

Monique Appels

Succesvol hondernemen in 10 stappen



1e druk: augustus 2012

2e druk: oktober 2013

3e druk: mei 2019

Monique Appels © 2019

Dit betreft een gratis e-boek en mag als zodanig verspreid worden. Dit zonder aanpassing van de inhoud en met bronvermelding.

Inhoudsopgave

Stap 1: Starten met ondernemen	4
Stap 2: Belastingen en verzekeringen	8
Stap 3: Website en bloggen	9
Stap 4: Marketing en verkoop	13
Stap 5: Administratie en geldzaken	17
Stap 6: Leiderschap en ondernemen	23
Stap 7: Balans tussen werk en privé	26
Stap 8: Productiviteit en tijdbesparing	30
Stap 10: Mindset en persoonlijke ontwikkeling	33
En nu?	37
Over de auteur	38

Stap 1: Starten met ondernemen

Dit document legt in zeven eenvoudige stappen uit wat je nodig hebt om voor jezelf te beginnen. Het is speciaal geschreven voor iedereen die in de hondenbranche aan de slag wil.

Maar dat wil niet zeggen dat anderen er geen profijt van kunnen hebben. Ondernemen is in de basis voor iedereen gelijk. Of je nou honden uitlaat, een boek schrijft of een kledingzaak begint. Elke serieuze ondernemer begint met deze basisstappen.

Maar voor alles is één vraag de meest belangrijke:

Waarom wil je ondernemer worden?

Mogelijke antwoorden hierop zijn:

- “Omdat ik ontslagen ben en geen vertrouwen meer heb in een werkgever.”
- “Omdat ondernemen mij vrijheid geeft in handelen en eigen verantwoordelijkheid.”
- “Omdat ik met ondernemen meer geld kan verdienen.”
- “Omdat ik dan precies kan doen wat ik leuk vindt.”
- “Omdat ik later mijn bedrijf (goed) wil verkopen wat mij een pensioen oplevert.”

Misschien zijn alle antwoorden van toepassing op jou of enkelen of slechts één of staat jouw antwoord er helemaal niet bij. Maakt niet uit maar wees eerlijk naar jezelf.

Jij als ondernemer

Ben je iemand die heel creatief is en altijd barst van de ideeën of laat jij je eerder inspireren door anderen? Ben je een perfectionist of neem je ook genoegen met ‘goed genoeg’?

1. Werk je graag samen of beter/liever alleen?
2. Ben je snel afgeleid (concentratie van een fruitvliegje) of ben je altijd erg geconcentreerd?
3. Maak je makkelijk contact met anderen of vind je het moeilijk op iemand af te stappen?
4. Ben je ongeduldig of heb je doorzettingsvermogen?

Zo zijn er nog talloze vragen die je jezelf moet stellen. Als je er niet uitkomt, vraag het jouw partner of je ouders. Het is belangrijk dit te weten van jezelf omdat je als ondernemer alleen maar succesvol kunt worden als je het beste uit jezelf naar boven haalt. Dingen waar je niet goed in bent kun je leren of achterwege laten of iemand anders laten doen.

Ondernemingsplan

Maar er is nog een reden om deze eigenschappen op een rijtje te zetten. Als jij ooit een lening bij een bank nodig hebt, moet je een ondernemingsplan maken. Daarin maak je een sterkte-/zwakteanalyse. De bank wil namelijk weten wat voor ondernemerstype jij bent.

Een ondernemingsplan maken kan sowieso geen kwaad, ook als je geen lening nodig hebt. Het dwingt je namelijk na te denken over wat je wilt, waarom je het wilt en of je ook kunt bereiken wat je wilt.

Een voorbeeld van een sterkte-/zwakteanalyse (die van mij):

Sterkte	Zwakte
Doorzettingsvermogen	Ongeduldig
Creatief	Snel afgeleid
Communicatief	Financieel
Solist	Teamspeler

Dus ik ben niet zo geduldig, snel afgeleid en ook financiën zijn niet mijn sterkste kant. Geen punt. Voor al die dingen zijn oplossingen te bedenken. Of je kunt jezelf erin trainen of je laat iemand anders die zaken voor je regelen. Wanneer jij beter alleen werkt dan met anderen, zoek jij dus zaken die je alleen kunt doen.

Passie combineren met kennis

Maar passie alleen is niet voldoende. Kennis van jouw dienst of product is ook belangrijk. Soms lijken hondenuitlaatdiensten als paddenstoelen uit de grond te schieten. Het lijkt er soms op dat iedereen, die niets anders kan, een hondenuitlaatdienst gaat beginnen. De meesten houden het niet langer dan twee jaar vol. Daar kunnen verschillende redenen voor zijn maar de voornaamste reden is dat het allemaal veel te romantisch wordt voorgesteld.

Een hondenuitlaatdienst is een onderneming, geen hobby. Natuurlijk moet je van wandelen houden, ook in de herfst en in de winter. Daarbij moet je kennis hebben van gedrag van honden en hoe ze zich gedragen ten opzichte van elkaar. Welke rassen heb je in de groep en hoe verhouden die zich. Als jij je steeds ergert aan die Bouvier die constant rondjes draait om de groep

begrijp je niet dat je hier met een drijver te maken hebt. Die kun je dus goed gebruiken om verdwaalde/achtergebleven honden op te halen. Iets wat hij graag doet!

Je moet daarnaast overwicht hebben (zowel geestelijk als lichamelijk) en kunnen ingrijpen indien nodig. Ook bij een Bullmastiff. Je moet steun kunnen bieden aan terughoudende of zelfs bange honden en weten wat je wel en niet in een groep kunt doen. Gooien met ballen en stokken is vaak een bron van (bezits)agressie. Maar dan ben je er nog niet. Je moet een bus kunnen bestuderen en de verantwoording durven nemen die het uitlaten van een groep honden met zich mee brengt. Enige medische basiskennis of zelfs een EHBO is geen overbodige luxe.

Wanneer je nog niet begonnen bent, is nu het moment aangebroken om al jouw ideeën op te schrijven. Wat zou je allemaal kunnen en willen doen? Zet hier ook alle plus- en minpunten achter en neem ook jouw sterkte-/zwakteanalyse erbij. Wanneer je het moeilijk vindt om voor een groep mensen te staan en iets uit te leggen, is een hondenschool wellicht minder geschikt voor je. Als je liever alleen werkt dan in een team dan past een hondentrimsalon beter tenzij je niet van vachtverzorging houdt...

In dit stadium van jouw voorbereidingen is het belangrijk dat je je niet blind staart op één ding. Bekijk serieus de voor- en nadelen en bespreek ze ook thuis. Wat past binnen jullie gezinssituatie en leefwijze. Achter elke ondernemer staat een begripvolle partner.

Stap 2: Belastingen en verzekeringen

Ongetwijfeld het minst sexy onderdeel van het stappenplan maar wel een noodzakelijke. Als je gaat starten als zelfstandig ondernemer, moet je een aantal zaken regelen bij officiële instanties. Daarvoor kun je thuis al het nodige voorbereiden.

Roep eventueel de hulp in van iemand uit jouw omgeving die ervaring hiermee heeft of neem een administratiekantoor in de arm.

Welke rechtsvorm kies je?

Het kiezen van de rechtsvorm voor je onderneming is niet moeilijk. In de meeste gevallen start je als eenmanszaak (jij bent enig eigenaar) of VOF (Vennootschap Onder Firma) als je het samen met iemand gaat doen. Laat je hierover goed voorlichten want bij een VOF heb je te maken met twee mensen die beiden voor een bepaald deel eigenaar zijn en dus beiden rechten en plichten hebben. Deze laat je vastleggen in een vennootschapscontract. Doe dit dus niet met de eerste de beste want dat kan je veel ellende opleveren. Bedenk dat je niet alleen de kosten deelt maar ook de inkomsten.

Bedrijfsnaam

Het kiezen van een bedrijfsnaam is een belangrijke stap. Met deze naam ga jij je namelijk bekend maken aan potentiële klanten. Denk daar dus goed over na en ga niet over één nacht ijs. Zodra jij een naam hebt bedacht, check je direct of je op deze naam ook een domeinnaam kunt registreren. Veel domeinnamen in de hondenbranche zijn al vergeben dus je moet erg creatief zijn.

Vestigingsplaats

In veel gevallen zul je vanuit huis gaan werken. Dat is namelijk financieel het meest aantrekkelijk. Wanneer je dat niet wilt of kunt moet je op zoek naar een bedrijfsruimte. Denk hierbij aan eventuele vestigingsvoorwaarden en vergunningen.

Vergunningen en diploma's

Check of je voor jouw onderneming bepaalde vergunningen of diploma's nodig hebt. Wil je echt een professionele start maken, dan is een vakdiploma natuurlijk de beste reclame. Denk aan een instructeursopleiding of een opleiding tot gediplomeerd hondentrimmer.

Inschrijven Kamer van Koophandel

Als je jouw rechtsvorm hebt gekozen, een naam en een vestigingsplaats hebt dan kun je je inschrijven bij de Kamer van Koophandel. Je krijgt dan ook direct een btw-nummer voor de Belastingdienst.

Stap 3: Website en bloggen

Nog altijd een wat ondergeschoven kindje voor veel ondernemers. Als je in deze tijd nog steeds denkt dat je kunt ondernemen zonder website, dan sla je de plank mis. Jouw website is jouw meest belangrijke marketingmachine.

Aan de ene kant is het eenvoudiger geworden om een website te bouwen zonder dat je technische kennis hebt of kunt coderen.

Aan de andere kant is het moeilijker om op te vallen tussen alles wat er al is. Om tegenwoordig hoog te scoren in Google op 'hondentrimsalon' was nog nooit zo lastig. De website in elkaar zitten is dus de kunst niet. Een website goed laten scoren waardoor je bezoekers krijgt, des te meer. Eén algemene tip: zorg voor een dynamische website. Dat kan bijvoorbeeld door te bloggen. Hoe dynamischer jouw website is, hoe beter hij scoort in Google. Nieuwswebsites als nu.nl en CNN krijgen de hoogste score van Google.

Hoe bouw je de onweerstaanbare website die ervoor zorgt dat jouw netwerk groeit en jouw inkomen stijgt? Het is een kunst, verleiden op internet. Wat is er nodig om zo aantrekkelijk te zijn dat mensen die op jouw website komen ook daadwerkelijk actie nemen en op welke manier dan ook contact met je opnemen.

De landingspagina – ook wel bekend als homepage – is de belangrijkste pagina van jouw website. Tenzij je enorm adverteert naar een specifieke pagina op jouw website, is de homepage de pagina waar de meeste mensen als eerste terecht komen. Het mag duidelijk zijn dat het hier moet gebeuren. Hoe bouw je de perfecte homepage met maar een doel: mensen moeten contact met je opnemen.

Header

De header is de bovenkant van jouw website. Zorg dat deze zo klein mogelijk is omdat hij anders te veel ruimte inneemt. Je wilt namelijk dat jouw belangrijkste boodschap 'above the fold' staat. Above the fold betekent zoveel dat mensen niet naar beneden hoeven te scrollen.

Er zijn twee dingen belangrijk in de header: jouw naam (met eventueel logo) in de linkerbovenhoek en een call to action (mensen vragen contact op te nemen) in de

rechterbovenhoek. Vertel in de call to action duidelijk wat mensen moeten doen. Alleen een telefoonnummer vermelden is niet voldoende (“Bel ons voor een gratis informatie op nummer ...”).

Video of afbeelding

Direct onder de header komt een video of afbeelding. Ook hiervoor geldt, net als de rest van de homepage: jouw beste producten of diensten staan hier.

Als je video gebruikt kan dat een introductie zijn van jezelf ondersteund door beelden van wat je doet (training op de hondenschool, impressie van jouw hondenuitlaatdienst of het trimmen van een hond). Gebruik je een afbeelding, zorg dan dat deze aanklikbaar is.

Headline

Onder de video of afbeelding(en) komt de headline. Vergis je niet, dit is de meest gelezen plek op jouw homepage en bepaalt voor een heel groot deel of jouw bezoekers de rest van jouw pagina lezen of niet. Hier staat dus jouw belangrijkste boodschap en daar mag je best even goed over nadenken.

Je kunt hier dus van alles kwijt. Ga los op jouw Unique Selling Points (“Zorg is zoveel meer dan een bakje voer”), vermeld hier een testimonial van een klant (“Onze Blue vindt het geweldig om mee op pad te gaan! Moe en voldaan van het spelen ligt hij in zijn mandje na te genieten”) of een teaser (“20 manieren om ...”).

Overige inhoud / blog

Onder de headline – om deze sectie te bekijken moeten mensen scrollen – komt de rest van wat jij te vertellen hebt. In geval van een blog komt dit hier. Zorg dat de afbeeldingen boven of naast het blog dezelfde grootte hebben voor een strak en rustig uiterlijk. Geef een indeling die uitnodigt om verder te lezen.

Je kunt hier ook meer inhoud kwijt over jouw dienst zoals de diensten en producten die jouw hondentrimsalon leveren of de gedragsproblemen die jij op kunt lossen. Mensen lezen hier snel overheen. Belangrijk is dus dat het geen lappen tekst worden maar korte alinea's met opsommingen en voordelen voor de klant.

Contactgegevens

Niet iedereen die op jouw website komt neemt (direct) contact met je op. Jouw uitgebreide contactgegevens zet je dus onderaan. Denk eraan dat je wettelijk verplicht bent hier jouw bedrijfsnaam, adresgegevens en KvK-nummer te vermelden.

Je kunt ervoor kiezen een (uitgebreid) contactformulier te plaatsen maar als je verschillende manieren hebt om contact te leggen, is dat feitelijk niet nodig. Mensen sturen sneller een e-mail dan dat ze een contactformulier invullen. Dit is ook de plek waar je jouw social media links kunt plaatsen.

Verleiden op internet

Internet verandert in razend tempo. De regels voor een onweersaanbare website veranderen dus ook in hetzelfde tempo. In 2011 deden mannen er nog 8 seconden over om te

bepalen of ze een website aantrekkelijk vinden of niet, anno nu is dat al gehalveerd naar 4 seconden. Vrouwen hebben maar 2 seconden hiervoor nodig.

Je hebt dus tussen 2 en 4 seconden de tijd iemand te verleiden. Dat lukt je niet eens met een speed date. Kortom, het gezegde: “Je krijgt nooit een tweede kans voor een eerste indruk” was nog nooit zo belangrijk als nu.

Stap 4: Marketing en verkoop

Dit is een logische stap in het basisproces van het starten van een onderneming. Je gaat namelijk jouw markt verkennen. Wie zijn jouw klanten en wat willen ze van je? Dit heet doelgroepbepaling.

Het ligt voor de hand om te denken dat iedereen met een hond tot jouw doelgroep behoort. Dat is niet waar. Jouw doelgroep is die groep mensen die bereid is geld te geven voor jouw dienst. Niet meer en niet minder. Maar wie zijn dat? En waarom zouden zij hun geld aan jou geven?

Nog even het voorbeeld van de hondenuitlaatdienst: dit is bij uitstek een voorbeeld van een regionaal gebonden bedrijf. Misschien zelfs wel lokaal. Denk aan grote steden. Zo kende Zoetermeer twintig jaar geleden vier hondenuitlaatdiensten die allemaal een goede boterham verdienden. Let erop dat je niet te ver wilt rijden om honden uit te laten want dan klopt al snel jouw financiële plaatje (hoofdstuk 7) niet meer.

Deze regionale gebondenheid geldt in veel mindere mate voor een hondenschool, hondentrimsalon of een gedragstherapeut en voor een hondenfokker al helemaal niet. Mensen zijn bereid om voor kwalitatief hoogwaardige diensten ver te reizen. Er zijn

mensen die (meer dan) één keer per week anderhalf uur reizen om bij die beroemde jachtinstructeur een les te volgen of voor een bepaalde therapie naar de andere kant van het land gaan. Denk ook eens aan het specialisme van dierenartsen.

Domineren in jouw markt

Dus... onderscheid jezelf! Natuurlijk kun je ervoor kiezen om één van de vele hondenscholen te zijn met hetzelfde cursusaanbod als de buurman. Maar je kunt er ook voor kiezen om één cursus aan te bieden waar jij goed in bent of misschien wel de beste. Of de enige. Of waarom zorg jij er niet voor dat jij een bepaalde trimtechniek ontwikkelt die alleen jij toepast of zorg dat je als gedragstherapeut een specialisme hebt waardoor mensen alleen naar jou toekomen. Wij noemen dit een niche.

Een niche is een klein marktsegment met één of enkele aanbieders. En zeg nou zelf: ben je liever één van de vele vissen in een grote vijver of de enige grote vis in een kleine vijver?

Onderscheiden doe je door jouw dienstenaanbod, niet door jouw prijs! Althans, niet een lage prijs. Een hoge prijs natuurlijk wel. Een fout die helaas veel beginnende ondernemers maken is het rekenen van een te lage prijs voor hun dienst. Omdat ze bang zijn anders geen klanten te krijgen.

Ondernemen is risico nemen. En staan voor jouw dienst of product! Natuurlijk duurt het even voordat mensen jou gevonden hebben maar als ze je eenmaal gevonden hebben en jouw kwaliteit waarderen, dan zijn ze bereid daar geld voor te betalen. Soms heel veel geld. En als mensen niet bereid zijn jouw prijs te betalen, zijn het dus jouw klanten niet. Hier komt ook een stukje marketing om de hoek kijken, wat verderop aan de orde komt.

Marketing is het proces van creëren en leveren van waarde. De definitie van marketing is door de jaren heen niet veranderd maar de manier waarop wel. Niet in de laatste plaats door de komst van internet: een uitstekende plek om marketing te bedrijven. Ondernemers die niet geloven in internetmarketing laten heel veel kansen op omzet (geld) liggen. Enkele voorbeelden van gratis reclame:

Netwerkbijeenkomsten / open coffee

In veel plaatsen vinden regelmatig netwerkbijeenkomsten plaats. Deze worden soms aangeduid met de term “open coffee”. Zoek zo een bijeenkomst bij jou in de buurt en ga erheen of start er zelf eentje. Ze zijn vaak gratis of anders erg goedkoop. Neem veel visitekaartjes mee en praat met veel mensen. Verwacht niet dat je hier direct klanten mee krijgt. Netwerken is iets anders dan verkopen. Toch is netwerken belangrijk. Netwerken zorgt ervoor dat je bekend wordt.

Redactioneel stuk in de krant

Benader jouw plaatselijke krant en vraag om een redactioneel stuk. Dit is gratis. Uiteraard zorg je ervoor dat je iets bijzonders te melden hebt. Ben je inmiddels de vierde hondengedragstherapeut in jouw stad dan lukt het misschien niet. Ben je een therapeut met bijvoorbeeld het specialisme “angst voor geluiden” omdat je vlakbij een vliegveld zit, dan wordt de kans al groter dat je redactionele ruimte krijgt. Je maakt een afspraak met een journalist die vaak ook nog een fotograaf meeneemt en dan kan het zo maar gebeuren dat je een halve of hele pagina krijgt. Een uitstekende vorm van gratis reclame!

Contact met andere (h)ondernemers

Het is haast een open deur maar toch vergeten sommige ondernemers dit. Natuurlijk ga je langs bij jouw eigen dierenarts en al die anderen die bij jou in de buurt zitten. Je vraagt of je jouw visitekaartjes achter mag laten en wellicht een folder als je die hebt voor in de wachtkamer. Doe dit ook met andere ondernemers in jouw vakgebied. Ga persoonlijk langs en stel je voor. Verwacht niet direct jouw dienst te verkopen maar maak jezelf bekend.

Internet en social media

Zorg allereerst voor een goede website. De tijd dat jouw website uitsluitend diende als visitekaartje is allang voorbij. Jouw website is jouw onderneming. Mensen zoeken niet meer in een Gouden Gids, mensen zoeken op Google. En daar moeten ze jou vinden.

Verder verhoogt het actief aanwezig zijn op sociale netwerken jouw naamsbekendheid enorm. Op dit moment zijn drie media belangrijk: Twitter, Facebook en bloggen. Ook het actief deelnemen aan discussies, forums en reacties op blogs over alles wat met jouw onderneming te maken heeft zal allemaal bijdragen tot meer naamsbekendheid en dat draagt bij tot meer klanten.

Heb geduld. Het opbouwen van naamsbekendheid is een proces wat je slechts gedeeltelijk kunt sturen. Alleen door zichtbaar te zijn.

Stap 5: Administratie en geldzaken

De meeste beginnende ondernemers moeten er niet aan denken. En dat is begrijpelijk. Je wilt immers bezig zijn met jouw bedrijf, jouw passie. Toch is het belangrijk jouw administratie op orde te hebben. Administratie is meer dan alleen jouw facturen en bonnetjes. Het gaat ook om abonnementen, afspraken met leveranciers en klanten vastgelegd in overeenkomsten, jouw ondernemingsplan (als je dat hebt), namen, adressen en telefoonnummers van bedrijven waar je vaak mee te maken hebt en noem maar op.

Administratie

Administratiekantoor

Laat jouw administratie doen door iemand die daar verstand van heeft. Ook al heb je vroeger goed opgelet in de les bij boekhouden of handelsrekenen, dan nog is het verstandig dit uit te besteden. Jij wilt je bezighouden met jouw bedrijf. Ieder zijn vak.

Automatisering

Voor een goede bedrijfsvoering heb je een computer met printer en internetaansluiting nodig. Dit is even een behoorlijke investering maar een noodzakelijke. Je kunt het allemaal zo duur maken als je wilt maar dat is helemaal niet nodig. Ook voor het maken van een website kun je gebruik maken van gratis software. Op dit moment is Wordpress de beste omgeving om jouw website in te maken. Meer hierover later in dit document.

Belastingen

Belangrijke tip: laat jouw belastingen ook verzorgen door het administratiekantoor. Het lijkt misschien nu nog niet zoveel werk maar er zijn enorm veel regels en uitzonderingen op deze regels. Dat kun je en wil je niet allemaal bijhouden.

Facturen

Zodra je facturen gaat sturen krijg je te maken met regels. Om te beginnen moet je op elke factuur het btw-bedrag vermelden met het percentage. In de meeste gevallen is dat 21%. Dit bedrag moet je later aan de Belastingdienst betalen.

Binnen hoeveel dagen moet iemand de factuur betalen en wat gebeurt er als een klant niet op tijd betaalt? Denk daar goed over na en bespreek dat met jouw administrateur of andere ondernemers. Zij kunnen je adviseren.

Inkomende facturen krijg jij natuurlijk ook. Ook hierbij moet je opletten dat er een vermelding staat van btw-bedrag en percentage. Dit bedrag krijg je namelijk terug van de Belastingdienst. Betaal facturen bij voorkeur op de uiterste betaaldag.

Verzekeringen

Zodra jij als zelfstandige gaat werken kun je geen aanspraak meer maken op overheidsgeld. Je zult je dus zelf moeten verzekeren tegen ziekte en arbeidsongeschiktheid. Wellicht is een rechtsbijstandsverzekering ook handig. Bespreek dit met een verzekeringsdeskundige. Dat advies is meestal gratis.

Geldzaken

Oftewel: hoeveel verdien ik en hoeveel wil ik gaan verdienen. Uiteindelijk draait jouw onderneming daarop. Het gaat om winst maken. Winst heb je nodig om van te leven en hopelijk ook meer dan dat. Als je geen winst wilt maken, heb je geen onderneming. Dan heb je een hobby.

Inkomsten, inkoopwaarde, omzet, kosten en winst

Zodra jij iets verkoopt, spreek je van inkomsten. Bijvoorbeeld een puppyles voor vijftien euro (per uur). Daarover moet je eerst btw afdragen aan de Belastingdienst. Na aftrek van 21% houd je nog € 12,40 over.

Als jij mensen een cursusmapje geeft met tips over de opvoeding van hun pup gaat dat bedrag daarvan af. Dat heet inkoopwaarde omdat dit bedrag direct toe te schrijven is aan deze inkomsten. Stel dat dit één euro is. Dan houd je dus nog maar € 11.40 over. Dit is jouw omzet.

Elke onderneming heeft kosten. Je hebt jouw kantoor (ook als je kantoor aan huis hebt heb je daarvoor kosten gemaakt denk aan de inrichting, computer, bureau, lamp etc.), jouw (bestel)auto of misschien wel een bus en materiaal. Of een trimsalon. Deze kosten worden verrekend met jouw omzet.

Het ligt aan jouw onderneming hoe hoog deze kosten zijn. Kosten zijn allemaal aftrekbaar voor de Belastingdienst. Je kunt dus stellen dat hoe meer kosten je maakt, hoe minder belasting je betaalt. En die stelling klopt als een bus! Tegelijkertijd betekenen hoge kosten ook minder winst als jouw inkomsten daar tegenover gelijk blijven.

Voorbeeld:

Omzet per jaar (inkomsten min btw min inkoopwaarde) = €
11.400

Minus kosten = € 5.700

Winst = € 5.700 (waarover je Inkomstenbelasting betaalt)

Omzet per jaar (inkomsten min btw min inkoopwaarde) = €
11.400

Minus kosten = € 17.100

Verlies = € 5.700 (waarover je geen Inkomstenbelasting betaalt)

Het is dus heel belangrijk dat je exact weet wat jouw inkomsten en jouw kosten zijn. Die eerste wil je zo hoog mogelijk houden en die laatste zo laag mogelijk. Moet je wel een extern kantoor huren als hondengedragstherapeut? Kun je een tweede- (of derde) hands bus kopen als je begint met jouw hondenuitlaatdienst? En misschien kun je een inboedel opkopen van een failliete hondentrimsalon.

Maak dus een goede berekening van jouw kosten. Daar begin je mee. Daarna ga je bepalen hoeveel je wilt verdienen en op basis daarvan kun je uitrekenen wat jij per uur of per klant wilt verdienen. Uiteraard is daarbij belangrijk het aantal uren dat je in jouw onderneming wilt steken.

Is jouw omzet hoger dan jouw kosten, dan heb je winst gemaakt. Over die winst moet je inkomstenbelasting betalen. Hoeveel dat is, is niet te zeggen. Dit is van vele (privé)factoren afhankelijk. Na aftrek van deze belasting, houd je een bedrag over. Dat is uiteindelijk het bedrag wat je uit kunt geven; jouw nettowinst.

Zijn jouw kosten hoger dan jouw omzet, dan spreek je over verlies en betaal je geen inkomstenbelasting. De inkomsten zijn immers negatief. Mocht je nog een baan in loondienst hebben, een uitkering of andere vorm van inkomen (anders dan jouw

bedrijf) dan kan het zijn dat je met een verliesgevende onderneming toch inkomstenbelasting moet betalen.

Veel ondernemers zeggen dat ze niet kunnen rekenen. Daarom kunnen velen het hoofd niet boven water houden. Ze houden niet genoeg geld over om van te leven. In dat geval is er geen sprake van een onderneming, maar van een hobby.

Je moet goed kunnen rekenen als ondernemer. Het is een noodzaak. Als je denkt dat je met een externe boekhouder klaar bent, dan heb je het mis. Een boekhouder zorgt voor de noodzakelijke gegevens voor de Belastingdienst. Maar zonder deze gegevens kun jij niet ondernemen. Jouw onderneming wordt gestuurd op cijfers. Dat doet jouw boekhouder niet. Dat doe jij. Jij bent immers de eigenaar van jouw bedrijf. Jij bent eindverantwoordelijk (ook als jouw boekhouder er een potje van maakt, komt de Belastingdienst bij jou verhaal halen).

Reken jezelf dus niet rijk. Als je voor het gemak uitgaat dat 50% van jouw inkomsten uiteindelijk jouw netto winst is, zit je aan de veilige kant. In het voorbeeld van de hondenschool waren jouw inkomsten € 15 per klant. Stel, je hebt vijf puppy's in de les, dan is dat $5 \times € 15 = € 75$ per uur bruto. Na aftrek van alle kosten, houd je € 37,50 per uur over om van te leven. Doe jezelf een plezier en geef antwoord op de volgende vragen:

- A. Hoeveel geld heb ik nodig om te kunnen leven (inclusief vakanties)?
- B. Hoeveel uren moet ik lesgeven om te kunnen leven als mijn uurtarief € 37,50 is?
- C. Zitten er genoeg uren in een dag of week om mijn gewenste maandinkomen te halen?
- D. En zo ja, hou ik dan nog tijd over om te eten en te slapen en een privé-leven te hebben?
- E. En stel dat het antwoord hierop "ja" is, heb ik dan wel genoeg klanten om al die lessen te vullen?

Eerlijk antwoorden! Niet vanuit een onderbuikgevoel of nattevingerwerk. Uitrekenen. Stel, jouw gewenste maandinkomen is € 3.750 (ik hou de rekensom expres makkelijk). Dat houdt in dat je 100 uur moet werken in de maand uitgaande van jouw uurtarief van € 37,50. Dat is ongeveer 25 uur in de week. Dat lijkt een luizenbaan. Maar je hebt ook nog jouw administratie, je marketing (social media), voorbereiding voor je lessen, reistijd, etc. Misschien ben je een dagje ziek, wil je naar de kapper of met je kinderen naar de tandarts. Dat zijn allemaal uren die je niet werkt.

En heb je er al over nagedacht hoe je al deze uren vol krijgt? Zijn er wel genoeg klanten? $25 \text{ uren} \times 5 \text{ puppy's} = 125 \text{ puppy's}$ in de week. Dat zijn 500 puppy's in de maand! Deze betalen allemaal € 15 per les (dat is dus € 7,50 netto). $500 \text{ puppy's} \times € 7,50 = € 3.750$. Jouw maandinkomen.

Vind je dit moeilijk? Vraag dan iemand om je te helpen. Ondernemen betekent letterlijk dat je iets onderneemt. Wat je onderneemt zit vaak niet in jouw comfort zone. Jezelf neerleggen bij het feit dat je niet kunt rekenen of dat cijfers niet 'jouw ding' zijn, gaat jou niet helpen. Word een rekenwonder!

Stap 6: Leiderschap en ondernemen

Tot zo ver alle praktische zaken Maar nu de realiteit. Ben je al moe van alles wat je tot nu toe gelezen hebt? Dit is nog maar het begin. Als eigenaar van jouw eigen bedrijf moet je leiderschap tonen. Daar waar je vroeger verantwoordelijkheid af kon schuiven op jouw collega's of je baas, moet je het nu zelf opknappen.

Jouw droom

Je start vermoedelijk als ZZP-er: zelfstandige zonder personeel. Dat is waar je van droomde: zelfstandig zijn. Jouw eigen tijd indelen, jouw eigen methode, jouw eigen locatie. Alles helemaal van jou. Geen baas meer boven je. Die jouw inkomen bepaalt, jouw pauzes en jouw werkwijze.

Je ziet de mooie foto's op Facebook van ondernemers die aan het strand werken of vanaf het terras met een heerlijke cappuccino. Die ondernemers die op rustige tijden hun boodschappen kunnen doen en de tijd hebben om lang te lunchen met vrienden.

Je bent een ochtendmens en houdt van vroeg beginnen. Je hebt een gezin en wilt thuis zijn als de kinderen thuis zijn. Of werken als de baby slaapt. Dat kan nu allemaal. Want jij bepaalt alles. Dat is wat je wilt. Starten met ondernemen.

De werkelijkheid

Je had een baan. Met een baas. Nu heb je nog steeds een baan. Met een veel slechtere baas, namelijk jijzelf. Je kunt niet vroeg beginnen want je moet eerst nog je e-mails afhandelen. Je kunt

niet stoppen om vijf uur want je moet jouw administratie nog doen.

Je kunt niet altijd thuis zijn als de kinderen uit school komen, want je hebt klanten. Jouw baby slaapt niet altijd op hetzelfde moment dus je kunt niet alles plannen. Dat kan nu allemaal niet meer. Jij bepaalt niets meer. Jouw klanten bepalen. En jij moet alles zelf doen. Dat is niet wat jij verwacht had toen je ging starten met ondernemen.

Je man vraagt wanneer jullie weer eens gezellig gaan stappen samen. Of een filmpje kijken. Of die vakantie naar Zuid-Afrika waar jullie het al jaren over hebben. Dat kon toch allemaal als jij voor jezelf zou beginnen? Je zou immers bakken met geld verdienen. Je wist dat je met jouw inkomen in loondienst zo'n verre reis nooit zou kunnen betalen.

De bouwvakker versus de architect

Wat ging er mis? Jij bent de bouwvakker in jouw eigen bedrijf. Jij moet de stenen ophalen om dat muurtje te metselen. Dat deed vroeger een andere bouwvakker of stagiaire. En de prijsonderhandelingen voeren met de fabrikant van de stenen. Dat deed vroeger jouw baas. Jij moet de tekening maken van de muur. Dat deed vroeger een andere collega. En wie verstuurt de factuur naar de klant? Dat deed vroeger de afdeling administratie.

Inmiddels ben jij een bedrijf geworden met één personeelslid en dat ben jij. Jij bent een ZZP-er: een zelfstandige zonder personeel. Waarom wou je ook al weer starten met ondernemen? Die vrijheid. Ja dat was het. De werkelijkheid is dat veel kleine ondernemers geen enkele vrijheid meer hebben. Hun dag wordt bepaald door de klant. Ze kunnen niet meer op vakantie. En velen hebben geen idee hoe ze er financieel voor staan.

De architect sjuwt geen stenen. Die onderhandelt niet over prijzen. Die maakt geen facturen en laat al helemaal zijn dag niet bepalen door de klant. De architect ontwerpt. De rest van het werk laat hij aan anderen over. Het ontwerpen van een bedrijf is niet veel anders dan het ontwerpen van een huis. De uitvoering van het ontwerp is voor anderen.

De ondernemersmythe

Bouwvakkers zijn geen architecten. Dat jij een hond kan trimmen wil nog niet zeggen dat je ook een bedrijf kan bouwen waar honden getrimd worden. Lees hier een artikel over alle ondernemerscompetenties die je moet hebben als je gaat starten met ondernemen. De meest succesvolle bedrijven zijn niet gestart door bouwvakkers. Ze zijn gestart door architecten.

Ondernemers willen graag controle houden. Jouw bedrijf is jouw leven. Jouw liefde. Hier doe je alles voor. Maar controle houden wil niet zeggen dat je alles zelf moet doen. Je kunt mensen instrueren hoe een e-mail te beantwoorden of hoe een telefoongesprek te voeren. Je kunt zelfs mensen leren hoe ze jouw boekhouding moeten doen. Controle houden doe je altijd. Jij bent eindverantwoordelijk. Ja, dus ook met betrekking tot jouw boekhouding! Jij bent de baas. Het is jouw bedrijf. Je kunt een hele succesvolle hondenschool neerzetten ook als jij zelf niet alle lessen verzorgt. En niet alle e-mails beantwoordt.

Oké je bent tot hier gekomen met lezen. Dat is doorzettingsvermogen. Een mooi begin. Dan schuilt er wellicht toch een ondernemer in jou!

Stap 7: Balans tussen werk en privé

Veel kleine ondernemers zoeken naar een balans tussen werk en privé op het moment dat ze de balans kwijt zijn. Hoe mooi is het als je al voor die tijd de balans hebt gevonden. Je weet immers dat als je maar lang genoeg wacht, het moment vanzelf gaat komen. Het is voorspelbaar. Waarom wachten op het onvermijdelijke? Het EAD-model uitgelegd.

Elimineren

De E in het EAD-model staat voor elimineren. Wat zoveel betekent als uitschakelen. In deze context betekent het dat je bepaalde dingen niet meer doet. Wat kun je elimineren? Alle handelingen die jou als persoon niet helpen en ook jouw bedrijf niet. Zonder dat ze schade toebrengen aan jou of jouw omgeving.

Een goed voorbeeld hiervan is tv-kijken. Met uitzondering van een filmpje op vrijdagavond op de bank met je lief, is tv-kijken onnodig en zelfs schadelijk. Vervang Goede Tijden Slechte Tijden voor kwaliteitstijd met jouw hond. Of het lezen van een boek over hoe je beter kunt worden in ondernemen.

Een ander voorbeeld is de krant lezen. Het merendeel van de informatie die je tot je neemt is ellende en drama. De krant brengt in de regel negatief nieuws. En wat brengt het jou? Vaak frustratie en boosheid. Negatieve energie.

Wat je niet kunt elimineren, kun je wellicht wel automatiseren.

Automatiseren

De A in het EAD-model staat voor automatiseren. Automatiseren kun je toepassen op alle terugkerende handelingen in jouw leven en jouw bedrijf. Denk aan het maaien van het gras door een robot of het besproeien van de tuin door een automatische sproei-installatie. Lichten die automatisch aangaan met behulp van een tijdschakelaar. Of het koffiezetapparaat.

Zo kun je klanten op jouw hondenschool toegang geven tot een website waarin jij informatie zet over het zindelijk maken van een puppy. In plaats van het elke keer opnieuw uit te leggen in elke puppyles. Mensen kunnen zelf de pdf downloaden. De tijd die je daarmee bespaart gebruik je om vragen van individuele klanten te beantwoorden.

Het automatiseren van jouw betaalprocessen geeft één van de meeste tijdswinst. Dit doe je door gebruik te maken van een betaalprovider. Je hoeft dan nooit te wachten op je geld en de klant krijgt automatisch een factuur.

Wat je niet kunt automatiseren, kun je wellicht wel delegeren.

Delegeren

In het EAD-model staat de D voor delegeren. Delegeren betekent dat je andere mensen handelingen laat doen die jij zelf niet kunt doen. Of wilt doen. Bekende voorbeelden zijn: een huishoudelijke hulp. Of een boekhouder. Of de auto laten wassen door één van je kinderen. Of het vuilnis buiten laten zetten door jouw partner.

Je kunt nagenoeg alles delegeren. Wat mensen tegenhoudt is dat ze bang zijn de controle te verliezen. Of ze vinden dat ze het zelf beter kunnen. Of sneller. Delegeren wil niet zeggen dat je de

controle uit handen geeft. Jij bent nog altijd de baas. De directeur. De eindverantwoordelijke. Als jij een hondenuitlaatdienst inschakelt om jouw hond uit te laten ben je aan het delegeren. Maar je bent en blijft verantwoordelijk voor (het gedrag van) jouw hond. Dat is zelfs bij wet zo geregeld.

En zelfs als er zaken zijn waarvan jij vindt dat je ze beter zelf kunt doen, kun je ze nog delegeren. Maar daarvoor moet je soms jouw eigen ego opzij zetten. Anderen de ruimte geven het op hun manier te doen. Delegeren houdt ook een belangrijke verantwoordelijkheid in en dat is het geven van de juiste instructies. De kunst van het delegeren komt van pas als jij de namen bij de functies in jouw bedrijf gaat zetten.

Toepassing van het EAD-model

Waarom moeilijk doen als het makkelijk kan; laat je niet verleiden! Het correct toepassen van het EAD-model zit in de volgorde. Je gaat niet iets automatiseren wat je kunt elimineren. Je gaat ook niets delegeren wat je kunt automatiseren. Het is dom om iemand in te huren die jouw facturen maakt, als je deze handeling kunt automatiseren.

En natuurlijk ga ook niets automatiseren wat je ook kunt elimineren.

Automatiserings tools stellen ons in staat hele mooie schema's en rapporten te maken. Denk aan plannings apps, time management programma's en wat er nog meer te krijgen is. Deze tools hebben vaak uitgebreide mogelijkheden. En je wilt ze allemaal gebruiken als je ziet wat het programma kan. Maar is het nodig?

Het beste time management programma is het toepassen van dit EAD-model. Een app om mooie planningen te maken? Een agenda volstaat.

Stap 8: Productiviteit en tijdbesparing

De dag starten zonder plan is een garantie voor een dag waarin je heel veel tijd verspilt. In plaats van proactief bezig zijn met wat jij van plan bent, reageer je enkel op verzoeken van anderen en laat jij je snel afleiden.

Je kunt dan aan het einde van de dag zeggen dat je het heel druk hebt gehad maar feitelijk is er niets uit je handen gekomen. Je dag effectief plannen is ook heel goed voor het stellen van prioriteiten. Het helpt om onnodige en onzinnige zaken weg te laten. Het stellen van prioriteiten en het afwerken van een planning in volgorde van belangrijkheid zorgt voor een actieve geest en meer energie.

Hoe kun je jouw dag effectief plannen

Als eerste begin je de avond van te voren

Als je tot de volgende morgen wacht – en zeker tot het moment dat je daadwerkelijk achter je computer zit – ben je alweer bezig met het lezen van je e-mail en dus aan het reageren op anderen. Om dan nog een planning te maken, is haast onbegonnen werk.

Aan het einde van elke werkdag, voordat ik mijn computer afsluit, maak ik mijn planning voor de volgende dag. Het geeft ook echt een opgeruimd gevoel in je hoofd ondanks dat je nog geen actie hebt ondernomen anders dan het opschrijven wat je gaat doen. Zoek een rustgevende plek uit en ga schrijven. Dat alleen al zorgt voor rust en is een goede afsluiting van de werkdag.

Vervolgens bekijk je jouw lijst

Belangrijk is dat er vijf tot hooguit zeven taken op jouw lijst staan. Wordt jouw lijst te lang dan krijg je niet alles gedaan, wat enorm frustrerend werkt. Het is goed om ambitieus te zijn maar forceren is nooit een goed idee.

Je frustreert jezelf en anderen hiermee. Vergelijk het met vroeger dan je als kind soms te veel op je bord scheidde en dat je moeder zei dat je ogen groter waren dan je maag. Je kunt altijd nog dingen later op de dag toevoegen als je in de 'flow' zit.

Als laatste ga je prioriteren

Niet elke taak is namelijk even belangrijk dan wel even urgent. Ik gebruik hiervoor graag het Stephen Covey-kwadrant uit zijn boek *First Things First*. Deze gebruik je als volgt wanneer je de kunst van het effectief plannen onder de knie wilt krijgen.

Belangrijk en urgent

Dat kan om een project gaan voor een klant met een deadline of een ouderavond op school. De zaken staan bovenaan jouw to-do-lijst en worden dus als eerste afgehandeld. Deze lijst zou de kleinste moeten zijn want de meeste items hebben al op een andere lijst gestaan maar die heb je laten liggen.

Belangrijk en niet urgent (nu nog niet)

Hier komen taken die nog niet dicht bij de deadline staan maar wel belangrijk zijn. Dat kan zijn het plannen van een afspraak bij de tandarts of jouw dagelijkse uurtje hardlopen. Als het goed is en je handelt alles volgens deze planning af, komen taken dus nooit in het eerste kwadrant ...

Niet belangrijk en urgent

Dit zijn taken die voor anderen urgent zijn maar niet voor jou; ze zijn voor jou immers niet belangrijk. Deze dien je natuurlijk zo veel mogelijk te vermijden maar soms kun je er niet omheen. Denk hierbij aan een te laat ingediend verzoek van een medewerker waar je vandaag op moet reageren of een verzoek van iemand die je nauwelijks kent. Let op, deze is tricky zeker voor 'people pleasers' omdat ze al gauw bovenaan jouw lijst komen al naar gelang de vastberadenheid en doortastendheid van de vrager.

Niet belangrijk en niet urgent

Tja, deze zou eigenlijk niet voor hoeven komen want als zaken niet belangrijk en niet urgent zijn, wat doen ze dan op jouw to-do-lijst? Vergeten, doorstrepen en door met andere dingen. Feitelijk zijn zaken die hieronder vallen nutteloos en doelloos.

Effectief plannen voor winnaars

Als je een dag kunt plannen, kun je ook een week plannen. En uiteindelijk zou je dat ook moeten doen. Het principe is hetzelfde maar de impact is groter. Toch blijkt in de praktijk dat de afleidingen zo groot zijn, dat je snel verzandt in reactief zijn en voor je het week loop je weer achter de feiten (jouw schema) aan.

Om niet in die valkuil te belanden is het dagelijks planning een goede start. Sluit elke week af met een reflectiemoment (heb ik ook daadwerkelijk gedaan wat ik wilde doen) en je kunt alleen maar winnen!

Stap 10: Mindset en persoonlijke ontwikkeling

Om succesvol te kunnen worden als ondernemer moet je goede gewoontes aanleren en afscheid nemen van slechte gewoontes. Bekijk hier mijn 7 gewoontes waar je zeker afscheid van moet nemen.

1. Aan jezelf twijfelen

Dit is een gebrek aan zelfvertrouwen en eigenwaarde. Vraag jezelf af waar dit vandaan komt. Je kan een specialist zijn op jouw vakgebied maar als jij aan jezelf twijfelt, waarom zal jouw (potentiële) klant dit dan niet doen? Zorg ervoor dat je een zelfverzekerde ondernemer wordt.

Onderneem vanuit je passie. Op deze manier weet je waar je over praat, straal je dit uit naar jouw klanten en breng je jouw passie over op hen en verkoop je jouw diensten en producten eenvoudiger. Wees jezelf en doe de dingen waar jij goed in bent en die bij jou passen.

2. Negatief denken

Als jij denkt dat het niet lukt of mogelijk is, dan gaat het ook niet gebeuren. Negatieve gedachten creëren enkel frustratie, spijt, gemiste kansen en excuses om niet te slagen. Iemand die denkt 'ik kan het', heeft het brandende verlangen om zijn doelen te behalen en zal er alles voor in het werk stellen om deze te realiseren.

3. Angst om te falen

Elke ondernemer heeft in meer of mindere mate wel bepaalde angsten met betrekking tot het ondernemerschap. Denk bijvoorbeeld aan dingen zoals een onregelmatig inkomen en het niet kunnen betalen van vaste lasten. Niet geheel onrealistisch, maar deze risico's zijn met een doordacht plan af te dekken.

Denk dus niet in problemen, maar in oplossingen. Laat je angsten je plannen en het ondernemen van actie dus niet domineren, maar zet het om in het creëren en realiseren van je dromen en doelstellingen.

4. Kritiek leveren op jezelf en anderen

Kritiek staat vaak gelijk aan negativiteit. Zoals ik hier boven al beschreef, staat dit het realiseren van dromen en doelstellingen in de weg. Ook hier geldt: denk niet in problemen, maar in oplossingen.

5. Uitstelgedrag

Uitstelgedrag en faalangst staan sterk met elkaar in relatie. Stop dus met uitstellen en start met leven en ondernemen. Een planning maken is de eerste stap om hier verandering in te brengen. Schrijf de avond ervoor of aan het begin van de dag welke taken jouw prioriteit hebben en welke afgerond moeten zijn. Bouw dit uit naar een week-, maand- en jaarplanning.

Vervolgens moet je niet alleen plannen, maar vooral actie ondernemen. Probeer niet direct voor perfectie te gaan, maar zet gewoon de eerste stap! Heb je de neiging om de lastige of vervelende klussen uit te stellen, begin hier dan juist mee.

Anders zit je er de hele dag tegen aan te hikken en zal je aan het eind van de dag het hoogstwaarschijnlijk toch weer uit stellen.

Worden klussen uitgesteld door te veel afleiding (bijvoorbeeld social media), blok dan tijd in je agenda om aaneengesloten te kunnen werken. Stel een alarm in, zorg dat je niet gestoord kan worden, doe je telefoon uit (of op stil en buiten handbereik) en schakel social media uit.

Er zijn zelfs gratis programma's die gedurende een bepaald tijdsbestek het internet of bepaalde websites voor je kunnen blokkeren, zodat je niet in de verleiding komt om toch even je berichten te checken.

6. Angst voor succes

Het klinkt wellicht raar, want misschien denk je nu: iedereen wil toch succesvol zijn? Mensen zitten soms raar in elkaar. Voor sommigen is het intimiderend of zelfs beangstigend.

Succes staat niet alleen synoniem aan geld en macht maar ook aan uitdagingen, verantwoordelijkheden en verandering. Dit kan zeer overweldigend zijn, vooral als je erg gehecht bent aan je oude, vertrouwde leventje en moeite hebt om buiten je comfort zone te treden. Maar het is niet voor niets dat men zegt 'The magic happens outside your comfort zone'. Vraag jezelf af wat je angsten zijn, accepteer de reden van je angsten, maar laat ze vervolgens los.

Denk bijvoorbeeld aan de hoge duikplank in het zwembad. Het lijkt je fantastisch om er af te springen. Je beklimt de duikplank, maar wanneer je op het punt staat om te springen, grijpt de angst je bij de keel. Je begint met smoesjes te bedenken: Wat als? Ja, maar!

Je kan nu twee dingen doen: Of je draait je om en daalt weer af met het gevolg dat je misschien spijt krijgt of je waagt de sprong. In het laatste geval heb je niet alleen jezelf overwonnen, maar overspoelt je een geweldig gevoel. Je hebt het toch maar mooi gedaan! Bedenk jezelf dus: Wat is het ergste wat me kan overkomen als ik het toch doe? Hoe dramatisch zijn de gevolgen op een schaal van 1 tot 10...

7. People pleasing

Veel ondernemers willen vanuit hun passie mensen helpen. Dat is een prachtige gedachte en het zal je veel opleveren, want wie goed doet, goed ontmoet. Maar pas op! Het mensen te veel naar de zin willen maken, gaat uiteindelijk ten koste van jezelf, als ondernemer en of als persoon. Voor je het weet, wordt er misbruik van je gemaakt. De klant is koning, maar jij bent keizer!

Hou dus te allen tijde in gedachten wat JIJ wil. Leer nee te zeggen. Dit hoeft niet bot te zijn, maar wees wel duidelijk en geef aan waarom en kom met een alternatief. Bijvoorbeeld: "Het spijt me, maar deze week zit ik volledig volgeboekt. Volgende week help ik u graag en mocht er toch onverhoopt een plekje vrij komen, dan bel ik u als eerste."

Van welke gewoontes heb jij bewust afscheid genomen om een succesvolle hondernemer te worden of welke goede heb jij jezelf aangeleerd en wat heeft dit jou gebracht? Ik zou het erg op prijs stellen als je dit met mij zou willen delen en anderen hiermee wil motiveren en inspireren.

En nu?

Je hebt nu in het kort de eerste 10 stappen naar een onderneming kunnen lezen. Voorlopig heb je genoeg om mee aan de slag te gaan. De enige manier om een succesvolle onderneming te krijgen, te houden en uit te bouwen is het ondernemen van actie. Zonder actie staat alles stil.

Ik ben van mening dat je als ondernemer geboren wordt; het zit in je bloed. En wellicht is het er tot nu toe nog niet uitgekomen omdat het niet in jouw leven paste. Maar vroeg of laat kruipt bloed toch waar het niet gaan kan. Soms heeft het een zetje nodig waarbij de hulp van succesvolle en inspirerende coaches enorm kan helpen. Je kunt contact met mij opnemen voor een gratis brainstormsessie of strategiegesprek waarin ik je verder kan helpen om van A naar B te komen.

Investeren in jezelf is de belangrijkste investering die je ooit kunt doen ~Warren Buffett

Over de auteur

Monique Appels haar passie is honden en ondernemen. Deze twee zijn uitstekend te combineren en haar missie is dan ook om de zelfstandige ondernemer in de hondenbranche te laten ontdekken hoe succesvol te worden.

Ondernemen doet Monique al ruim 20 jaar. Zij startte een marketingadviesbureau en had daarna een opleidingsinstituut voor 50-plussers.

Sinds 2001 is zij aan het hondernemen. Zo had Monique een hondenuitlaatdienst, meerdere hondenscholen, een gedragstherapiepraktijk en verkocht zij natuurlijk hondenvoer. Ook was zij een jaar lang hoofdredacteur van LosVast, een magazine voor instructeurs.

Monique is opgeleid als instructeur en gedragstherapeut maar richt zich sinds 2013 volledig op het begeleiden van ondernemers in de hondenbranche.