

Is je bedrijfsstrategie nog up-to-date?

ZWARE TIJDEN...

Waar we dit voorjaar allemaal knetterhard achter zijn gekomen: niks is zeker, de wereld kan zomaar - in een oogwenk - veranderen. Velen dachten in januari nog een zakelijk onbezorgd topjaar in te gaan. Medio maart bleken we met zijn allen terecht te zijn gekomen in een verwarrende coronachaos. Nu stevenen we, volgens sommige economen, af op een ongekende mondiale economische crisis. Tijd om je bedrijfsstrategie tegen het licht te houden.

Auteur: Dennis en Barbara de Haan*

▲ Steek je kop niet in het zand, zeker nu niet. Vaak is 'hopen dat ellende vanzelf overwaait' het recept voor een faillissement.



▷ **E**lk bedrijf heeft sinds medio maart 2020 plotseling issues waar nog nooit over was nagedacht. Anderhalve meter, looproutes, collega's die ineens niet meer mogen carpoolen, ziekteverzuim, verplicht vergaderen via conference calls inclusief jengelende kinderen op de achtergrond, gecancelde opdrachten enzovoort. Iemand die dit scenario een paar maanden eerder had voorspeld, zou voor volslagen idioot zijn uitgemaakt. Hoe anders is de huidige werkelijkheid? Inmiddels kunnen we de termen 'coronacrisis', 'samen lossen we het op' en 'het nieuwe normaal' niet meer horen.

IEDEREEN REAGEERT ANDERS

Hoe reageer je als bedrijf op de huidige werkelijkheid? Veel signbedrijven zijn pijlsnel in nieuwe markten gedoken: productie van coronastickers, mondkapjes, spatschermen en ontsmettingszuilen. Andere signmakers merken (nog) weinig verandering en draaien gestaag door. Maar er is ook een groep signondernemers die zich enigszins verlamd voelt en onzeker is over de toekomst.

ECONOMISCHE CRISIS

Veel ondernemers piekeren de laatste maanden ongetwijfeld wat af. De voorspellingen van verschillende economen zijn ook niet misselijk. Het virus en alle daaruit voortvloeiende maatregelen zijn voorlopig nog niet voorbij. Zo'n 400.000 mensen gaan naar verwachting hun baan verliezen. We horen verontrustende berichten over een onafwendbare en ongekende mondiale economische crisis. Wat nu te doen?

TIP 1: STEEK JE KOP NIET IN HET ZAND

Zie je voor de komende periode de donkeren wolken boven jouw bedrijf samepakken? Niks doen en hopen dat het onweer overwaait, dat kun je je als ondernemer in dit soort woelige tijden niet permitteren. Tenzij je heel veel geluk hebt, is dat het recept voor een faillissement.



TIP 2: HOUD JE BEDRIJF TEGEN HET LICHT

Ondernemers zijn vaak bezig met de waan van de dag en dan schiet strategisch nadenken er nog wel eens bij in. Het kan heel verhelderend zijn afstand te nemen en de zaken vanuit een andere hoek te bekijken. Wees eerlijk en durf naar de zwakke punten van je bedrijf te kijken. Er zullen ook verbeterpunten zijn.

Tijdens de Appcademy-training 'Marketing en verkoop in de sign', zit je met een klein groepje 'vakbroeders of -zussen' uit de signbranche aan tafel. Je hoort geen boekenwijsheid, maar ervaringen uit de signpraktijk. Je ontvangt veel inspiratie en tips over hoe je je markt- en concurrentiepositie kunt verbeteren. Je zult zien dat je fantasie wordt geprikkeld. Waarschijnlijk zullen er allerlei leuke plannen en nieuwe ideeën opborrelen.



► Het kan heel verhelderend zijn afstand te nemen van de dagelijkse beslommeringen. Wees eerlijk en durf naar verbeterpunten te kijken.



GEEN TOVERFORMULES

Helaas is er geen toverformule waarmee elk bedrijf ineens succesvol wordt. Dat zou te makkelijk zijn. Ondernemen is een vak. En elke onderneming is anders. Je kunt wel veel opsteken door te leren van fouten en successen bij anderen. Wat handige tips en trucs uit de praktijk helpen je zeker je bedrijf sterker op de kaart te zetten.

TIP VOOR SIBON-LEDEN

Begin september organiseert brancheorganisatie Si'bon een webinar samen met Appcademy. We bespreken onder andere het onderwerp: 'Hoe zet je je bedrijf sterker op de kaart?' Houd de agenda in de gaten!

www.appcademy.nl



*Dennis de Haan heeft dertig jaar ervaring in de signbranche. Onder de naam Appcademy geeft hij signgerelateerde applicatie-, carwrap- en commerciële trainingen.



▲ De training 'Marketing en verkoop in de sign' is speciaal ontwikkeld voor signbedrijven. Geen boekenwijsheid, maar tips en trucs uit de praktijk.

TIPS OM JE BEDRIJF IMPULS TE GEVEN

Spiegel

Zet je bedrijf eens eerlijk voor 'de spiegel'. Met andere woorden: ga inhoudelijk bekijken wat niet klopt en wat er moet veranderen. Je zult beter beseffen wat je moet toevoegen en weglaten. En je gaat de dingen zien waar je trots op bent en die je veel sterker kunt benadrukken.

Valkuilen

Tijdens de Appcademy-trainingssessie krijg je een hele lading frisse ideeën en suggesties over je heen. De kunst is dan: wat pik je er uit? Wat past bij jou, bij jouw klanten en bij jouw bedrijf? Een van de grootste valkuilen voor een signbedrijf is misschien wel alles te willen doen en alles te kunnen leveren. Het resultaat is dan meestal dat je alles een beetje doet en nergens écht in uitblinkt. Dan bestaat het gevaar dat jouw bedrijf opgaat in de massa. Of dat je ondersneeuwt in het geweld van de echt grote 'platform-jongens'.

Specialisme

Het zou best kunnen dat jouw bedrijf een specialisme heeft, maar dat nauwelijks 'etaleert'. Misschien ben je je er zelf niet eens van bewust dat jouw specialisme best bijzonder is; dat het iets is waarmee je je echt onderscheidt van je concurrenten. Dan zou daar wel eens een mooie kans kunnen liggen.

Val op in de massa

Misschien blijkt wel dat je eigenlijk nergens echt in uitblinkt. Ook dan is er hoop! Door een slimme presentatie naar buiten en door te werken met handige marketingtools, kun je er voor zorgen dat klanten naar jouw bedrijf komen (en niet naar je concurrent). Zo kun je jezelf toch nog onderscheiden te midden van bedrijven die ongeveer hetzelfde doen.

ONDERNEMERSVRAGEN

Vragen die iedere ondernemer zichzelf af en toe moet stellen:

- Waar sta ik met mijn bedrijf?
- Is mijn bedrijf voldoende onderscheidend in de markt?
- Wat zijn de sterke en wat zijn de zwakke punten?
- Is de weg die ik een paar jaar terug zakelijk ben ingeslagen nog steeds verstandig en voldoende winstgevend?
- Hoe sta ik er financieel voor?
- Welke handel is op dit moment lucratief?
- Zijn mijn producten en diensten over een paar jaar nog steeds gewild?
- Waar liggen nog kansen en openingen?
- Wat past bij mij?