?

Wat betekent dit voor mijn groei?

Dat voel je meteen aan tafel.

De klant gaat rechtop zitten, op het puntje van zijn stoel zelfs soms.

Denkt groter. Ziet opeens de potentie.

De grap is: Als jij waarde verkoopt, trek je besluitvaardige klanten aan. Doorzetters, positieve denkers.

En de investering wordt afgemeten aan wat het op kan leveren.

Op dat moment ben jij niet meer degene die “uren komt maken”.

Je bent degene die richting en resultaat brengt. Dat is wat waard.

En dat is het verschil: de positioneringskeuze.

Je omzetplafond zit zelden in je agenda

Het zit in hoe je je bedrijf hebt ingericht en hoe je jezelf positioneert.

Dus stel jezelf eens deze vraag:

Verkoop ik tijd?

Of verkoop ik richting en resultaat?

En als je voelt dat er meer in zit, maar je blijft optimaliseren in dezelfde formule...

Dan hoef je niet harder te werken.

Dan moet je opnieuw je business model ontwerpen.

Dat is waar groei begint.

En dat is vaak wat ik met een klant ga doen. Het business model onder de loep nemen. Wat is er allemaal? Bij bedrijven die al wat langer bestaan is er vaak al van alles bedacht en ontwikkeld. Meestal loopt niet alles even goed. Dus daar kijk ik als eerste naar. Wat zijn de pareltjes, waar zie ik commerciële kansen? Wat is een vraagteken en moet nader marktonderzoek naar gedaan worden? En wat is sowieso niet succesvol te krijgen, omdat er geen vraag naar is of de positionering ervan sluit totaal niet aan op de rest van het bedrijf, beetje vreemde eend in de bijt. Daar kun je dan beter afscheid van nemen.

Vanuit daar kijken we natuurlijk naar de ambitie en doelen. Naar de huidige klanten, het netwerk, waar komt nu de meeste omzet vandaan etc. Ik kijk ook naar wat de ondernemer het liefste doet. Waar heeft ie de meeste zin in om zijn of haar tanden in te zetten? En zo vormt zich dan een nieuwe route. En dan kijken we welk business model en verdienmodel daar het beste bij past. Ik vind het altijd heerlijk zo'n puzzel met elkaar leggen. Altijd de basis van elke samenwerking die ik aanga. De basis van het nieuwe groeifundament.

Het kan zijn dat je nu denkt: Oh, dat wil ik ook wel! Je bent altijd welkom om even een Match Call in de plannen zodat ik je direct kan vertellen welke kansen ik voor jou zie.

Outro

Ik deel heel graag al deze waardevolle inzichten en inspiratie met je. Spread the word en stuur ze door naar andere ondernemers zodat er meer ondernemers kunnen genieten van het ondernemen. Lekker genieten van je bedrijf, lekker je werk doen en ondertussen groeien en echt van grote betekenis zijn voor jouw klanten. Ik doe het al jaren zo en dat gun ik jou ook.

Wil je geen aflevering meer missen? Klik dan op volgen en als je dan toch in dat scherm zit, help je mij enorm door op de 3 puntjes te klikken om mijn podcast te beoordelen in Spotify.

Dank je wel voor het luisteren. Ik vind het superleuk als je mij een mailtje stuurt of een berichtje via LinkedIn en Instagram om te laten weten wat je ervan vond. Ook krijg ik regelmatig onderwerpen aangeleverd, echt tof, en als je wil maak ik zelfs een persoonlijke podcast voor je om jouw vraag te beantwoorden. Tot de volgende keer.