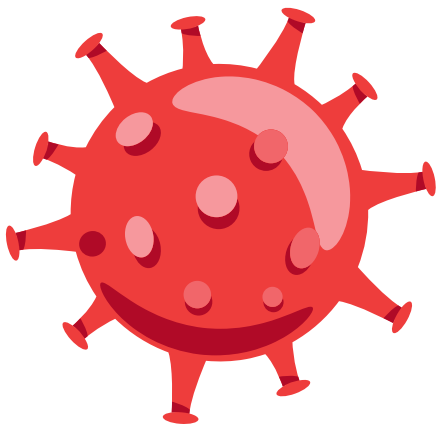
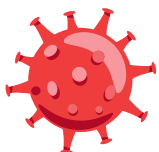
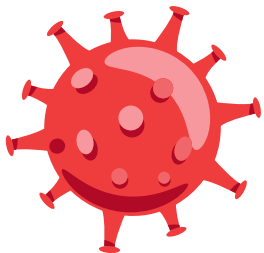


Betere beslissingen, rondom een crisis

Erno Hannink



Inhoud

Inleiding	4
De ondernemer in je ontwaakt in een crisis	6
Betere beslissingen in tijden van crisis	7
Effectiever vanuit huis werken	12
Persoonlijke en professionele groei	15
Werken met het slechtste scenario voor betere beslissingen	19
Hoeveel informatie deel je met je team?	23
Gebruik de crisis om veranderingen te realiseren	27
Innovatie in een crisis	30
9 acties die je nu kunt doen voor je marketing	33
Er zijn altijd kansen in een crisis	38
Geluk vinden in lastige tijden	42
Twee vragen voor jou	44
Over de auteur	45
Over het bedrijf ErnoHannink	46
Vragen	47

Inleiding

Steeds meer dringt de nieuwe werkelijkheid door. Direct na de aankondiging van hoe we moeten gaan werken, wat niet meer mag en wat nog wel kan, was er veel gedoe en onduidelijkheid bij jou en in je team. Voor iedereen is dit een enorme verandering, die veel energie kost. Voor jou houdt de verandering in dat je nu de hele dag vooral bezig bent met bellen. Je vraagt hoe het met de mensen gaat en kijkt wat je samen kunt doen in deze omstandigheden, en je belt met de bank, met de boekhouder en met klanten.

Naast al deze gesprekken ben je steeds aan het nadenken over de vraag waarmee je klanten kunt helpen en meer omzet kunt realiseren, op welke kosten je kunt besparen en welke facturen je als eerste moet betalen en welke nog even kunnen blijven liggen. Het is nu overleven en tegelijkertijd nadenken over de vervolgstap om hier samen sterker uit te komen.

Aan het einde van de dag ben je er helemaal klaar mee en kost het je meer wilskracht dan normaal om te gaan sporten. Je hebt al een paar avonden overgeslagen en ook in je team hoor je dat er minder bewogen wordt, terwijl dit zeker nu belangrijk is.

Doordat we nu allemaal vanuit huis werken, is het alleen maar mogelijk contact te houden met collega's en klanten via de telefoon, chat en door middel van beeldbellen. Al deze contacten zorgen ervoor dat mensen eerder vol zitten in hun hoofd. Ze hebben minder werk omdat er minder klanten zijn, maar iedereen heeft het gevoel het drukker te hebben dan normaal.

Het is een stuk lastiger om vanuit huis te werken wanneer ook je partner vanuit huis werkt en de kinderen thuis zijn omdat de scholen gesloten zijn. Zij krijgen thuis les en moeten hierbij geholpen worden door de ouders. Daarnaast maakt iedereen zich meer zorgen over de toekomst. Er is veel onduidelijkheid over hoe lang deze crisis gaat duren. Zal men ooit terugkeren naar de manier van werken die gebruikelijk was voor de crisis?

Tegelijk merk je dat deze nieuwe manier van werken ook goede dingen oplevert. Jullie werken eindelijk aan een aantal nieuwe producten die al een paar jaar als idee leven bij jou. Jullie boeken vooruitgang en de eerste nieuwe producten worden getest met klanten. De communicatie met iedereen in het team levert meer transparantie op en jullie hebben daardoor meer begrip voor elkaar en er is een betere samenwerking, al is die samenwerking op afstand. De crisis heeft ervoor gezorgd dat je meer deelt met het team, onder andere over de cijfers en financiën. Ze hebben nu beter inzicht in hoe het ervoor staat, waardoor ze meer meedenken.

Wat je ook hebt gemerkt is dat er een aantal dingen heel goed op afstand kunnen. Voor die dingen hoeft je team echt niet naar het kantoor te komen. Online werken maakt jullie meer flexibel, bijvoorbeeld wanneer het gezin van een collega meer aandacht nodig heeft. Dingen als een demonstratie van jullie product voor een klant, de voorbereiding op een gesprek, overleggen met de klant en met het team hoeft niet per se op locatie. Ontmoetingen zijn belangrijk, maar voor de voortgang niet noodzakelijk. Deze ervaringen met online werken blijf je zeker gebruiken wanneer we weer wat meer terug kunnen naar de situatie van voor de crisis.

Dit boek geeft je een aantal ideeën, tips en verhalen over hoe je deze crisis doorkomt en wat je ervan kunt leren. Lees snel verder en leer hoe je betere beslissingen neemt in een crisis.

De ondernemer in je ontwaakt in een crisis

Dit is het moment waar je al tijden op hebt gewacht.

Er is ruimte in je agenda. Er is ruimte bij je team. Je hebt meerdere ideeën voor nieuwe producten voor je bedrijf. De omzet van je bedrijf is door de crisis in elkaar geklapt. Er moet iets gebeuren.

De creativiteit van de ondernemer in jou is ontwaakt. Je voelt de energie die al een tijdje ontbrak.

Dit is hét moment om samen met je team nieuwe producten te ontwikkelen waarmee je:

- Klanten helpt.
- Een bijdrage levert aan de maatschappij.
- Op korte termijn omzet toevoegt aan je bedrijf.

Je krijgt bonuspunten wanneer het product dat je ontwikkelt na de crisis nog steeds een waardevolle toevoeging voor je bedrijf is.

Wat is het product dat je nu gaat ontwikkelen?



Betere beslissingen in tijden van crisis

Betere beslissingen nemen is lastig wanneer de toekomst onzeker is. We hebben geen idee hoe lang de huidige crisis duurt, maar waarschijnlijk duurt hij minstens twee tot drie maanden. De gevolgen duren veel langer.

Belangrijk is dat we kijken naar wat we wel kunnen doen. Dat we snel reageren zonder paniek.

Ga je voor een offensieve of een defensieve aanpak? Ga je iets tijdelijks ontwikkelen om je door deze crisis te leiden? Ga je iets duurzaam ontwikkelen dat na de crisis blijft staan? Of ga je de tijd uitzitten, gebruikmaken van je reserves en je optimaal voorbereiden op het moment dat we elkaar weer mogen ontmoeten?

Offensief – je komt met aanvullingen op je aanbod, maar dan in een vorm waarbij je de klant op afstand kunt helpen. Waarbij er geen fysiek contact is. Denk hierbij aan digitale producten, online ontmoetingen, online trainingen, online coaching of begeleiding. Je zet vol in op dit nieuwe aanbod met PR, marketing en verkoop.

Defensief – je verandert niets structureels aan je aanbod. Je blijft in contact met je huidige klanten en probeert zoveel mogelijk de huidige omzet vast te houden. Voor de rest maak je gebruik van je reserves.

Enkele dingen die je nu kunt doen:

Klanten

Zoek contact met je klanten en netwerk om oprecht te vragen hoe het met ze gaat en wat je kunt betekenen. Wat kun jij doen om ze te helpen? Welke expertise heb je in huis om anderen te ondersteunen in deze crisis? Wat kun je doen met je bedrijf en met je team, en wat kun je doen als persoon?



Team

Plan zo snel mogelijk een brainstorm met je kernteam in. Dit doe je virtueel met Zoom.us, Whereby of Skype. Bedenk met elkaar hoe je de expertise van alle mensen gaat inzetten om het maximale uit het bedrijf en je team te halen.

Ondernemersnetwerk

Brainstorm met andere ondernemers. Bel een aantal ondernemers die je goed kent van de netwerken waar je lid van bent en vraag of ze interesse hebben in hoe ze betere beslissingen kunnen nemen in deze crisistijd. Spreek met elkaar af op het tijdstip waarop je normaal gesproken ook de netwerkbijeenkomst zou hebben.

Dit doe je nu virtueel met Zoom.us, Whereby of Skype. Leg de ideeën die je hebt opgedaan met je team voor aan de andere ondernemers en vraag om terugkoppeling. Houd je commentaar voor je, en vraag wanneer nodig om opheldering of aanvulling. Schrijf de reacties op en leer.

Sluit je aan bij de groep van ondernemers met wie ik wekelijks contact heb zodat we met elkaar kunnen delen waar we aan werken en hoe zich dit ontwikkelt. We geven elkaar oprechte feedback om het nemen van betere beslissingen te stimuleren. Stuur mij een kort bericht met je telefoonnummer, dan neem ik contact met je op.

Geld nodig

Vraag je accountant of boekhouder wat je kunt doen om de misgelopen inkomsten op te vangen. Hoe kan zij jou daarin ondersteunen, zijn er financiële ondersteuning? Ga het niet allemaal zelf uitzoeken.

De facturen van de leveranciers met wie je al jaren werkt betaal je zoveel mogelijk op tijd, vooral die van de kleine bedrijven. Zij worstelen ook in deze crisis, breng ze niet nog meer in de problemen door betalingstermijnen eenzijdig op te rekken. Vraag daarentegen wel uitstel van betaling aan voor de belastingen.



Zo sterk mogelijk

Plan iedere dag een moment in waarop je tijd voor jezelf neemt. Dit doe ik in de ochtend met lezen en schrijven. Plan daarnaast iedere dag een moment van bewegen in. Het idee is om gezond te blijven en zo sterk mogelijk te zijn wanneer je eventueel ziek wordt. Zo beweeg ik iedere dag, dan ga ik wandelen of hardlopen.

In tijden van onzekerheid lijkt hard werken de enige oplossing om eruit te komen. Je hebt veel overleg met medewerkers, klanten, leveranciers, de boekhouder, de bank misschien. Al is hard werken niet erg, goed voor jezelf zorgen is nu cruciaal.

Zorg ervoor dat je voldoende slaap krijgt. Zo heb ik besloten om nog iets eerder naar bed te gaan, zodat ik fit aan de volgende dag begin. Dit betekent voor mij vooral minder Netflix 's avonds.

Betere beslissingen

Gebruik het PMIXA-beslissingsmodel (van Pieter van Osch) om je beslissingen te toetsen. Laat je onderbuik los voor nu. De onzekerheid voor de toekomst zorgt ervoor dat je onderbuik niet echt behulpzaam is bij de beslissingen waar je voor staat. Hij zoekt vooral de veilige omgeving.

PMIXA-model

P = PLUS = Wat is er goed aan de beslissing? Denk aan de plussen van de beslissing.

M = MIN = Wat is er niet goed aan de beslissing? Denk aan de minnen van de beslissing.

I = INTERESTING = Wat komt er allemaal in mij op? Denk bijvoorbeeld aan alternatieven.

X = Expectations = Welke verwachtingen heb ik van een positieve uitkomst van mijn beslissing?

A = Actions = Welke actie(s) ga ik ondernemen?

Kijk naar de kansen, maar ook naar de mogelijke negatieve impact van de ideeën die je ontwikkeld hebt. Een duurzame oplossing is een mooie kans voor de toekomst van je bedrijf.

Impact – goed doen

Een crisis is het moment om te kijken hoe je met je bedrijf meer impact kunt hebben op de omgeving. We zitten allemaal in onzekere tijden. We worden allemaal getroffen, de een wat harder dan de ander. Hoe kun je met je team mensen helpen?

Bijvoorbeeld met inzet van uren, met jullie producten of met financiële middelen. Bak dit nu in de kern van je cultuur in. Een mooie bijkomstigheid: geven maakt gelukkiger.

Jezelf ontwikkelen maakt gelukkig

Kijk met je team waar je kunt ontwikkelen. Persoonlijke en professionele groei maakt mensen gelukkig. Welke online cursus kunnen jullie samen doen? Welke specialisatie kun je ontwikkelen met je team? Welke nieuwe expertise kunnen de mensen in je team ontwikkelen waardoor ze een nieuwe stap zetten voor de toekomst? Zie ook het hoofdstuk Persoonlijke en professionele groei.

Meer structuur en ritme

Nu er meer ruimte is omdat je geen klanten mag bezoeken, of geen klanten mag ontvangen, kun je nu goed onderzoeken hoe je de organisatie kunt verbeteren. Wat kun je veranderen in de structuur van je bedrijf? Je kunt bijvoorbeeld meer verantwoordelijkheid bij je mensen neerleggen, een structureel overleg inplannen en duidelijk communiceren wat je wilt bereiken zodat iedereen zich ervoor gaat inzetten.

Plan ieder kwartaal een overleg in om samen de plannen te maken voor het komende kwartaal en bespreek wat iedereen daarin gaat doen (3 uur). Zorg voor een wekelijks overleg voor de acties van de komende week (1 uur). Bekijk dagelijks wat er speelt en wat je gaat doen (15 minuten). Dit doe je nu ook virtueel.

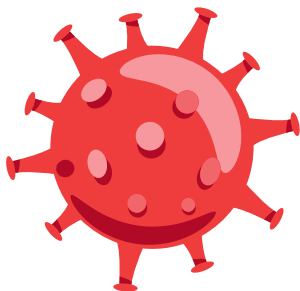
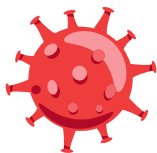
Contact met aandacht

Gebruik de tijd om een overzichtelijke lijst te maken van klanten en relaties met wie jij met aandacht contact wilt onderhouden,

niet omdat het moet maar omdat je ze leuk vindt. Een lijst waarin je allerlei contactmomenten hebt vastgelegd.

Je kunt mensen nu een kaartje sturen of een WhatsApp-bericht. Wees nieuwsgierig en oprecht geïnteresseerd in de ander. Hiervoor verzamel je mobiele nummers, verjaardagen, persoonlijke e-mailadressen en adresgegevens. Via de website van de klant en via LinkedIn vind je veel van deze gegevens.

Deze gegevens kun je verzamelen in een CRM-pakket, maar ook in een eenvoudige spreadsheet, zoals via Google Sheets.



Effectiever vanuit huis werken

Een hele dag vanuit huis werken en online overleggen via beeldbellen kost veel energie. Om energiek de gesprekken in te gaan en meer uit de dag te halen begin ik op tijd. Ik ben een ochtendmens en daarom wil ik het belangrijkste werk voor de dag zoveel mogelijk in de ochtend afgerond hebben. De meest effectieve dag begint bij mij de avond van tevoren, door op tijd naar bed te gaan.

Weten wat ik wil doen

Iedere dag maak ik een overzicht van de drie belangrijkste dingen die ik de volgende dag wil afronden. Ik zet geen kleine acties op de lijst, alleen de drie belangrijkste doelen die ik vandaag wil behalen. Dit overzicht maak ik aan het eind van de middag van de dag ervoor.

Wanneer ik het overzicht heb gemaakt van de drie belangrijkste dingen leg ik op mijn bureau de spullen klaar die ik nodig heb voor de actie waarmee ik de volgende ochtend wil beginnen. Daarnaast verwijder ik alle andere afleiding van mijn bureau.

De dag beginnen met ontwikkeling

Na het opstaan begint mijn dag met nieuwe kennis opdoen. Dit betekent voor mij dat ik begin met lezen. De tijd die je normaal gebruikt om naar je kantoor of een klant te reizen kun je nu gebruiken om bijvoorbeeld een boek te lezen of een TED Talk kijken.

Schrijven

Na het lezen begin ik meestal met schrijven in mijn journal, over de dingen die me bezighouden. Wat ging er goed gisteren, wat kan ik beter doen, wat ik vandaag ga doen en meer. Ik schrijf van alles op, om het daardoor uit mijn hoofd te krijgen. Het geeft mij veel rust.

Aansluitend begin ik te schrijven op mijn tablet. Iedere werkdag publiceer ik een artikel op mijn website. In het afgelopen jaar heb ik hier een vast ritme voor ontwikkeld. Ik luister iedere dag naar dezelfde muziek, open mijn betere-beslissingen-document in Google

Docs en begin te schrijven. Dan schrijf ik net zolang tot er een artikel is gepubliceerd.

Om de belangrijkste dingen gedaan te krijgen helpt het mij om iedere werkdag kort te bellen met Gwen Teske. We nemen om 08.45u met elkaar door wat we die dag gaan doen. Ze is mijn verantwoordelijkheidspartner.

Dan begint het echte werk

Wanneer de vaste dingen van mijn ochtendritme zijn afgerond begin ik met het werk voor de klant of het werk aan mijn bedrijf. Dit is het echte werk dat ik te doen heb. Hierover gaan de drie belangrijkste dingen op mijn lijst. Voor iedere actie reserveer ik een focusblok in mijn agenda.

Wanneer ik een afspraak heb met een klant betekent dit dat we elkaar ontmoeten. Voor deze crisis ging ik meestal naar de klant toe of kwam de klant naar mijn werkplek in Doetinchem. Tijdens deze crisis ontmoeten we elkaar virtueel. De middelen die ik hiervoor gebruik zijn Zoom, een goede camera, een microfoon en een hoofdtelefoon.

Werken met minder afleiding

Mijn kinderen zijn ondertussen volwassen, maar toen ze jonger waren zorgde ik ervoor dat ik tussendoor tijd maakte om met ze te spelen. Daarnaast waren er blokken waarin ik de deur dicht had. Ze wisten dat ze mij dan niet moesten storen.

Gebruik als kantoor een kamer in je huis waarin je kunt werken zonder afleiding. Ga bijvoorbeeld werken aan een tafel in je slaapkamer. Laat alles wat je kan afleiden uit deze kamer (denk bijvoorbeeld aan je telefoon).

Telefoongebruik

De meeste afleiding op een dag wordt veroorzaakt door je telefoon. Zet alle meldingen van je apps uit en zet je telefoon op niet storen tijdens jouw focusblokken. Zie ook dit artikel: [Hoe stop ik de grootste afleider iedere dag?](#)

Nieuws minimaliseren

Tijdens een normale werkdag leidt het nieuws enorm af. ‘Slecht’ nieuws beïnvloedt mijn emoties. In een intense periode zoals deze crisis is er continu nieuws. Vaak wordt het grootste deel herhaald. Wanneer je je werk wilt afronden, is het verstandig om op een nieuwsdieet te gaan. Kijk, lees en luister geen nieuws, of beperk je nieuwsconsumptie tot één vast moment van de dag. Het allerbelangrijkste nieuws komt vanzelf wel tot je.

Inbox

Laat je e-mailsoftware zoveel mogelijk gesloten. Geen tab met je inbox open, geen notificaties van nieuwe e-mail. Open de inbox op vaste tijden. Tijdstippen die werken voor mij zijn 11:00 en 16:00 uur. Open je inbox niet vaker, anders werk je vooral aan de prioriteiten van een ander.

Bewegen

Wil je meer bereiken op een dag, dan is het goed om te bewegen. Maak een wandeling in de natuur. Dit zorgt voor nieuwe ruimte in je hoofd, voor energie en creativiteit. Je brein krijgt de tijd om nieuwe verbindingen te maken. Je begint fris aan een nieuwe taak wanneer je weer aan de slag gaat na de wandeling. Wanneer wandelen niet jouw ding is, doe dan oefeningen in je slaapkamer of kantoor met instructievideo’s via YouTube.

Persoonlijke en professionele groei

Voor veel ondernemers betekent een crisisperiode als deze dat het aantal afspraken met klanten en relaties is geminimaliseerd. Zeker nu het coronavirus heerst is het belangrijk om het risico op besmetting te verkleinen door fysieke ontmoetingen te minimaliseren en mensen alleen te zien wanneer het echt niet anders kan. Dit probleem kun je opvangen met virtuele ontmoetingen, en doordat de reistijd vervalt houd je nu ruimte over in je agenda.

Deze ruimte gebruik ik zelf voor mijn ontwikkeling en voor het maken en delen van content. Ik wil ondernemers helpen om betere beslissingen te nemen, vooral nu.

Dit is een overzicht van hoe je kennis kunt vergaren tijdens een crisis, bijvoorbeeld tijdens een lockdownsituatie. In dit overzicht vind je een aantal boeken die ik de afgelopen maanden heb gelezen, podcastafleveringen waar ik veel van geleerd heb en tips voor workshops of online trainingen. Een mooie bijkomend effect is dat persoonlijke en professionele groei je gelukkiger maakt.

Betere gewoontes

Ik begin met het boek *Gelukkig met gewoontes* van Wendy Wood. In dit boek lees je over het belang van gewoontes en over hoe je betere gewoontes krijgt. Wendy heeft in dit boek dertig jaar onderzoek samengevat.

Voor de podcast heb ik dit gesprek met Wendy opgenomen:

ernohannink.nl/show235-good-bad-habits-wendy-wood.

In aanvulling op deze aflevering lees je het gratis boekje *Betere beslissingen met betere gewoontes*. Je kunt het downloaden op ernohannink.nl/boeken#gewoontes.

Rijk worden

Luister naar de podcastserie *How to Get Rich* van Naval, mede-oprichter van AngelList. Het is een lange opname met veel inzichten over rijkdom

en rijk worden. Ik heb hem in etappes geluisterd. Op deze pagina vind je het volledige overzicht: nav.al/rich. Je kunt de podcastserie ook hier luisteren: youtu.be/1-TZqOsVCNM.

Leren programmeren

Mocht je iets praktisch willen leren waarmee je altijd op afstand aan de slag kunt, dan kun je altijd leren programmeren. Voor jezelf of voor mensen in je team.

De drie belangrijkste programmeertalen in 2020 om te leren zijn:

- Java
- C
- Python

Leer deze talen gratis via [codecademy.com](https://www.codecademy.com).

Een naam die meer omzet oplevert

Een tweetal boeken over positionering en over het bedenken van een naam voor je producten en bedrijf die wel klanten aantrekt:

1. [*Hello, My Name is Awesome*](#) van Alexandra Watkins
2. [*Obviously Awesome*](#) van April Dunford.

Het eerste boek geeft praktische tips voor hoe jij een pakkende naam vindt voor je bedrijf of product. Het tweede boek laat zien hoe je het product positioneert in de markt met hulp van de klant. Het bevat een handig stappenplan. Beide boeken zijn waardevol voor het genereren van meer omzet met je beste producten (of diensten).

Goed doen levert meer op

Bedrijven die goed doen in het DNA hebben, waar mensen belangrijker zijn dan winst, doen het op termijn beter. Het gaat hierbij over beslissingen die op de lange termijn meer winst geven in plaats van op de korte termijn meer omzet.

People Over Profit is een geweldig boek van Dale Partridge waarin je meer leert over deze gedachten en enkele interessante voorbeelden krijgt.

Een ander boek dat mijn gedachten heeft versterkt op dit gebied is *Winners Take All*. Dit is een boek dat ingaat op de macht van de oprichters van grote bedrijven als Microsoft, die veel geld verdienen en dat met filantropie proberen recht te zetten.

[People Over Profit](#) van Dale J. Partridge.

[Winners Take All](#) van Anand Giridharadas.

Meer verantwoordelijkheid bij je team

Wil je naar een structuur in je bedrijf waarin iedereen haar verantwoordelijkheid neemt, zodat niet meer alles op jouw schouders komt?

Lees dan [Getting Teams Done](#) van Diederick Janse.

Luister naar ons gesprek hierover: ernohannink.nl/maak-de-missie-de-baas-in-je-bedrijf-voor-meer-ruimte-diederick-janse

Onderzoek ook het ondernemersorganisatiesysteem gebaseerd op Scaling Up. Ook hier wordt aandacht besteed aan structuur, ritme en meer verantwoordelijkheid bij de het team.

Boek: [Traction, Get a Grip on Your Business](#) van Gino Wickman.

Reserveer je winst

Een crisis is een goed moment om meer grip op de financiën van je bedrijf te krijgen.

Een geweldig systeem voor meer inzicht en daardoor meer grip is Profit First. Dit is een systeem waarin je boekhouding en administratie automatisch zo zijn ingericht dat je altijd winst overhoudt en genoeg geld op de rekening hebt staan om het loon, je leveranciers en de belastingen te betalen.

Lees de Nederlandse vertaling van het boek, die gemaakt is in samenwerking met Femke Hogema, de specialist op dit onderwerp in Nederland. Schakel eventueel de hulp in van Profit First Professionals bij de invoering in je bedrijf.

Het boek: [*Profit First*](#).

Luister alvast naar [*eerdere podcastafleveringen*](#) met Femke.

Focus zonder paniek

Creëer ruimte om weer tot rust te komen en je te concentreren op het belangrijkste wat je te doen hebt. Leer mediteren.

Twee apps die mij hierbij helpen zijn:

- [*Headspace*](#) (10 lessen gratis)
- [*Insight Timer*](#)

Focus op het allerbelangrijkste werk dat je te doen hebt. Zeker nu, in tijden van onrust en onzekerheid. Wees creatief, zonder paniek. Blijf bij de kern: jouw missie en waar jullie het allerbest in zijn. Download het boekje [*Betere beslissingen, meer focus*](#).

Wanneer het beter gaat

Er komt een moment dat je weer live bijeenkomsten gaat organiseren. Je kunt nu al werken aan een betere beleving van het evenement voor de deelnemers, met het boek [*The Art of Gathering*](#) van Priya Parker.

Wat ik geleerd heb in dit boek heb ik toegepast in het eerste 4B-evenement van 2020. De deelnemers waren enthousiast over het resultaat.

Kies een van deze tips om jezelf en je bedrijf te ontwikkelen.

Werken met het slechtste scenario voor betere beslissingen

Op LinkedIn las ik via Tom van der Lubbe over de maatregelen die Viisi in hoog tempo had genomen rondom het coronavirus. Ik was zeer benieuwd naar hoe Viisi in deze crisissituatie beslissingen neemt en sprak opnieuw met hem voor de podcast (luister [aflevering 248](#)).

Een belangrijk inzicht dat ik heb overgehouden aan dit gesprek is dat je moet werken met scenario's. Je moet je bedenken wat het slechtste scenario is dat je je kan voorstellen en vanuit die situatie bedenken wat je moet doen. Dat geeft rust en alles wat goed uitpakt ten opzichte van het slechtste scenario dat je bedacht hebt is een meevaller, waardoor je positief blijft en rust bewaart in het bedrijf.

Worst case scenario

De ochtend na dit gesprek met Tom was ik vroeg wakker en lag ik in bed na te denken over wat het slechtste scenario zou zijn voor ons gezin. Wat hebben we dan als gezin te doen? Hoe zit het met onze financiën? Welke voorbereidingen moeten we nu treffen?

Een halfuur later stond ik met een kop thee voor het whiteboard in mijn kantoor het slechtste scenario uit te schrijven.

- Wat als ons hele gezin ziek is?
- Wat als mijn vader ziek is? Hoe met het dan verder met mijn moeder, die zorg nodig heeft?
- Wat als mijn zus en zwager ziek zijn? Wat moeten we dan doen?
- Wat gebeurt er bij een volledige lockdown?
- Blijft onze zoon in Nijmegen of komt hij naar huis?
- Blijft onze dochter thuis en komt haar vriend hier, of gaat ze naar zijn huis?

Om later die dag samen na te denken over het slechtste scenario had ik vragen opgeschreven als:

- Komt er binnenkort een lockdown?
- Duurt die kort, middellang, lang?
- Wat als we tot het einde van 2020 nul inkomen hebben? Hebben we dan voldoende financiële middelen?
- Hoe gaat het verder met de studie van mijn dochter? Gaat ze werken?
- Hoe gaat het verder met de studie van mijn zoon? Begint hij in september aan zijn master of gaat hij werken?
- Wat moeten we in huis halen voor een lockdown?
- Hoe blijven we fit tijdens een lockdown?

Tijdens de lunch die middag hadden we ons eerste gezinsberaad over deze coronacrisis. Daarvoor stelde ik een voor een de bovenstaande vragen. Langzaam maar zeker kwam er steeds meer duidelijkheid over hoe ieder van ons hierover dacht en wat onze acties zouden kunnen zijn.

Nul inkomen

Zo maakten we samen een overzicht van de kosten die we iedere maand hebben, privé en voor het bedrijf. Wat zijn de reserves die we hebben, het spaargeld op de bank? M. houdt dit iedere maand voor onze privérekening bij en daardoor hadden we snel de noodzakelijke cijfers. Mijn cijfers kan ik direct uit Moneybird halen. Inzicht in de actuele cijfers is fijn nu.

Ik heb voldoende middelen gereserveerd om aan mijn bedrijf te bouwen tot het eind van 2020 terwijl er nul omzet binnenkomt. Privé hebben we ook voldoende spaargeld opgebouwd om zeker tot het einde van 2020 te leven met nul inkomen.



Nul inkomen is het slechtste scenario, en komt er wel geld binnen, dan is dat mooi meegenomen.

- In mijn bedrijf ga ik ondernemers helpen en tegelijk werk ik aan de toekomst van het bedrijf wanneer de impact van het virus afneemt. Er is al een eerste opdracht.
- Onze dochter werkt nu als helpende in de zorg en dat kan ze waarschijnlijk blijven doen, al heeft ze het laatste stukje van de studie nog niet afgerond.
- We hebben met onze zoon gekeken wat hij kan doen om werk te vinden, mocht zijn huidige optie niet starten in april. Hij gaat wel aan zijn master beginnen in september, ook al betekent dit geen inkomen en meer kosten dan nu.
- M. ontvangt waarschijnlijk een uitkering van haar baan wanneer de lockdown in werking treedt.

We hebben gesproken over een aantal mogelijke opvallende extra kosten:

- Wat doen we wanneer de auto stuk gaat? Vervangen of repareren?
- De hypotheekrente gaat stijgen, gaan we nu oversluiten of niet?
- Wat doen we met onze vakantie, die gepland staat voor begin september? Hoeveel kosten hebben we hiervoor al gemaakt?

We hebben ook gesproken over contact houden met elkaar. Laat elkaar dagelijks weten hoe je ervoor staat. Ben je gezond? Zeker voor onze zoon, die in Nijmegen zit, is dit van belang. Zelf houd ik contact met mijn ouders en mijn zus.

Wat ik gemerkt heb is hoeveel rust dit ons gegeven heeft. De gedachte dat we voldoende middelen hebben gespaard in de goede tijden geeft in deze crisissituatie rust. Hierdoor kunnen we ons concentreren op het belangrijkste: onze gezondheid. We gaan geen heftige discussies voeren over de financiële situatie. Daar hebben we zicht op. Zelfs het slechtste financiële scenario komen we door.

Dit is belangrijk, want je continu zorgen maken over geld zorgt ervoor dat je IQ daalt. Ons brein wordt zo in beslag genomen door het vraagstuk

‘Hoe overleef ik deze maand, week of dag?’ dat er minder ruimte is voor creativiteit. En creativiteit is juist in deze crisissituatie, waarin we dicht op elkaar zitten, belangrijk.

- Heb jij als ondernemer een plan voor het slechtste scenario?
- Hoe lang kun je overleven zonder omzet? Wat is de cashflow?
- Ga je juist nu investeren in de ontwikkeling van je team, om deze crisis beter uit te komen?
- Ga je snijden in de kosten en afscheid nemen van mensen midden in deze periode, die ook moeilijk is voor hen?
- Hoe kun je besparen op de loonkosten zonder afscheid te nemen van de mensen?
- Welke werkzaamheden kunnen jullie virtueel doen voor klanten?
- Hoe kun je klanten helpen op afstand?
- Weet je gezin hoe je bedrijf ervoor staat en wat je plan is voor het slechtste scenario?

Antwoorden bedenken op deze vragen met je team helpt om meer rust te creëren bij je team en bij jezelf. Je medewerkers maken zich zorgen over de gezondheid van hun gezin en familie. Ze willen weten of ze kunnen blijven werken en hoe ze dit moeten combineren met het gezin, dat nu thuis is. Door duidelijkheid te geven over hoe het ervoor staat, krijgen ze mentaal meer rust.

De situatie voor je houden omdat je ze niet wilt belasten met jouw zorgen, heeft een averechts effect. Wil je dat de mensen in jouw team meer verantwoordelijkheid nemen? Wees dan open en transparant over de situatie en bedenk samen het plan voor deze crisissituatie.

Hoeveel informatie deel je met je team?

Deel je alles en ben je volledig transparant of ben je voorzichtig en wil je de mensen in je team niet te veel belasten? Hieronder leg ik uit waarom het delen van de financiële situatie van je bedrijf waardevol kan zijn voor jou en je team.

In de gesprekken met mijn klanten (de ondernemers) merk ik twee dingen met betrekking tot de financiële cijfers:

- Ze doen meestal wat geheimzinnig over de cijfers.
- Ze hebben zelf geen goed inzicht in en interesse voor de actuele cijfers.

Herkenbaar voor je?

Deze twee dingen hebben natuurlijk met elkaar te maken. Wanneer je zelf niet druk bent met de cijfers, dit zoveel mogelijk overlaat aan de boekhouder en een gevoel hebt van 'het ziet er goed uit en dat is voldoende', dan is het delen van de cijfers ook lastig.

Inzicht en rust met dit systeem

In de afgelopen paar jaar heb ik geleerd dat actueel inzicht in de cijfers veel vertrouwen en rust geeft. Ik weet iedere twee weken precies hoe ik ervoor sta en kan dit snel delen met anderen. De cijfers ken ik en de cashflow is duidelijk.

Voor een beter inzicht in mijn cijfers gebruik ik Moneybird, een online systeem waarmee ik eenvoudig mijn administratie bijhoud en direct inzicht heb in informatie zoals hoeveel BTW ik moet betalen, wat het nettoresultaat is (per maand, kwartaal en jaar) en wat er op dit moment op de bankrekeningen staat.

Moneybird heb ik rechtstreeks gekoppeld aan mijn rekeningen bij Knab, zodat iedere boeking in Knab de volgende dag in Moneybird staat. Wat ik dan moet doen is de inkoopfacturen koppelen aan de mutaties in de bank. De verkoopfacturen verstuur ik vanuit

Moneybird. Het is een intelligent systeem dat veel koppelingen van facturen met de bank automatisch maakt.

Om te voorkomen dat ik stuur op hoeveel geld er op de lopende rekening staat, maak ik gebruik van Profit First, waardoor ik een aantal bankrekeningen heb waarop telkens geld wordt gereserveerd voor verschillende uitgaven. Vanaf de inkomende rekening boek ik iedere twee weken geld over naar de andere rekeningen, die bedoeld zijn voor dingen als kosten, loon, belastingen en winst. Daarnaast heb ik een spaarrekening voor de BTW, zodat er ieder kwartaal voldoende is gereserveerd en ik dit probleemloos kan overmaken.

Door gebruik te maken van een gedegen systeem dat continu wordt bijgewerkt heb je als ondernemer altijd goed zicht op je financiële situatie en de cashflow. Dit maakt het eenvoudiger om in een crisistijd snel te reageren. Je ziet sneller wat de mogelijkheden zijn en hoe lang je 'runway' nog is, hoe lang je kunt overleven met het geld dat er nog is en de vaste kosten.

Informatie delen met je team

Wanneer je deze financiële informatie op een rij hebt, kun je haar ook eenvoudig delen met je team. Welke voordelen heeft het delen van deze informatie met je team voor jou?

In de afgelopen jaren heb je een team van mensen opgebouwd. Je groeit langzaam maar zeker door van de startupfase (1-10 medewerkers) naar de rollercoasterfase (10-25 medewerkers). Je hebt een goed team en toch zijn er nog veel dingen die jij alleen doet en waarvan jij het gevoel hebt dat jij de enige bent die ze kan of moet doen.

Vooraf wanneer het gaat over lastige beslissingen over de toekomst van je bedrijf en je team sta je er vaak alleen voor. Deze beslissingen en de verantwoordelijkheid komen volledig op jouw schouders. Herkenbaar?

Dit is niet nodig. Er zitten goede mensen in je team die met je mee kunnen denken. Collega's die je kunnen en willen helpen om plannen

uit te werken, cijfers op een rij te krijgen en je te ondersteunen om betere beslissingen te nemen.

Transparantie in een crisis

Ik ben een voorstander van het delen van je cijfers met je team. Geef je medewerkers inzicht in de actuele situatie en laat bijvoorbeeld zien hoeveel jij verdient. Veel mensen hebben door de media het idee dat ondernemers veel verdienen. Terwijl de meeste ondernemers met wie ik werk juist het grootste deel van de winst investeren in het bedrijf en in het team. Het loon dat ze zichzelf uitkeren is vaak minimaal, en soms keren ze zelfs tijden niets uit aan zichzelf.

Zeker in deze crisistijd, die veel impact heeft op de omzet van de meeste bedrijven die ik ken, is meer inzicht geven in je cijfers beter voor iedereen. Wanneer je omzet significant daalt en lager is dan de kosten, wordt het iedere maand lastiger. De ondernemer kiest er dan voor om zelf in te leveren en doet er alles aan om de mensen te betalen voor het werk dat ze doen.

Dit is een goed moment om aan je collega's te vragen om met je mee te denken over oplossingen. De meeste mensen in je team hebben geen idee over de inkomsten en uitgaven van jouw bedrijf. Het enige waar ze zich druk over maken is hun eigen loon en of ze kunnen blijven werken. Dit is menselijk gedrag. We zoeken eerst veiligheid voor onszelf en ons gezin.

De informatie die de mensen in je team horen via de media, vertalen ze naar hun eigen situatie. Dit is niet de werkelijkheid van jouw bedrijf. Help je medewerkers door ze duidelijkheid te geven over hoe het ervoor staat en wat de verwachtingen zijn. Gebruik hierbij verschillende scenario's, bijvoorbeeld het slechtste scenario en een scenario waarbij het op de middellange termijn weer wat beter wordt.

Met deze inzichten geef je je collega's de ruimte om mee te denken en te helpen bij de acties voor de toekomst van je bedrijf, en de toekomst van iedereen die er werkt. Dan zijn ze niet alleen bezig met

zichzelf, maar met het gehele team. Dit creëert nog meer saamhorigheid. “Samen gaan we dit doen.”

Met deze inzichten kunnen ze meedenken over wat ze zelf kunnen bijdragen om met het gehele bedrijf de crisis te overleven.

- Zijn ze misschien bereid om minder uren te werken voor een besparing op de loonkosten?
- Zijn er mensen bereid om nu vakantie op te nemen en straks meer te werken, wanneer het juist heel druk wordt?
- Zijn er mensen in je team bereid om hun vakantiegeld pas later op te vragen?
- Welke mensen hebben het lastig omdat ze alles alleen moeten doen? Eenverdieners met jonge kinderen hebben het zwaar nu. Het is lastig voor ze om minder te verdienen terwijl ze meer tijd nodig hebben voor de kinderen. Ook zijn er misschien medewerkers van wie de partner in de zorg werkt en veel uren moet werken, waardoor ze zelf meer tijd nodig hebben voor de kinderen.
- Welke medewerkers hebben genoeg financiële ruimte, waardoor ze een tijdje met minder inkomen kunnen?
- Welke medewerkers kunnen niet zoveel uren werken als normaal omdat ze voor de kinderen, partner of familielid moeten zorgen? Tijdens de Corona-situatie zijn de meeste kinderen thuis. Veel kinderen hebben hulp nodig bij het volgen van de online lessen en bij het maken van huiswerk.

Laat gerust de offers zien die jij brengt. Dit is niet de tijd om stoer te doen.

Gebruik de crisis om veranderingen te realiseren

Is iedereen veilig en gezond? Dat is de eerste vraag die je hebt als ondernemer met een klein team. Neem de tijd om te ontdekken of iedereen in je team gezond is en hoe je kunt helpen als dit niet zo is.

Wanneer de crisis zich onverwacht aankondigt voor jouw bedrijf, zit je eerst in een paniekmoment. Wat gebeurt er? Wat is het effect hiervan? Denk bijvoorbeeld aan het verplicht afsluiten van je bedrijf voor publiek, het niet meer kunnen werken met klanten, geen fysieke ontmoetingen met klanten en deelnemers. Als dit de kern is van wat je bedrijf doet, dan zijn er plotseling veel veranderingen.

Wanneer de eerste paniek is afgenomen en je weer wat tot rust bent gekomen, is de eerstvolgende vraag: welke maatregelen moet je treffen om de gezondheid van je team te waarborgen? De mensen in je bedrijf, het kapitaal, zijn het belangrijkste.

Voor jou als ondernemer die tegen de rollercoasterfase aan zit lijkt dit een nieuwe tegenslag waardoor je weer niet de volgende stap gaat zetten. Telkens weer zijn er externe omstandigheden die de volgende stap in de ontwikkeling van je bedrijf vertragen. Afspraken worden afgezegd en opdrachten geannuleerd. Je moet zelf klanten benaderen om afspraken te verschuiven of af te zeggen.

Als ondernemer met een klein team ben je gewend om hard mee te werken in je bedrijf. De mensen in je team wachten nu gespannen op de beslissingen die jij gaat nemen. Jouw eerste reactie is om nu op te staan als leider, in je eentje 's avonds en in het weekend na te denken over de volgende stappen en beslissingen te nemen.

Leiderschap in je team

Je wilt al heel lang dat de mensen in je team meer verantwoordelijkheid nemen. Je wilt graag dat ze meedenken over oplossingen en dat ze met nieuwe ideeën komen. Je kijkt uit naar het moment waarop de verantwoordelijkheid voor de vooruitgang van je bedrijf niet meer

alleen op jouw schouders rust, het moment waarop iedereen in je team hier een bijdrage aan levert.

Dit is een geschikt moment om anders te reageren dan de mensen van je verwachten. Dit is hét moment om de mensen in je team uit te dagen om zelf leiderschap nemen.

Dit is hét moment om de mensen mee te nemen in de situatie van het bedrijf. Zorg voor volledige transparantie met betrekking tot de financiën en voor bewustwording over de huidige situatie. Denk samen na over wat er moet gebeuren om sterker uit de crisis te komen. Bedenk samen ideeën voor nieuwe producten, die je tijdens de crisis gaat ontwikkelen om ze zo snel mogelijk te lanceren. Ontwikkel samen de communicatie voor de markt.

Je hebt een klein team en door de crisis heb je minder werk dan normaal. Nu is het moment om iedereen te betrekken bij het proces en mee te laten bouwen aan de volgende stap voor je bedrijf. Iedereen realiseert zich dat we niet verder kunnen op dezelfde voet. Vorm teams rondom de belangrijkste beslissingen voor je bedrijf de komende tijd.

Met een klant beginnen we bijvoorbeeld nu met teams rondom twee onderwerpen:

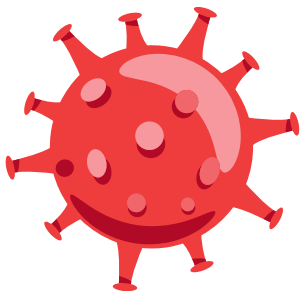
- Een crisisteam
- Een team voor nieuwe producten

Het crisisteam

Dit team overlegt ten minste wekelijks en bij spoedsituaties om te bespreken wat de nieuwste informatie is en wat de volgende acties zijn. Het is goed als in dit team ten minste de ondernemer of een van de partners, de financiële persoon en de organisator zitten. Het helpt je als ondernemer om niet alles alleen te bedenken, maar met elkaar verschillende scenario's door te nemen. Wat is het slechtste scenario en wat moeten we doen om dat scenario door te komen?

Het nieuweproductenteam

Wat zijn de producten die je nu gaat ontwikkelen? Welke ideeën zijn er al langere tijd, maar zijn door de dagelijkse werkzaamheden nog niet opgepakt? Welke van deze ideeën kunnen we nu ontwikkelen om klanten te helpen tijdens de crisis of daarna? Er moet een team zijn waarin onder anderen de verkoper, de marketeer en specialisten zitten. Dit team maakt bijvoorbeeld gebruik van een designsprint om in korte tijd een prototype te ontwerpen dat getest kan worden op potentiële klanten. Geïnspireerd door dit team ben ik ook andere bedrijven gaan helpen om binnen vier weken een nieuw product (of dienst) te ontwikkelen, te testen en verkopen.



Innovatie in een crisis

In tijd van crisis lijken er andere spelregels te gelden. Mensen geven minder geld uit omdat ze onzeker zijn over de toekomst. Ze houden liever wat geld over voor als het straks misschien nog moeilijker voor ze wordt. Deze onzekerheid weerhoudt veel mensen ervan te investeren.

Maar mijn basisbehoeften zijn in de kern niet veranderd. Ik wil nog steeds gezond zijn en blijven, ik heb onderdak nodig, ik wil een veilige omgeving, ik wil contact met anderen, en ik wil mezelf verbeteren. Wanneer je als ondernemer met je bedrijf inspeelt op deze behoeften zijn er nog steeds kansen. Welke diensten of producten kun je leveren met je bedrijf om mensen te helpen bij deze basisbehoeften?

Minimale fysieke ontmoetingen

Met de maatregelen rondom het coronavirus hebben we samen in versneld tempo ontdekt wat de waarde is van het internet in communicatie op afstand. De ondernemer zag voor de lockdown het werken vanuit huis niet zitten, maar heeft nu plotseling geen keuze en merkt dat het best gaat voor (een deel van) het bedrijf en voor haarzelf.

Deze situatie is tijdelijk, maar zal voor een deel ook duurzame veranderingen opleveren. Het vanuit huis werken bevalt een deel van de medewerkers en ondernemers goed, en ik hoor dat ze er al over nadenken hoe ze dit kunnen doorzetten na de lockdown.

Voor veel bedrijven geldt dat een (groot) deel van de diensten of producten op dit moment niet meer verkopen en werknemers veel minder declarabele uren hebben, omdat ze normaal gesproken bijvoorbeeld trainingen op locatie geven of direct met mensen werken. Wat doe je dan?

Dan word je creatief en bedenk je samen wat je kunt doen om erdoorheen te komen. Dit is hét moment om meer aandacht

te geven aan innovatie in je bedrijf. Je bent naarstig op zoek naar producten die de omzetzak door de coronasituatie enigszins compenseren.

Nieuwe producten

Er zijn producten die je nu kunt ontwikkelen:

- Producten die per direct omzet opleveren.
- Producten die omzet opleveren wanneer de lockdown voorbij is.
- Producten die op de langere termijn belangrijk zijn voor je klanten.

Welke producten zijn al bijna klaar voor de klant? Leveren één of meerdere van deze producten op korte termijn omzet op?

Denk bijvoorbeeld aan een bestaand product (of dienst) waarbij je het contact met de klant verplaatst naar een online omgeving, of aan een geheel nieuw product waar je al een tijd aan werkt, maar waar je nog een paar dingen voor moet afronden voor je het kunt verkopen, dat waardevol is in deze tijd.

Dit zijn de producten die je het liefst zo snel mogelijk gaat aanbieden aan je klanten, ook al zijn ze nog niet helemaal klaar. Ga in gesprek met de klant en stel vragen om te ontdekken of een van deze producten iets is waar ze nu iets aan heeft, of dat je nog aanpassingen moet doen.

Wat kun je doen voor je klant waardoor ze in een crisissituatie minder stress heeft, geld bespaart, meer geld overhoudt, fitter wordt, zich gezonder voelt, meer omzet genereert?

Daarna ga je aan de slag met de producten die omzet gaan opleveren na het opheffen van de lockdown, en daarna met producten voor de langere termijn.

Kleine stapjes

Van Ingrid Tappin kreeg ik een verhaal over hoe zij nu een mooie opdracht heeft binnengehaald. Zij en haar team hebben een bestaande dienst aangepast zodat hij ook online kon worden ingezet en hem opgedeeld in kleinere onderdelen. Telkens doen ze een onderdeel en

bekijken ze samen met de klant wat het resultaat is voordat ze bepalen wat de volgende stap is.

- Hiermee help je de klant om in deze tijd investeringen te doen in kleine stapjes.
- Je moet zelf bij iedere stap het beste resultaat leveren om de volgende stap met de klant te mogen zetten.
- Je leert enorm veel van de tussentijdse terugkoppeling van de klant, waardoor je het product gaat verbeteren en de volgende stap beter aansluit.

Zoals Jurgen Rutgers van BeSite zei: “Het geld is niet weg, het is alleen op een andere plek.” Met de voorzieningen vanuit de regering komt er zelfs meer geld in omloop.

- Wat kun je doen om klanten beter te helpen in de huidige situatie?
- Welke andere potentiële klanten kun je helpen?
- Welke innovaties kun jij nu realiseren om deze situatie goed door te komen en nieuwe dingen te leren?

Zoek je snelheid en een bewezen proces om binnen 4 weken een nieuw product (of nieuwe dienst) te ontwikkelen, te testen met klanten en te verkopen? Neem dan contact met me op via ernohannink.nl/contact. Ik help je graag.

9 acties die je nu kunt doen voor je marketing

Dit zijn negen acties die je kunt ondernemen voor je marketing als je klanten nu minder van je afnemen. Tip: begin met één van deze acties.

Start een podcast

Begin een podcast. Het is een heerlijk medium en het is niet ingewikkeld.

De middelen voor een goede podcast zijn niet kostbaar (zie deze complete [lijst](#)). Bedenk wat je wilt bieden met je podcast.

Interview bijvoorbeeld experts in jouw markt en vraag hoe zij omgaan met de crisis. Interview je klanten. Bespreek boeken. Bespreek de ontwikkelingen in je bedrijf.

Een podcast is een fantastisch middel om in gesprek te komen met mensen die anders niet snel ja zeggen als je voorstelt om even een kop koffie te drinken. Mijn belangrijkste doel met de podcast is leren van de gast met wie ik in gesprek ben en de dingen die ik geleerd heb delen. Zelfs als maar één andere persoon iets leert van mijn gesprek met een gast ben ik blij.

De dynamiek van de opname is in de afgelopen weken wel iets veranderd. Waar ik eerst bij de gast op bezoek ging moet alles nu online.

Het gesprek, de interactie en het leren blijven hetzelfde. Een podcast kun je eenvoudig online opnemen. Luister naar de nieuwste aflevering in [de Erno Hannink Show](#).

Community

Ontwikkel een online gemeenschap voor je klanten of voor vakgenoten. Zet een platform op waarop jullie ideeën kunnen uitwisselen en vragen kunnen stellen. Zeker in deze onzekere tijd zoekt iedereen hulp en richting.

Dit heb ik al meerdere keren gedaan en ik ben nu bezig om opnieuw een platform op te starten voor ondernemers in de rollercoasterfase. Een plek waar je veilig je vragen kunt stellen aan anderen die zelf ook aan het ontdekken zijn en ervaringen hebben.

Om te beginnen kan dit eenvoudig langs bestaande kanalen, zoals een Facebookgroep, een LinkedIngroep, Slack of WhatsApp. Kies het kanaal dat voor jou en je klanten het makkelijkst werkt.

Beoordelingen scoren

Wat is het platform waar klanten een beoordeling voor jouw bedrijf kunnen achterlaten? Enkele mogelijkheden zijn: Klantenvertellen.nl, Google review, Facebook review, Trustpilot.com, TripAdvisor.com, Klantervaringen.nl, Glassdoor.nl (voor medewerkers), Zorgkaart.nl.

Vraag klanten van de afgelopen maanden om een beoordeling achter te laten op het beoordelingsplatform voor jullie markt. Benader de klanten persoonlijk en vraag ze een eerlijke beoordeling te schrijven, eventueel in ruil voor een kleine beloning.

Verwijzing (referral)

Vraag de klanten die superenthousiast zijn over wat jij voor ze betekent of ze een andere potentiële klant kennen voor jou. Vraag ook de klanten die recent zijn gestopt.

De vraag die ik altijd stel: “Ken je iemand die mijn hulp hard nodig heeft?” Dit doe ik altijd in een persoonlijk gesprek. Een bulk-e-mail sturen naar je klanten levert niet veel reacties op. Doe het persoonlijk en probeer in het gesprek de verwijzing te krijgen. Vaak krijg ik de reactie: “Er schiet me nu niemand te binnen, maar ik denk erover na.” Dit levert zelden nog een reactie op. Probeer in het gesprek gelijk een naam te krijgen. Geef je klant even de ruimte om erover na te denken.

Wanneer ik dan een naam krijg, vraag ik altijd om wat voor soort ondernemer het gaat en waarom ze denkt dat deze ondernemer mijn hulp nodig heeft. Dan kan ik inschatten of de klant goed heeft begrepen wat voor soort ondernemers ik het best kan helpen. Je kunt ook vragen of mensen het laatste bericht van je blog of update op LinkedIn willen delen. Dat zorgt er vaak ook voor dat je zichtbaar wordt in een nieuw netwerk. Uiteraard deel je ook af en toe een bericht van jouw klanten.

Content

Geef extra gas op content publiceren. Schrijf de artikelen voor je blog die al een tijd op de plank liggen. Maak nieuwe video's voor LinkedIn of YouTube. Publiceer extra afleveringen in je podcast. Dit is hét moment om zichtbaarder te worden. Deze content blijft natuurlijk ook zichtbaar wanneer de crisis rondom het coronavirus minder heftig wordt.

Zo heb ik het plan opgepakt om een aantal extra afleveringen op te nemen voor de [podcast](#). In deze afleveringen spreek ik ondernemers over hoe zij omgaan met de crisis en het werken vanuit huis.

Luister bijvoorbeeld naar het gesprek met [Tom van der Lubbe](#) over hoe hij zijn medewerkers op de eerste plaats zet tijdens de crisis.

Daarnaast heb ik in de eerste dagen in een serie tweets en LinkedIn-updates artikelen uitgestuurd over wat je nu kunt doen. De eerste [tweetserie over werken vanuit huis](#) heeft ervoor gezorgd dat ik in de Volkskrant werd vermeld en in het Friesch Dagblad.

In de media

In aanvulling op de vorige punten kun je er nu ook voor kiezen om op de platformen van anderen terecht te komen, door je bijvoorbeeld op te geven als potentiële gast voor verschillende podcasts of je nieuwste artikel te delen met een redacteur of journalist die schrijft voor een vakblad in jouw branche.

Voor mij is dit een mooi moment om goed na te denken met welke onderwerpen ik zichtbaar wil worden. Wat de juiste platformen voor deze onderwerpen zijn. Wie de redacteurs van deze platformen zijn.

Nieuwsbrief

Voor je marketing hoor je het telkens weer: bouw een lijst. Een lijst met adresgegevens van mensen die jouw berichten willen ontvangen. Vertrouw er niet op dat sites als Google, Facebook en LinkedIn jouw berichten blijven tonen. Bouw altijd je eigen lijst op.

Een eenvoudige manier om dat te doen is via e-mail. Je hebt alleen een e-mailadres nodig. Het lastige is dat de inbox van jouw doelgroep al helemaal vol zit. Zo ontving ik de afgelopen dagen allerlei e-mails van bedrijven waar ik ooit iets heb gekocht, over wat zij doen met COVID-19 en de situatie rondom het coronavirus.

Zelf heb ik een heel kleine lijst van mensen met wie ik contact houd. Een lijst die ik een soort van papieren nieuwsbrief stuur. Ieder kwartaal ontvangen de mensen op deze lijst een klein boekje (zoals deze die je nu leest) van mij via de post. Op een aantal andere momenten in het jaar ontvangen ze een kaart met een persoonlijk bericht. Persoonlijke aandacht zorgt ervoor dat je je kunt onderscheiden van de rest.

Video-aanbeveling

Aanbevelingen op je website zijn belangrijk. Ze geven potentiële klanten net dat duwtje in de rug om een product te bestellen of contact met je op te nemen. Wanneer je een oprechte aanbeveling leest van klanten die op jou lijken, geeft dat vertrouwen.

Een video-opname van een klant die jou aanbeveelt gaat nog een stap verder. Hiermee neemt het vertrouwen verder toe. Een tekst kan iedereen op de website zetten. Een video van de klant zelf die vertelt over jouw dienst of product is dus echt een pré.

Vraag jouw beste klanten, die bijvoorbeeld een mooie beoordeling gaven, om een korte aanbeveling met de telefoon op te nemen. Je kunt ze helpen door ze goede vragen te sturen die ze kunnen beantwoorden. Maak het zo makkelijk mogelijk voor ze om dit te doen.

Boek schrijven

Wil je altijd al een boek schrijven? Dit is het moment. Als je nu veel minder klanten hebt, maak dan ruimte in je agenda. Plan focusblokken in om je boek te schrijven.

Het editen en publiceren van je boek kan straks wanneer alles weer aantrekt. Dit besteed je uit aan de experts. Voor nu schrijf je alleen jouw boek.

Een boek hoeft niet per se de bekende vorm te hebben van 200 pagina's. Je kunt ook een serie van kleine boeken schrijven over jouw onderwerp. Dit doe ik bijvoorbeeld ook in de serie over [betere beslissingen voor ondernemers](#).

Ontdek LinkedIn

Neem de tijd om je nu eindelijk het platform echt eigen te maken waar je al tijden bekender mee wilt worden, bijvoorbeeld LinkedIn. Er zitten zoveel elementen in LinkedIn die je waarschijnlijk nog niet ontdekt hebt. Test hoe je een live video begint, test hoe je een video maakt en uploadt. Schrijf eens dagelijks een update voor de komende twee weken. Start een evenement. Reageer op vragen in een LinkedIn-groep van vakgenoten. Vraag klanten, relaties, leveranciers en experts zich met je te verbinden. Verbind je gerust met mij, dit is mijn profiel <https://www.linkedin.com/in/ernohannink>.

Werk je profiel bij zodat het er herkenbaar uitziet voor je klanten. Bespreek met de mensen uit je team hoe zij hun profiel op LinkedIn kunnen aanpassen zodat het makkelijker is om direct te zien dat ze werken voor je bedrijf. Zie bijvoorbeeld de medewerkers van [Installatiebedrijf Verspeek](#) op LinkedIn.

Werk de bedrijfspagina op LinkedIn helemaal bij, zodat alle medewerkers zichtbaar zijn, de contactgegevens kloppen en de uitstraling past bij je bedrijf, en plaats een bericht met een vaste frequentie, bijvoorbeeld iedere dag om 11.00, met een korte update van de ontwikkelingen op dit moment in jullie bedrijf.

Dat waren ze, de negen tips voor je marketing, plus een bonustip. Dave Gerhardt van Privy deelde deze negen tips, die ik als basis heb gebruikt en heb aangevuld met mijn eigen ervaringen en inzichten, en met Nederlandse tips.

Er zijn altijd kansen in een crisis

De vraag is, wat zijn de kansen voor jouw bedrijf in deze crisis?

In de crisistijd bouw ik de keuzes op mijn hyperspecialisatie (zie het Handboek Hyperspecialisatie).

- De kernwaarden blijven fier overeind. Sterker nog, de kernwaarde 'People over Profit' wordt toegevoegd als cruciaal.
- Er is nog scherper geformuleerd wie mijn doelklant is. In deze tijd van crisis wordt het beeld van mijn doelklant alleen maar scherper. Staat de klant nog steeds achter haar kernwaarden en handelen ze er nu ook naar.
- Het belangrijkste probleem van de doelklant wordt nu nog scherper. In tijden van overvloed kunnen de ondernemer en het team zich verschuilen achter schijnproblemen. Nu wordt de kern van het probleem snel zichtbaar.
- Mijn beste oplossing wordt ook duidelijker voor mijzelf. Mijn beste oplossing is datgene wat ik het allerliefst doe en waar ik het best in ben. Zelfs in een crisistijd en met een terugval in het aantal klanten blijf ik dat doen wat ik het liefst doe: vragen stellen en nieuwe inzichten geven, waardoor de ondernemer en haar team betere beslissingen gaan nemen.

Dit alles gebeurt in een hoog tempo, want door de crisis staat alles onder druk. De oplossingen waarmee je klanten helpt worden morgen verwacht. Niet over twee maanden, maar morgen, of liever nog vandaag. De nood is hoog bij jouw klanten. Het is een tijd van hard werken voor je klanten. Je moet je beste kant laten zien door maximale inzet.

De crisis van vandaag, het Coronavirus, is niet de laatste en waarschijnlijk niet de de grootste crisis die je gaat meemaken.

De onverwachte kans die voortkomt uit deze crisis is dat ondernemers leren hoe ze moeten loslaten. Er is geen ruimte voor micro-managen. Je kunt niet meer telkens meekijken met iedereen in je team. Je kunt niet aan iemands gedrag zien of ze zinvol aan het werk is of niet. Het enige waar je nu op kunt vertrouwen is op het leiderschap en de verantwoordelijkheid van de mensen zelf, en op het resultaat.

De pijnpunten in je bedrijf worden snel zichtbaar. Het digitaal vastleggen van afspraken, resultaten en processen maakt superhelder wie zich aan de afspraken houdt en wie meer aandacht vraagt. Het wordt voor veel meer mensen in het bedrijf zichtbaar wie zich niet aan de afspraken houdt en niet op tijd het gevraagde resultaat levert.

Voor jou als ondernemer in de rollercoasterfase is dit een geschikt moment om veranderingen door te voeren, vooral bij jezelf. Het is belangrijk dat jij als inspirator de kansen in de markt ziet en samen met het nieuweproductenteam de kansen uitwerkt tot producten. Je moet in hoog tempo producten of diensten in de markt zetten waarmee je tijdens de crisis het maximale uit je mensen haalt en het grootste probleem van de klant oplost.

Voorbeelden van punten die helder werden bij klanten:

- Een planbord dat wordt opgezet in Trello waarmee iedereen snel overzicht heeft waar het team aan werkt en wat de volgende stap is. Dit was eerst een fysiek planbord in het bedrijf waar een deel van de operatie mee werkte, nu heeft iedereen, de helpdesk, sales, marketing en de ondernemer, inzicht. Zo worden de knelpunten in de productie superhelder.
- De interne communicatie via Slack, waardoor de mensen die in sales werken ertoe worden gedwongen om samen te werken met de productie. Het planbord en het dagelijks online contact maken pijnlijk duidelijk dat de mensen in sales vooral aandacht hebben voor hun eigen klanten en niet met elkaar de prioriteiten voor het bedrijf afstemmen.

- De mentaliteit van ‘de klant die het hardst roept heeft voorrang’ werkt steeds minder. De klant worstelt ook met deze crisis. Het is belangrijk om binnen een bedrijf met elkaar in discussie te gaan over de prioriteiten van de ontwikkeling van een product en de gekozen richting te communiceren met klanten. Dit geeft iedereen duidelijkheid. Dit is wat de klant van het bedrijf verwacht: duidelijke afspraken en deze afspraken realiseren.
- De communicatie met de klant wordt beter. Je kunt alleen op afstand communiceren. De discussies en besluiten die genomen worden moeten duidelijk zijn aan het einde van het gesprek. De afspraken worden goed vastgelegd zodat de verwachtingen over de volgende stap helder zijn bij iedereen.
- Er is meer overleg met het team. Een belangrijke manier om meer verantwoordelijkheid bij de mensen in je team te krijgen is transparante communicatie. Je moet vaker overleggen, waardoor iedereen beter begrijpt wat we samen te doen hebben. Het feit dat we niet snel naar elkaar toe kunnen lopen betekent dat het niet meer mogelijk is even tussendoor een op een te overleggen en dat het nodig is meer centraal te overleggen. Er ontstaat meer een wij-gevoel. Samen gaan we hier sterker uitkomen.
- Het online werken betekent voor veel mensen in je team dat ze meer geconcentreerd kunnen werken. De kantoortuin die bij veel bedrijven is ingevoerd heeft een negatief effect op de concentratie van medewerkers. Als je een goede werkplek hebt thuis kun je sneller opdrachten afronden door in focusblokken te werken.

Verder zie ik veranderingen in de markt van de klanten die tot versnelde invoering van nieuwe producten leiden:

- Beslissingen waarover door de organisatie en de overheid gestemd moet worden zijn een stuk lastiger nu. Tijdens gemeenteraadsvergaderingen en aandeelhoudersvergaderingen kan er op dit moment niet vergaderd worden in de raadszalen, waardoor het ook moeilijker wordt te stemmen om besluiten te nemen. De huidige crisis dwingt de gemeenten ertoe om op afstand te stemmen. Een product waar op de achtergrond al aan gewerkt werd heeft nu verhoogde prioriteit en wordt snel opgeleverd en in de markt gezet. De nood is hoog. De crisis leidt tot versnelde innovatie.
- Bij een andere klant staat het toevoegen van een online curriculum aan de offline coaching al een tijd op de agenda. Deze ‘tussentijd’ werd het ultieme moment om een designsprint op te zetten om een prototype te testen. In een week is er een online omgeving opgezet die getest kan worden met potentiële klanten.
- Bij weer een andere ondernemer is het nu heel lastig om met de klant te werken. Een fysiotherapeut kan nu eenmaal niet op anderhalve meter afstand staan bij behandeling of oefeningen. Tijdens de afgelopen maanden zijn we bezig geweest met het invoeren van een andere structuur. Een belangrijk onderwerp dat naar voren kwam tijdens deze sessies was de verschuiving richting preventie. Nu een deel van de (voormalige) klanten thuis zit en het lastig vindt om te blijven bewegen wordt versneld een product getest met persoonlijke begeleiding via beeldbellen. Zo kunnen de fysiotherapeuten de klanten helpen met een probleem en tegelijkertijd werken aan de verschuiving richting de preventieve activiteiten met klanten.

Nieuwe kansen

Gebruik deze tussentijd waarin we zweven om de processen in je bedrijf aan te scherpen. Maak gebruik van het leiderschap en de eigen verantwoordelijkheid van de mensen in je team. Neem de ruimte om de kansen in de markt te zien en nieuwe producten te maken met je team.

Geluk vinden in lastige tijden

In lastige tijden lijkt het soms ingewikkeld om geluk te vinden of zelfs gelukkig te zijn. Wanneer ik geen beperkingen vastleg voor mijzelf op het nieuws dat op mij afkomt, blijf ik doorlezen over de ernst van de situatie en komt er niet veel zinvol meer uit mijn hoofd.

In de tijd waarin we binnen zitten (lockdown) en online werken, beeldbellen met collega's en klanten, kinderen helpen met het schoolwerk en nauwelijks een rustig moment voor onszelf hebben, is het goed om terug te keren naar de kleine dingen die je als mens gelukkig maken.

Uit het onderzoek van Nic Marks van de Happy Planet Index zijn dit de vijf acties die ervoor zorgen dat je ook nu geluk gaat ervaren.

De vijf acties voor meer geluk:

- **Verbind** – Verbind jezelf met andere mensen, je gezin, familie, vrienden, klanten en contacten. Heb aandacht voor de mensen in je omgeving.
- **Wees actief** – Ga naar buiten, sport (alleen), fiets, wandel, ga hardlopen. Maak een ommetje. Wandelen is altijd goed voor je en kan altijd en overal.
- **Wees opmerkzaam** – Wat zijn de veranderingen in je omgeving? Let op veranderingen bij jezelf en anderen. Wees alert. Het houdt je scherp.
- **Blijf leren** – Lees boeken, kijk documentaires en TED talks, volg (online) cursussen of een opleiding aan een online universiteit, ga in gesprek (beeldbellen) met andere ondernemers, start een mastermind.
- **Geef** – Geef je expertise, geef je aandacht, geef je tijd. In een tijd als deze zien we mensen elkaar ondersteunen zonder er iets voor terug te verwachten. Geef omdat het gelukkig maakt.

Voorbeelden van de dingen die ik doe om geluk te vinden in deze uitdagende situatie rondom het coronavirus:

- **Verbinden** – Ik stuur kaartjes naar contacten en relaties, beeldbel met ondernemers en hun team, bel met mijn ouders, heb dagelijks contact via WhatsApp met mijn zoon, kook en eet samen met mijn vrouw, kijk samen met haar een film.
- **Actief zijn** – Ik blijf hardlopen en houd zoveel mogelijk vast aan de schema's die ik krijg van mijn trainer. De gewoonte om naar de training te fietsen en met de groep te trainen ontbreekt, dus ik ontwikkel nieuwe gewoontes om te trainen samen met mijn dochter. Ik doe push-ups volgens het tiny habits-principe, één push-up gekoppeld aan een andere actie. Daarnaast doe ik balansoefeningen tijdens het tandenpoetsen en ik werk in de tuin. Ik beweeg om fit te blijven.
- **Opmerkzaam zijn** – Ik ben alert op veranderingen bij mijn zoon en in ons gezin. Met een dochter die werkt in de zorg is dit van belang, zeker nu ze lid is van een coronateam in het verzorgingshuis. Ik ben alert op veranderingen bij klanten tijdens de gesprekken en op korte berichten op Twitter en LinkedIn.
- **Blijf leren** – Lezen doe ik iedere ochtend en avond. Documentaires van Tegenlicht kijk ik nu meer dan voorheen. Ik blijf leren van ondernemers, bijvoorbeeld tijdens de gesprekken voor de Erno Hannink Show. Ik stel vragen aan ondernemers die nu wel opdrachten binnenhalen, om te leren van hoe ze dit hebben gedaan.
- **Geven** – Ik geef iedere dag nieuwe inzichten, persoonlijk en via mijn blog, podcast, sociale media.

Daarnaast beperk ik het lezen van het nieuws zoveel mogelijk tot één of twee momenten per dag. Op Twitter en LinkedIn vermijd ik de tijdlijn en kijk ik vooral naar de berichten die aan mij gericht zijn of naar de reacties op berichten die ik gedeeld heb. Verder lees ik geen krant en volg ik zo min mogelijk het nieuws via radio of televisie. We kijken wel naar de nationale persconferenties.

Wat is klein geluk voor jou in deze periode?

Twee vragen voor jou

Nu ben je bijna bij het einde van dit boekje aangekomen, waarin een aantal inzichten en ideeën staan met betrekking tot hoe je om kunt gaan met een crisis. Tips over wat je kunt ontwikkelen in je bedrijf en voor je klanten.

Vond je het waardevol?

Wat is het belangrijkste inzicht dat je hebt verkregen?

Help mij door andere ondernemers te wijzen op dit boekje. Stuur het door. Geef het aan een ander. Geef de link door van de pagina waarop ze dit boekje zelf kunnen bestellen ([beterebeslissingen.nl](https://www.ernohannink.nl/beterebeslissingen.nl)).

Ik heb nog twee vragen voor jou:

- 1 Kan ik jou ergens bij helpen?
- 2 Ken jij een ondernemer die mijn hulp hard nodig heeft?

Natuurlijk is het ook mogelijk om mij een vraag te stellen. Stuur je vraag of de contactgegevens van een ondernemer die ik kan helpen naar: 4boekje@ernohannink.nl.



Over de auteur

Erno Hannink is businesscoach, en tevens auteur en spreker. Hij is gespecialiseerd in het onderwerp 'betere beslissingen voor ondernemers'.

Erno helpt ondernemers bij de groei van een duurzaam bedrijf, voor het team, de klanten en een gezonde winst.

Erno is er voor jou en brengt zelfsturing in je team, met lastige vragen, bewezen processen, structuur en regelmaat. Hij luistert naar je, geeft directe terugkoppeling en nieuwe inzichten voor betere beslissingen.

Hij is de auteur van 12 gepubliceerde boeken:



Je vraagt zijn boeken aan op ernohannink.nl/boeken.

Erno schrijft informatieve artikelen op ErnoHannink.nl over hoe je betere beslissingen neemt als ondernemer. Daarnaast kun je via zijn podcast op ernohanninkshow.nl luisteren naar gesprekken met ondernemers en hun beslissingen die het verschil maken. Voor video's over keuzes en beslissingen abonneer je op ernohannink.tv.

In zijn vrije tijd staat Erno als scheidsrechter op het voetbalveld en loopt hij veel. Erno is vader, kind en ondernemer. Hij gebruikt stoïcisme en meditatie voor meer rust.

Over het bedrijf ErnoHannink

Erno is een businesscoach die je helpt met beslissingen nemen, maar je ook uit je tunnelvisie haalt en je een breder perspectief laat zien. Een gesprek met Erno leidt altijd tot scherpe, nieuwe inzichten.

Dit zijn de dingen die Erno het liefste doet met ondernemers:

- **De juiste klanten aantrekken** – Met een bewezen proces en plan voor jouw bedrijf ga je de klanten aantrekken waarmee jullie het beste en liefste werken voor een gezonde winst.
- **Nieuw product en snel** – Samen met de ondernemer en haar team binnen 4 weken een product/dienst ontwikkelen, testen met de klant en verkopen.
- **Stok achter de deur** – Voor ondernemers die telkens weer nieuwe dingen ontdekken en sneller gaan dan het team aan kan. Met mijn vragen en proces ga je doen wat het belangrijkste is.

Vraag een gratis kennismaking aan via ernohannink.nl.

Esther Gons managing partner van NEXT Amsterdam

Gun het jezelf en je bedrijf om groter dan je huidige zelf te groeien. “Businesscoaching met Erno geeft inzichten en aandachtspunten die je zelf niet ziet. Het helpt je te focussen op dingen, zodat je echt kan groeien.

De persoonlijke aandacht vond ik het leukste. Erno luistert naar wat je wil, waar je staat en denkt mee naar hoe je daar komt. Versterkt door kleine persoonlijke attenties.

Daarnaast helpt de businesscoaching in mijn reflectie. Je wordt verplicht stil te staan bij dingen waar je anders geen tijd voor neemt. En die tijd is wel belangrijk (werken in je bedrijf vs aan je bedrijf).

En in mijn zelfontplooiing. Onbewust saboteer je jezelf bij groei. Zijn businesscoaching is een stok achter de deur om dingen toch te doen.”

Rens Groeneveld, CEO van DocWolves

Erno: een man met impact

“Ik ervaar ieder coachgesprek met Erno als een onmisbaar element in het groeiproces van onze onderneming.

In deze fase van ons bedrijf hol ik mijzelf als ondernemer snel voorbij. Dat is slecht voor mijzelf en voor mijn club.

Erno brengt mij met scherpe vragen en ervaren opmerkingen weer terug bij mijn hoofddoel.”

Vragen

Voor vragen kun je contact opnemen met Erno via:



[@ernohannink](https://twitter.com/ernohannink)



[LinkedIn.com/in/ernohannink](https://www.linkedin.com/in/ernohannink)



[ernohannink.nl](https://www.ernohannink.nl)



erno@ernohannink.nl

Copyright © 2020 Erno Hannink

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeveelvoudigd of verzonden in enige vorm of op enige manier, elektronisch of mechanisch, inclusief kopiëren, opnemen, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur, met uitzondering van korte citaten in een recensie.

Als je een fout vindt in dit boek stuur mij dan een e-mail. Als het mogelijk is, corrigeer ik de fout. Stuur je e-mail naar erno@ernohannink.nl.

 ErnoHannink.nl | Doetinchem

 +31 (0)314 393966 |  erno@ernohannink.nl

    [ernohannink](#)