



Nils
STRATEGIE

IN **DRIE** STAPPEN
JE BEDRIJF LATEN
GROEIEN

JE BEDRIJF LATEN GROEIEN

Als je dit leest wil je jouw bedrijf laten groeien. Flink laten groeien. Maar ook gecontroleerd, voorspelbaar en ambitieus. Met een team dat er net zoveel zin in heeft als jij. Zonder dat het ten koste gaat van je gezondheid of je vrienden en gezin. Dat is de uitdaging waar wij je bij helpen.

Wat je nodig hebt is een strategie. Dat is waar onze Nils groeimethode over gaat, het schrijven van een groeistrategie. Ik ga je vertellen welke onderwerpen daar in thuishoren.

Laat me beginnen met duidelijk te zijn: een groeistrategie maak je niet in een paar uurtjes. Dus zoek je een Quick Fix dan zit je fout.

Wil je echt een stap zetten naar een degelijke en realistische groeistrategie, dan zit je hier goed.

Als je bent uitgelezen weet jij wat er thuishoort in een groeistrategie. Op de laatste pagina vertel ik je vervolgens hoe je er zelf mee aan de slag kan.

Maar laten we beginnen bij het begin: hoe je jouw bedrijf in drie stappen laat groeien.

Heel veel lees plezier toegewenst!

Gerben Nijmeijer

www.nils-strategie.nl

IN DRIE STAPPEN

Groeien gaat in stappen. Alle succesvolle bedrijven doorlopen die. Waar het om gaat is dat jij leert die **stappen** te bepalen, om daarmee je toekomst uit te stippelen. Om vooruit te kijken. Want dat is lastig in de drukte van alledag. Een groeistrategie helpt daarmee.

Hij bestaat uit **drie stappen**. Die zijn onderverdeeld in **twaalf onderwerpen**. Lees verder dan maak je er kennis mee.

De werkwijze die ik beschrijf heet de methode Nils. Hij is ontstaan uit meer dan tien jaar research bij tientallen bedrijven en wordt door veel succesvolle ondernemers gebruikt.

Wat ik je ga vertellen is snel en simpel in jouw dagelijkse praktijk toepasbaar. De optelsom ervan vormt jouw strategie, jouw groeiplan, jouw unieke formule.



STAP 1: WAAR STA JE

De **eerste stap** in het schrijven van je strategie bestaat uit drie onderwerpen. Het gaat hier over jou en je bedrijf anno vandaag.

Deze stap is het begin van je reis. Want om te komen tot een strategie leg je eerst je **vertrekpunt** vast.

Om dat vertrekpunt te bepalen moet je jouw **persoonlijke ambitie** beschrijven. Vervolgens ga je aan de slag met een **strategische analyse** en tenslotte ga je kijken naar de **kernwaarden** van jouw bedrijf. Bij de onderwerpen uit deze stap komt flink wat research kijken. Want je strategie bepalen doe je niet op basis van een onderbuikgevoel, dat doe je op basis van feiten.

Op de volgende pagina's ga ik over de drie onderwerpen uit stap één meer vertellen.



PERSOONLIJKE AMBITIE

Je persoonlijke en financiële ambities als basis voor je strategie.



STRATEGISCHE ANALYSE

Kansen en bedreigingen. Sterke en zwakke punten. Hun samenhang.



KERNWAARDEN

Gedeelde waarden die fundamenteel zijn voor je strategie.

ONDERWERP 1: PERSOONLIJKE AMBITIE

Strategievorming begint bij het formuleren van jouw persoonlijke ambities. Dat doe je door confronterende vragen niet uit de weg te gaan.

Wat wil je voor jezelf? Wat drijft jou? Wat wil je bereiken? Als mens én als ondernemer. Ik begrijp dat dit lastige vragen zijn. Dat je snel meters wilt maken. Maar zonder duidelijkheid over jouw ambities, **persoonlijk** en **financieel**, is het lastig om te bepalen wat de koers voor je bedrijf moet worden.



Een troost: het is voor veel ondernemers 'hinderlijk' om naar zichzelf te kijken. Daarom hebben we simpele tools beschikbaar waarmee je jouw persoonlijke en financiële ambitie in kaart brengt. Lees je aan het einde meer over.

En dat lugubere plaatje hierboven? Dat heeft te maken met de 'begravenis-oefening' uit ons groeiprogramma 😊. Een leerzaam onderdeel van onze methode.

ONDERWERP 2: STRATEGISCHE ANALYSE

Na het vastleggen van je persoonlijke ambitie ga je verder met de strategische analyse. Die helpt je om – individueel of samen met je team – sterktes en zwaktes én kansen en bedreigingen op een eenvoudige manier in kaart te brengen.

Die informatie gebruik je bij het in de steigers zetten van je strategie. Het is een ontzettend goede manier om uit te vogelen waar groeikansen liggen. Maar ook waar je moet verdedigen, wat je moet verbeteren en waar je misschien mee zou moeten stoppen.

De analyse geeft je, mits goed en bruto eerlijk uitgevoerd, **concrete handvatten** die je kan gebruiken om te groeien.



In ons boek wordt je bij het maken van je analyse geholpen door niemand minder dan Bas van der Veldt, CEO van het bijzonder succesvolle bedrijf AFAS.

ONDERWERP 3: KERNWAARDEN

In het derde onderdeel van stap één gaat het over kernwaarden. Dat zijn de belangrijkste waarden binnen je bedrijf. Het zijn de eigenschappen die laten zien waar je onderneming voor staat. Als je weet wat de kernwaarden van jouw onderneming zijn kun je beter beslissingen nemen.

Iedere onderneming bezit zo'n **drie tot vijf kernwaarden**, die vaak zijn ingegeven vanuit het DNA van de oprichters. Het is belangrijk dat je medewerkers achter de kernwaarden staan, zodat ze weten hoe om te gaan met zowel dagelijkse als onverwachte situaties.

Ze kunnen dan handelen *vanuit* de kernwaarden. Die bieden een kader, een basis om op terug te vallen. En je voorkomt er discussies mee.

Nadat je ze hebt vastgelegd (je kan daarvoor bijvoorbeeld de fantastische 'Mission to Mars' methode gebruiken) ben je klaar met stap 1, **Waar sta je**, en ga je verder met stap 2: **Waar wil je heen**.



STAP 2: WAAR WIL JE HEEN

In de eerste stap van je groeistrategie ging het over je bedrijf anno vandaag. Hierin leg je het startpunt voor je strategie vast.

In de **tweede stap** schets je een gedetailleerd beeld van je bedrijf in **de door jou gewenste toekomst**, pak 'm beet drie tot vijf jaar van vandaag. Dat doe je om een duidelijk beeld van je bestemming te krijgen, van je doel.



UNIEKE FORMULE

Afstand nemen van je concurrenten.

MISSIE & VISIE

De reden van bestaan van jouw bedrijf.

GEDRAG

Gedrag dat past binnen je leidende principes.

ORGANISEREN

Je bedrijf leren organiseren.

TEAM

Als je snel wilt gaan ga je alleen, als je ver wilt gaan samen.

In deze stap komen vijf onderwerpen aan bod die ik hierna kort zal toelichten. Je **unieke formule**, **missie & visie**, het **gedrag** dat hoort bij je strategie, hoe je de boel **organiseert** en het belang van de juiste **mensen**.

ONDERWERP 4: UNIEKE FORMULE

Een succesvolle groeistrategie heeft als basis een unieke formule met een duidelijk **onderscheidend vermogen** die je keer op keer kan herhalen.

Een formule ook die je in een paar woorden en zinnen kan samenvatten. Maar, wat is dat nou eigenlijk: een unieke formule?

In stap 1: 'Waar sta je' heb je onderzocht en geanalyseerd. Je hebt gekeken naar je persoonlijke ambitie, actiepunten bepaald naar aanleiding van je strategische analyse en gewerkt aan je kernwaarden.

Nu komt het moment dat je tot de kern van je strategie moet komen. Door de woorden die je wil bezitten te kiezen, door de belofte die je aan je klanten doet op te schrijven en daar het passende verdienmodel bij te selecteren.



Die **woorden**, die **belofte** en je **verdienmodel** vormen samen je unieke formule. En geloof me, het is hard werken om die te vinden. Maar als je hem eenmaal hebt ...

ONDERWERP 5: WIE WE ZIJN (MISSIE & VISIE)

In **het boek** dat we hebben geschreven kan je lezen dat de vader van hoofdpersoon Nils, Joseph Groenen, niks heeft met missie of visie. 'Gewoon harder werken en slimmer zijn dan je concurrent,' zegt hij.

Ik ben het daarmee niet eens. Jouw mensen vragen om een stip aan de horizon. Een richting. Een toekomstbeeld waarvan ze deel uitmaken, waarin ze zichzelf herkennen. Dat zorgt ervoor dat ze voor je willen werken en je volgen.

In je **missie** formuleer je waar je voor staat. En uit je **visie** blijkt waar je met je organisatie naar toe wilt, in de toekomst. Missie en visie inspireren, stellen doelen, verbinden en geven richting. Daarom horen ze bij je groeistrategie.

Bij Nils noemen we missie en visie overigens anders. Daarover lees je meer in de theorie uit ons boek. Op het plaatje hieronder zie je onze missie en visie.



ONDERWERP 6: GEDRAG

Hoe zorg je dat de strategie die je bedenkt iedere dag opnieuw wordt gevolgd?

Dat doe je met een set eenvoudige en tastbare basisregels (leidende principes) die jou en je team helpen om richting te geven aan jullie dagelijkse werk, in lijn met je strategie. Daarmee wordt het werk makkelijker en heerst er rust.

Je mensen weten wat goed is en wat niet. Ze snappen wat 'de bedoeling' is van hun werk en waarop ze de besluiten die ze iedere dag nemen kunnen baseren.

Leidende principes zijn simpele en concrete basisregels die richting geven aan dagelijks handelen en die je opneemt in je groeistrategie. Als je besluit om te gaan werken met leidende principes dan moeten ze dus aansluiten op je strategie.

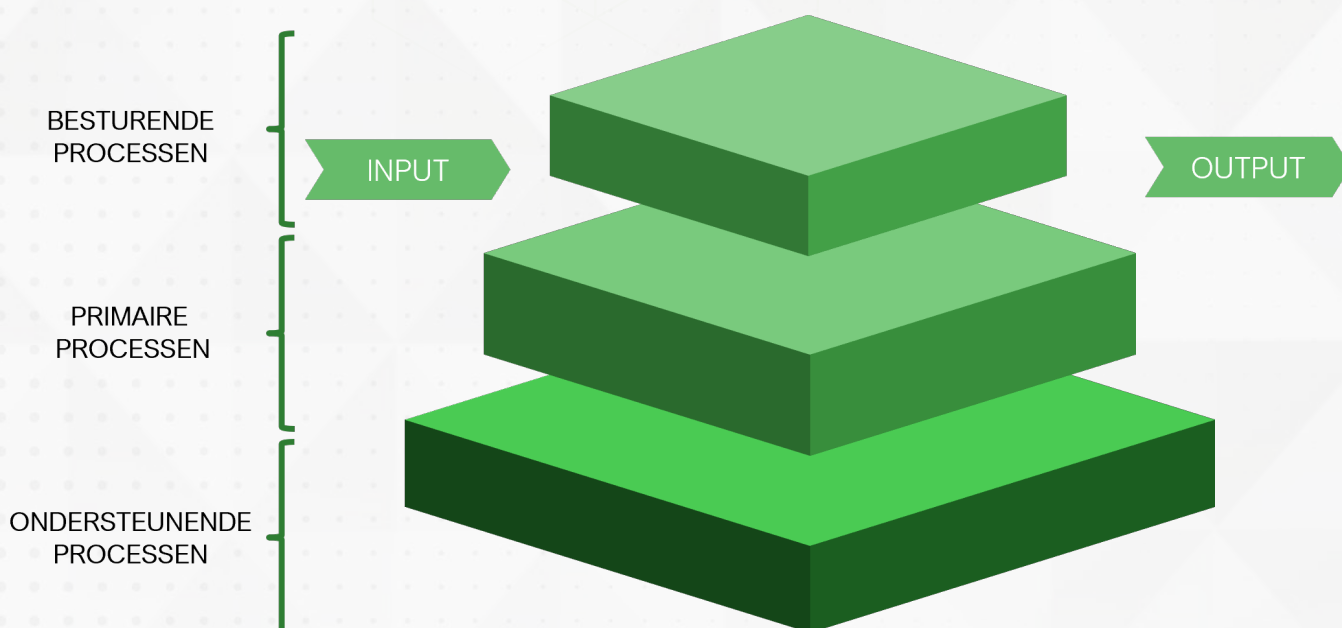
Ze helpen jou en je team om het goede te doen, dat wat in jouw bedrijf de bedoeling is in het kader van die strategie.

De bekende Zeven Zekerheden van Jumbo zijn een schoolvoorbeeld van leidende principes.

Tijdens het schrijven van je groeistrategie werk je de leidende principes die erbij horen uit.

ONDERWERP 7: JE GROEI ORGANISEREN

Groei moet je organiseren. Toch is dat iets waarover veel ondernemers te laat nadenken. Ze reageren op groei op het moment dat het ze overkomt. Daardoor zijn ze vaak (te) laat en stagneert de groei.



Door hierover al bij het bedenken van je groeistrategie na te denken voorkom je dat. In je groeistrategie denk je na over de structuur voor je bedrijf. Met bijbehorende functies, taken en verantwoordelijkheden.

Daarnaast denk je na over je bedrijfsprocessen en over de manier hoe je die moet inrichten om jouw groei te ondersteunen.

Door in je groeistrategie goed na te denken over structuren en processen voorkom je later heel veel onnodig gedoe.

ONDERWERP 8: JE TEAM

Eerst mensen, dan strategie. Volgens Jim Collins moet je beginnen met mensen en daar een strategie bij zoeken. Eerst de mensen, dan het plan. Veel ondernemers doen dat andersom. Ze hebben een fantastisch plan en zoeken daar dan goede mensen bij. Dat werkt ook, maar minder goed en minder snel.

Als je tot hier bent gekomen weet je inmiddels aardig wat over groeistrategie. In dit stukje tekst wil ik het belang van het aan boord krijgen van de juiste mensen benadrukken.

Het is belangrijk dat je, binnen de kaders van je groeistrategie nadenkt over het team dat je naar je doel gaat brengen. Stel jezelf bijvoorbeeld alvast de volgende vragen als het gaat om je team:

- 1 Wie zijn in mijn bedrijf cruciaal om mijn groeistrategie uit te voeren?
- 2 Hoe zorg ik er voor dat die mensen gelukkig zijn en blijven?
- 3 Hoe zorg ik er voor dat ik meer van dit type mensen aanneem, zodat ik mijn gewenste groei kan bewerkstelligen?

Misschien ben je nog alleen of met zijn tweeën als je dit leest. Misschien twijfel je aan het belang ervan. Laat me je dan op het hart drukken dat dit misschien wel het belangrijkste onderdeel is van je groeistrategie.

Al vergeet je alles uit dit stuk; als het je lukt de juiste mensen te vinden dan is succes een enorm stuk aannemelijker voor je geworden.

STAP 3: HOE KOM JE DAAR

Nou! Voor je het weet zijn we bij **stap drie** aangekomen: Hoe kom je daar. Je weet nu dat je begint met het bepalen van je vertrekpunt (Waar sta je) en dat je vervolgens je bestemming (Waar wil je heen) beschrijft. In stap drie werk je aan de praktische onderdelen die nodig zijn om te komen van A naar B, van je vertrekpunt naar je bestemming.

Dat brengt me bij de laatste vier onderwerpen van een groeistrategie; hoe je ervoor zorgt dat je het **overzicht** houdt, hoe je **klanten** krijgt, de rol van **geld** en je **groeiagenda**.



OVERZICHT

Als ondernemer ben je verloren zonder betrouwbare informatie.

KLANTEN

BINNENHALEN

Verkoop je genoeg om je plannen waar te maken?

OVER GELD

Duidelijkheid, rust en zekerheid.

DE ROUTE

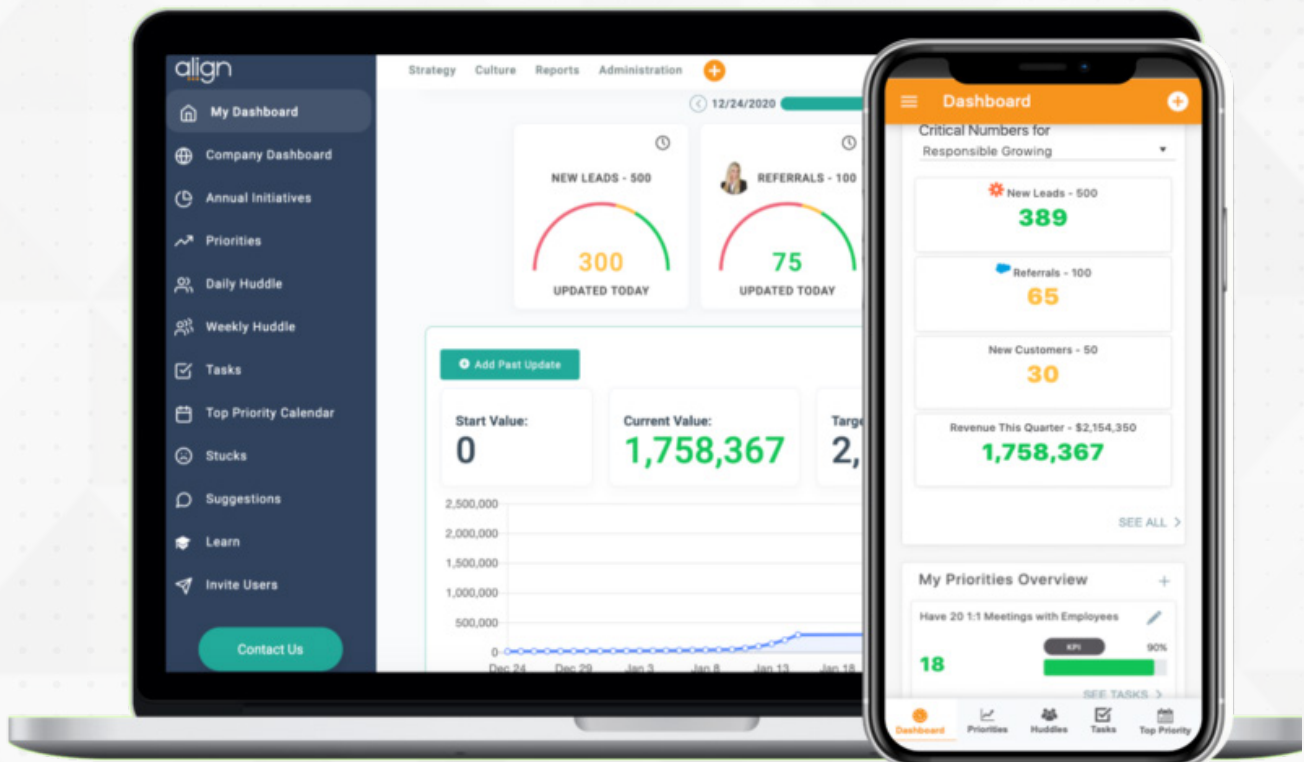
Je routekaart naar de toekomst.

ONDERWERP 9: OVERZICHT HOUDEN

Je gaat vol gas onderweg om je groeistrategie waarheid te laten worden. Hoe zorg je ervoor dat je niet te hard gaat? Of te zacht? Te ver naar links of te ver naar rechts?

Dat doe je met dashboards die je vertellen hoe je ervoor staat. Dashboards die je vertellen waar je vandaan komt en waar je heen gaat.

Heldere rapportages, die je helpen de goede kant op te blijven sturen. Die je eerlijke adviezen geven, gebaseerd op feiten en niet op fictie.



ONDERWERP 10: KLANTEN BINNENHALEN

Dit klinkt wellicht raar maar veel ondernemers vergeten het sales onderdeel van hun strategie.

Klanten binnenhalen dus. Het komen tot het sales-, marketing & communicatie deel van je groeistrategie. Want uiteindelijk is dit waar het om draait. Klanten vinden en aan je binden.

Natuurlijk heeft een heleboel van het werk dat je in deze fase van het schrijven je groeistrategie hebt gedaan al bijgedragen aan hoe je nu sales & marketing gaat concretiseren.



Dat concretiseren doe je door je producten en diensten gedetailleerd te beschrijven, voor de periode van je strategie. Je legt doelgroepen, verkoopkanalen en je primaire verkoopstrategie vast en je gaat verkoopprognoses maken.

Let op: we hebben het hier over je groeistrategie. Je beschrijft deze zaken op strategisch niveau, niet tot in detail. Dat doe je in een verkoopplan dat een uitwerking is van wat je in je groeistrategie bepaalt.

ONDERWERP 11: OVER GELD

Geld is belangrijk. Want al heb je de juiste mensen, een winnende groeistrategie en voer je die vlekkeloos uit, zonder geld werkt het niet.

Dan gaat het over zaken als werkkapitaal, financiering, cashflow, compliance, risico management en God weet wat nog meer. Niet meer dan logisch dat het maken van een begroting voor de periode van je groeistrategie er onderdeel van uitmaakt toch?

Daarnaast moet je nadenken over het financieren van je groeiplannen. Bedrijven kennen levensfasen, ook het jouwe. We onderkennen de startfase, de groeifase en de volwassenheidsfase.

Je wil in een bepaalde fase een groeisprong maken toch? Een volgende sprong van ontwikkeling. Groeien vraagt om geld, het zogenaamde groeikapitaal.

In het begin financier je dat vaak zelf, of met hulp van familie of vrienden. Maar als je groter groeit en je bedrijf zich ontwikkelt dan volstaat dat vaak niet meer. Je financieringsbehoefte wordt groter en om in die behoefte te kunnen voorzien kom je terecht bij externe partijen.

Het vinden van een externe financieringspartner is als een zakelijk huwelijk. Een verkeerde keuze kan dodelijk zijn. Dus doe je huiswerk vooraf.

ONDERWERP 12: JE GROEIAGENDA

Om van A naar B te rijden gebruiken we een navigatiesysteem. Dat brengt ons, zonder afleiding en snel, naar onze bestemming.

Voor je bedrijf is dat niet anders. Door een routekaart te maken voor de groei van je bedrijf blijf je gefocust en raak je de weg niet kwijt. Op je routekaart staan alle acties gedefinieerd die je moet uitvoeren om je groeistrategie te behalen. Je routekaart maak je in een aantal stappen:

Strategische speerpunten.

Je zet de door jou geformuleerde strategische acties op je routekaart. Het gaat hier om de actiepunten die je hebt gemaakt in het onderdeel Strategische analyse en Je unieke formule.

Verschilanalyse

Je print je groeistrategie uit en arceert alles wat er in je groeistrategie staat maar er niet is. Nieuwe producten, medewerkers, vestigingen, omzet, alles. Vervolgens maak je hier actiepunten van.

Samenvatten en beoordelen

Het resultaat is een lange lijst met actiepunten. Die ga je een prioriteit geven en ontdubbelen.

Indelen in de tijd

Je gaat de actiepunten in een logische volgorde in de tijd plaatsen. Want er zijn afhankelijkheden. Sommige dingen moet je nu eenmaal eerst doen voor je verder kan met iets anders.

Het eindresultaat is jouw groeiagenda voor de komende jaren.

HEEL VEEL WERK EN MOEITE?

Klopt. En als je daar geen zin in hebt moet je vooral niet verder lezen. Wij houden ons bezig met ondernemers die hard willen groeien en die bereid zijn daar iets voor te doen. Geen *millionair-in-een-paar-uur* onzin.

Als je dat ziet zitten kunnen we je helpen om alles wat je hierboven hebt gelezen in de praktijk te brengen. Hoe?

Met het **boek** dat we hebben geschreven.

- 1** Leer hoe je een winnende groeistrategie maakt.
- 2** Met tientallen handige tools om direct mee aan de slag te gaan, interviews met bekende experts die hun ervaring met je delen en video's om jou te gidsen.
- 3** Vanuit een verhaal dat zelfs zonder de theorie een feest is om te lezen.

Klik hier voor 20%
korting op het boek
Nils, de methode
én een gratis
adviesgesprek

20%