

**e-werkboek**

# **Ondernemen met Bezieling**

**Acht stappen naar een bloeiend bedrijf**



**Simone Nijboer**

# Ondernemen met bezieling

**Je hebt een opleiding tot coach, therapeut of counselor voltooid en wilt een eigen praktijk of bedrijf opbouwen.**

Of misschien heb je een ander creatief vak, dat je graag wilt uitoefenen. Wellicht ben je tektschrijver, adviseur, of heb je expertise op een ander (dienstverlenend) gebied waarvan je zelf nauwelijks weet hoe je het moet omschrijven!

Hoe dan ook: je wilt een eigen bedrijf. Maar je ervaart het als moeilijk om cliënten of klanten te vinden, ook al ben je nog zo gemotiveerd. Je vraag is: 'Hoe pak ik het aan? Hoe geef ik vorm aan datgene wat mij bezielt?'



Zelfstandig een onderneming voeren is bij uitstek een terrein waarop je zelf enorm kunt groeien. Een eigen bedrijf daagt je op verschillende fronten uit. Je komt je innerlijke tegenkrachten tegen: 'dat durf ik nooit', 'ik ben nog lang niet ver genoeg', 'ik sta voor gek'. Met deze tegenkrachten moet je leren omgaan. Het zelfstandig ondernemerschap zet daarmee intensieve persoonlijke processen in gang. Dat is soms confronterend, maar vooral ook heel erg inspirerend!

Met dit werkboek in de hand ga je de acht stappen van de ondernemerscirkel doorlopen: Inspiratie, Afbakening, Visie, Aanbod, Verbinding, Verkoop, Productiviteit en Herbronning. Bij elke stap in de cirkel sta je even stil, en kun je de bijbehorende vragen beantwoorden. Al doende krijg je inzicht in hoe je jouw bedrijf meer tot bloei kunt laten komen.

Ik wens je heel veel plezier met dit werkboek!

Mocht je vragen hebben, schroom niet, en laat het me horen...



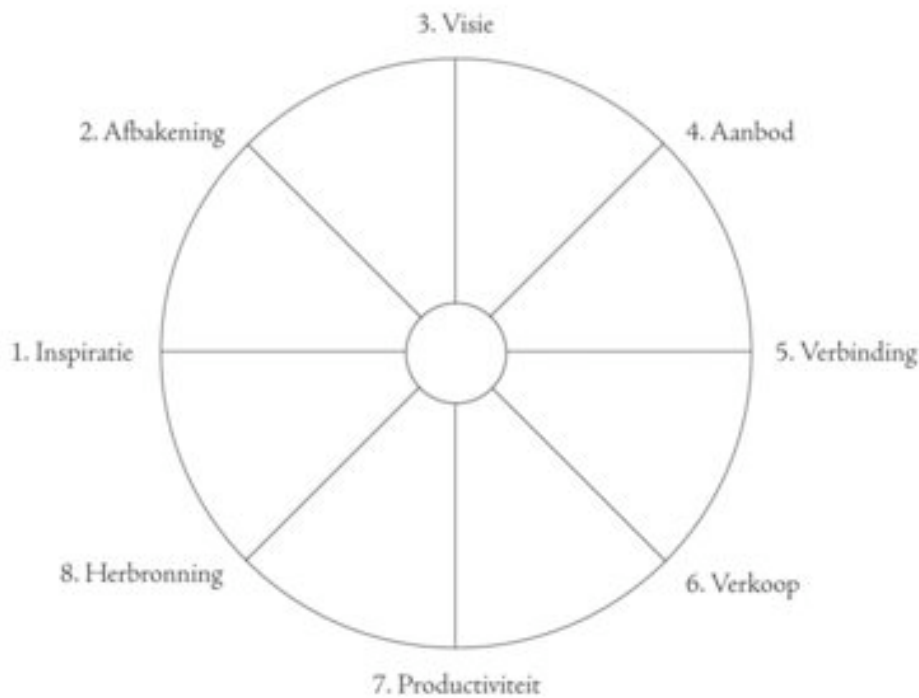
**Simone Nijboer**

[www.simonenijboer.nl](http://www.simonenijboer.nl)  
[info@simonenijboer.nl](mailto:info@simonenijboer.nl)  
030-8900173

## De acht stappen van de ondernemerscirkel

Om overzicht te scheppen in wat er nodig is voor het opzetten van een bloeiend bedrijf heb ik de ondernemerscirkel ontwikkeld. In mijn boek 'Ondernemen met Bezieling (Uitgeverij Ten Have, 2012) bespreek ik deze cirkel tot in detail. (Via mijn website [www.simonenijboer.nl](http://www.simonenijboer.nl), kijk onder het kopje 'Boek', kun je een voorproefje van dit boek aanvragen.)

Dit zijn in het kort de acht stappen:



1. **Inspiratie.** Volg je hart en gebruik je talent. Dan kun je het beste van jezelf aan je klant geven en optimaal genieten van je werk.
2. **Afbakening.** Richt je op een beperkte groep mensen, zodat jij je energie kunt bundelen en contact kunt maken met je potentiële klanten.
3. **Visie.** Houd duidelijk voor ogen wat jij voor je klant wilt betekenen en hoe je dat precies wilt doen. Dit geeft helderheid voor de klant en richting aan jezelf.
4. **Aanbod.** Definieer een concreet en helder aanbod, zodat je klant daadwerkelijk een dienst of product van jou kan afnemen.
5. **Verbinding.** Breng jouw aanbod met regelmaat onder de aandacht van je klant, zodat hij of zij je leert kennen en vertrouwen.
6. **Verkoop.** Verkoop van jouw product(en) aan de klant zorgt voor continuïteit in je bedrijf.
7. **Productiviteit.** Ontwikkel een goed ritme zodat je orde scheidt in je praktische werkzaamheden. Dan krijg je veel gedaan en put je jezelf niet uit.
8. **Herbronning.** Neem regelmatig rust en ruimte voor jezelf, zodat je weer terugkeert naar je bronnen. Zo blijf je geïnspireerd en in contact met je diepere wezen.

## Het lege midden van de ondernemerscirkel

De cirkel heeft een centrum, het lege midden. Dit lege midden staat voor de bron waar je steeds weer uit kunt putten. Waar de acht aspecten van het ondernemerschap in het horizontale vlak liggen, de dimensie van het dagelijks bestaan, staat het lege midden voor de verticale dimensie, de verbinding tussen jou en je bezieling. Door steeds welbewust tijd te maken voor herbronning (stap 8), blijf je geworteld in de verticale dimensie. Je ondernemerschap en je bezieling raken zo steeds steviger met elkaar verweven.

Je kunt dat lege midden allerlei namen geven. Misschien noem je het God, het Ene of Zijn. Maar je kunt het ook creativiteit noemen, of flow, vertrouwen, of de levensstroom. Of je laat het open, onbenoemd.

Het rustpunt van je ondernemerschap ligt precies in het midden, op het snijpunt van de ondernemerscirkel en die verticale dimensie: met je voeten op de aarde, geworteld en verankerd in het dagelijks bestaan, maar steeds in verbinding met je bronnen. Van daaruit kun je doen wat je bedrijf op dat moment van je vraagt: naar binnen keren of juist naar buiten treden, abstract denkwerk verrichten of juist concreet aan de slag gaan.



## Stap 1: Inspiratie

*Volg je hart en gebruik je talent. Dan kun je het beste van jezelf aan je klant geven en optimaal genieten van je werk.*

Het scheppingsproces van een nieuwe praktijk of een nieuw bedrijf begint bij Inspiratie. Diep van binnen ervaar je de roeping om vanuit jouw *spirit* een ander mens te ondersteunen bij zijn ontwikkeling. Voor een bloeiend bedrijf is het belangrijk om deze inspiratie te volgen. Als je doet wat je het liefste doet, straalt daar een authentieke bevlogenheid van af, die je energie geeft. Dit zorgt ervoor dat jij cliënten kunt aantrekken en inspireren. Je bent als vanzelf overtuigend, want je doet immers datgene waarin je echt gelooft.

De kunst is om allereerst te gaan herkennen en verwoorden wat je bezielt. Dit is soms een hele klus. Want 'Inspiratie' gebruikt graag grote woorden... ;-)  
Zodra die grote woorden klinken, staan de innerlijke tegenkrachten al in slagorde klaar om commentaar te leveren: 'wie denk jij wel niet dat je bent?'



Als je je Inspiratie wilt gaan verwoorden, kun je eens een tijd mijmeren over de volgende vragen: wat fascineert je al je hele leven lang mateloos? Wat heb je in overvloed te geven? Wat doe jij als vanzelf voor je medemens en voor de maatschappij? Waar gaat je aandacht als vanzelf naar uit? Wat deed je als kind al graag?

### Vraag 1a:

Waar ligt jouw inspiratie?

Probeer in maximaal één zin te formuleren wat jij het allerliefste zou willen bijdragen aan deze wereld.

### Vraag 1b

Is jouw Inspiratie in overeenstemming met datgene wat je in je bedrijf aanbiedt?  
Worden jouw diensten als het ware gesteund door jouw roeping?

(Omcirkel een getal tussen de 1 en de 10. Een 1 betekent: Helemaal niet. Een 10 betekent: Jazeker, helemaal).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## Stap 2: Afbakening

*Richt je op een beperkte groep mensen, zodat jij je energie kunt bundelen en contact kunt maken met je potentiële klanten.*

In de tweede fase ga je je werkerrein afbakenen. Dit doe je door een niche te kiezen: een beperkte groep klanten of cliënten met een bepaald type probleem. Je richt je dus niet meer op iedereen maar op een specifieke groep. Van die hele grote taart van alle mensen die er maar bestaan kies je dat ene stuk. Zo wordt het een stuk makkelijker de aandacht van die groep potentiële klanten te vangen. Het kiezen van een niche maakt je herkenbaar voor je publiek.

Als jij je bijvoorbeeld als coach richt op volwassenen met autisme, heb je een heldere niche. Als je relatietherapie geeft aan homo/lesbische stellen ook. Je bent niet meer 'zo maar een counselor', je ontwikkelt je tot een specialist. Je kent de leden van een bepaalde groep door en door en je kunt hen fundamenteel verder helpen.



En vraag je vervolgens af: waar zit bij mijn ideale klanten de pijn? Waar liggen ze wakker van? Wat willen zij bereiken? Waar verlangen ze naar? Welk probleem hindert hen verschrikkelijk? Wat zit hen zo dwars dat het de kwaliteit van hun gezondheid, hun relaties, hun werk, hun productiviteit, hun financiële situatie of hun levensgeluk omlaag haalt?

Het kiezen van een niche is een enorm spannende stap. Dit is ook niet vreemd: je praktijk ondergaat een verandering van reactief ('Ik help iedereen die hulp nodig heeft en mij toevallig weet te vinden') naar actief ('Ik help *deze* mensen met *dit* probleem of *dit* verlangen'). Als je die stap eenmaal hebt gezet, betekent dat een enorme stap voorwaarts in de ontwikkeling van je praktijk, omdat je cliënten zich vanaf nu aangesproken zullen voelen door wat je aanbiedt.

## Wat zijn de voordelen van een goede afbakening?

- Door het kiezen van een niche wordt je bedrijf zichtbaarder en krijgt het 'smoel'. Je wordt beter te vinden op internet. Op feestjes en bijeenkomsten is het makkelijker om te vertellen over je bedrijf. Mensen onthouden makkelijker wat je te zeggen hebt, en het wordt dus ook makkelijker voor hen om mensen naar je door te verwijzen.
- Je hebt meer kans om echt een expert te worden op een bepaald vakgebied. Doordat je jezelf begrenst, kun je binnen de grenzen van jouw 'rijk' ook echt 'koning' worden. Je kunt alles lezen wat los en vast zit over het soort probleem waar je in specialiseert, waardoor je aan je expertise bouwt.
- Je kunt makkelijker contact houden met je klanten. Als je een bepaalde doelgroep met een bepaald probleem kiest, is het makkelijker om de plekken waar ze zich ophouden (virtueel of in het echt) te bezoeken. Denk aan internetfora of bijeenkomsten van bepaalde groepen.
- Het is makkelijker om een weblog of nieuwsbrief (daarover later meer) te schrijven voor een bepaalde doelgroep, omdat je nu artikelen kunt schrijven voor een groep mensen die daar ook echt behoefte aan heeft.

Ook al is het lastig om te bedenken wat nu daadwerkelijk jouw niche zal gaan worden, het is goed om te beseffen dat dit een wezenlijke stap is in de ontwikkeling van je bedrijf. Zolang je deze stap voor je uitschuift is de kans groot dat het erg lang duurt voordat je bedrijf tot bloei komt.

### Vraag 2a:

Hoe specifiek is de groep op wie jij je op dit moment richt?

(Omcirkel een getal tussen de 1 en de 10. Een 1 betekent: Iedereen is welkom. Een 10 betekent: ik heb een concrete, specifieke doelgroep).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**Vraag 2b:**

Stel dat je nog niet zo'n specifieke doelgroep hebt (je hebt op de vraag hierboven een zes of lager gescoord), welke groep mensen zou jij dan graag als klantenkring willen? Met wat voor mensen werk je graag? Misschien is het je meteen helder, maar je kunt ook brainstormen en een flinke lijst met potentiële doelgroepen aanleggen. Probeer zo concreet mogelijk te zijn.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

**Vraag 2c:**

Met wat voor soort probleem zou jij je doelgroep willen helpen?



### Stap 3: Visie

*Houd duidelijk voor ogen wat jij voor je klant wilt betekenen en hoe je dat precies wilt doen. Dit geeft helderheid voor de klant en richting aan jezelf.*

De volgende stap is het ontwikkelen van een visie op het probleem van je klant. Welke ontwikkeling zou je je klant graag door willen laten maken, en hoe zou je dat willen aanpakken?



Je hebt al veel impliciete kennis en ervaring in je bagage: wat is daadwerkelijk jouw kennis en expertise, jouw toegevoegde waarde? Wat maakt jouw aanpak zo uniek? Welke stappen moet jouw klant met zijn probleem doorlopen om tot een verbetering

in zijn situatie te komen? Of met welke aandachtsgebieden wil jij de klant in elk geval in contact laten komen? Kijk of je daarin structuur ontdekt. Loop door je boekenkast en inventariseer wat je allemaal heeft geïnspireerd. En merk daarbij ook op welke invalshoeken je eigenlijk minder interessant vindt. Die kun je dan welbewust loslaten. Alles wat je geleerd hebt, gooi je door een grote zeef. Alleen wat echt 'eigen' is geworden blijft achter in de zeef. Zo groei je langzamerhand uit tot een autoriteit – iemand die echt een authentiek verhaal te vertellen heeft.

#### Vraag 3a

Wat heeft jouw klant nodig om tot oplossing van zijn probleem te komen?

Welke stappen zou jij je klanten willen laten zetten?

## Stap 4: Aanbod

*Definieer een concreet en helder aanbod, zodat je klant daadwerkelijk een dienst of product van jou kan afnemen.*



In de vierde fase vertaal je het probleem van je klant in een concreet aanbod, dat voor de cliënt aantrekkelijk en behapbaar is. De meeste coaches hebben bijvoorbeeld slechts één soort aanbod, namelijk individuele gesprekken. Hoe waardevol deze vorm ook is, soms is het voor klanten een te grote stap om hierom in te gaan. Individuele coaching is namelijk tijdsintensief, en daarom relatief duur.

Het is daarom van belang om meer lagen aan te brengen in je aanbod, waaronder ook relatief goedkoper aanbod. Coaches kunnen hierbij denken aan groepscoaching, zelfstudiepakketten, e-coaching, e-books, workshops, studiedagen enzovoort. Deze vormen van aanbod kunnen wat minder duur zijn dan individuele begeleiding, en op die manier kunnen potentiële klanten die jou nog niet goed kennen of weinig budget hebben op een laagdrempelige manier met jou kennis maken. Het is geen kwestie van óf-óf, maar én-én. Bevalt een wat minder dure vorm van aanbod je cliënt goed, dan is de stap om duurder aanbod van je af te nemen veel minder groot. Ook kun je vormen van aanbod combineren. Zo kun je een groepstraject bijvoorbeeld combineren met enkele individuele gesprekken.

Speciale aandacht verdient het aanbieden van gratis aanbod. Ik raad elke dienstverlener aan om in elk geval één vorm van gratis aanbod te ontwikkelen, bij voorkeur in een downloadbare vorm, zoals een gratis artikel in de vorm van een e-book of enkele gratis oefeningen op mp3. Zie het als een soort proeverij, zodat de cliënt heel laagdrempelig kan kennismaken met jouw expertise en manier van werken.

### Vraag 4a

Welke vormen van aanbod heb je nu in je bedrijf?

Welke vormen van aanbod zou je willen gaan ontwikkelen?

## Stap 5: Verbinding

*Breng jouw aanbod met regelmaat onder de aandacht van je klant, zodat hij of zij je leert kennen en vertrouwen.*

Als je je aanbod helder hebt, kun je ermee naar buiten gaan treden. Je gaat verbinding zoeken met potentiële klanten en met hen communiceren. Dit is het gebied van de marketing. Je brengt je verhaal onder de aandacht van je cliënt op een manier die bij je past. Zo'n authentieke manier van marketing is interessant en inspirerend voor je cliënt. Door vrijuit te geven van jouw kennis en inspiratie bouw je een band op met potentiële cliënten die in jouw werk geïnteresseerd zijn, en baan je de weg voor hen om klant van jou te worden.



Dit kan bijvoorbeeld door ervoor te zorgen dat er op jouw website veel interessants en inspirerends te vinden is. Het regelmatig publiceren over jouw dienst en alles wat daarmee samenhangt op een weblog is daarvoor een goede mogelijkheid. Ook kun je actief en inspirerend aanwezig zijn op de sociale media Facebook, Twitter of LinkedIn. Ergens in je gehoor bevindt zich altijd wel een wildvreemde, wiens interesse gewekt is door jouw verhaal: het gaat precies over waar hij mee zit.

Een goede manier om een stevige basis voor een interessant weblog en een inspirerende nieuwsbrief te leggen is het schrijven en publiceren van artikelen. Maar je kunt ook kiezen voor andere vormen zoals gesproken tekst (in de vorm van bijvoorbeeld podcasts of teleseminars), of video. Als het maar duidelijk wordt dat jij over de expertise beschikt die jouw ideale cliënt nodig heeft om geholpen te worden.

### **Publiceren heeft heel veel voordelen:**

- Door te publiceren kun je je cliënten al vast op weg helpen nog voordat ze klant bij je zijn. Daarmee bouw je vertrouwen in jou en je dienst op. Het is dan wel belangrijk dat je informatie geeft waar mensen echt iets aan hebben, en dat ze niet alleen een reclamepraatje krijgen.
- Mensen kunnen jouw artikelen of filmpjes doorsturen naar elkaar, en je zo een grotere bekendheid geven.
- Je kunt je artikelen meesturen met je nieuwsbrief (daarover later meer), waardoor je op regelmatige basis je potentiële cliënten iets van waarde te bieden hebt.
- Door te publiceren leer je verwoorden wat je nu eigenlijk te bieden hebt. Vaak zit al je vakkundigheid impliciet ergens in je achterhoofd. Als je die ook expliciet gaat formuleren naar je potentiële klanten helpt dit om aan je cliënten uit te leggen waarom ze bij jou moeten komen.

- Publiceren maakt creatief. Door je ideeën en expertise te publiceren kom je soms op heel andere ideeën, en leg je andere verbanden.
- Publiceren maakt je werk zichtbaar. Veel vormen van dienstverlening, zoals coaching of therapie kun je niet 'vastpakken' zoals een brood bij de bakker. Maar een artikel dat mensen kunnen lezen en herlezen maakt je werk 'tastbaarder', en dat is belangrijk in de wat minder tastbare beroepen.



## Schrijven

Ook al kies je uiteindelijk voor een andere vorm van publiceren, het schrijven van artikelen is goed als basis om je ideeën en expertise aan je doelgroep uit te leggen.

Maar schrijven is voor veel mensen een grote stap. Een paar tips:

- Begin klein. Je hoeft niet meteen een artikel in een vaktijdschrift te schrijven. Een klein stukje van 400 woorden, of een A4-tje is prachtig. Juist als je je artikelen op het web publiceert (bijvoorbeeld op je eigen weblog) is het goed als ze niet te lang zijn.
- Maak een afspraak met een collega die ook wil gaan schrijven, stel een deadline vast en laat elkaar je stukken lezen.
- Schrijven gaat steeds makkelijker als je het vaker oefent. Begin er dus gewoon aan. Aanvaard de angst en de stress en de negatieve gedachten die er nu eenmaal bij komen kijken en begin! De tekst hoeft niet meteen goed te zijn, dat komt later wel.
- Zet een wekkertje op 20 of 30 minuten (experimenteer wat voor jou een prettige schrijfduur is). Schrijf die tijd gewoon door. Dit helpt tegen oeverloos lang doorgaan, maar ook tegen niet beginnen of het te gauw opgeven.
- Schrijf je in eerste instantie helemaal leeg. Alles wat er in je opkomt schrijf je op. Ook negatieve gedachten als 'waar slaat dit allemaal op', 'dit gaat nergens over' schrijf je gewoon op. Als je maar blijft schrijven.
- Als je totaal blokkeert kan het helpen om het verhaal dat je wilt opschrijven aan iemand anders te vertellen. Laat de andere eventueel vragen stellen. Hou een dictafoon bij de hand en neem je verhaal op. Luister het daarna af en schrijf naar aanleiding van de opname je verhaal. Het komt vaak voor dat mensen die een prachtig verhaal hebben totaal blokkeren zodra ze voor een beeldscherm zitten. Als ze 'gewoon' hun verhaal kunnen vertellen stroomt het er soms zonder één aarzeling uit.

- Houd een boekje bij (of maak een folder in je computer) waar je ideeën en invallen voor artikelen kunt noteren. Zo hoef je niet elke keer als je weer wilt gaan schrijven opnieuw het wiel uit te vinden.
- Richt je tot die ene ideale lezer uit jouw doelgroep, die jouw stuk weet te waarderen. Zo voorkom je dat je tekst vlak, saai of verdedigend wordt.

### Vraag 5a

Wat zijn onderwerpen (gericht op jouw doelgroep) waarover je graag eens zou willen schrijven?

1

2

3

4

5

### Nieuwsbrief

Een heel belangrijk onderdeel van het opbouwen van een bloeiende praktijk, is het houden van contact met je potentiële cliënten. Het publiceren van een nieuwsbrief is een prachtige mogelijkheid om een vaste e-maillijst met potentiële geïnteresseerden op te bouwen. Het gratis aanbod dat je in stap 4 hebt ontwikkeld is hierbij van groot belang, dit kun je namelijk gaan gebruiken als welkomstcadeautje. Via je nieuwsbrief kun je potentiële cliënten met regelmaat inspireren met je know-how en expertise. Zijzelf bepalen wanneer het moment daar is dat ze daadwerkelijk met je in zee willen, en jouw dienst willen afnemen.

### Waarom is zo'n nieuwsbrief zo belangrijk?

- Mensen 'kopen' niet zomaar jouw dienst. Je moet in het algemeen eerst vertrouwen opbouwen dat jij werkelijk iets te bieden hebt, dat hen substantieel verder kan helpen. Daarvoor moeten ze op meerdere momenten contact met jou en jouw dienstverlening hebben, en misschien al een beetje geholpen zijn door de artikelen die je schrijft. Een nieuwsbrief geeft je de gelegenheid mensen te informeren, te inspireren en te helpen nog voordat ze jou ooit hebben gezien.
- Een nieuwsbrief geeft je de gelegenheid om te bouwen aan een bestand van geïnteresseerde potentiële cliënten. Op het moment dat ze echt toe zijn aan het daadwerkelijk in de arm nemen van iemand die hen kan helpen, heb je al een band opgebouwd. Dan is de kans groot dat ze contact met jou opnemen.



### **Heel belangrijk:**

- Een nieuwsbrief die alleen maar 'reclame' bevat is ontzettend saai voor je lezers, en gaat al snel irriteren. Alleen als je daadwerkelijk je potentiële cliënten iets geeft door een waardevol, interessant of inspirerend artikel aan te bieden zullen de lezers jouw nieuwsbrief waarderen.
- Ook is het noodzakelijk dat je lezers zich vrijwillig hebben ingeschreven, en zich op elk moment op een drempelloze manier kunnen afmelden. De anti-spam-wetgeving is streng op dit terrein, en terecht. Je mag niet zomaar zonder toestemming mensen aan je lijst toevoegen, ook geen vrienden en bekenden.

### **Vraag 5b**

Zou jij een nieuwsbrief willen starten?

Hoe vaak zou je die willen laten verschijnen?



## Stap 6: Verkoop

*Verkoop van jouw diensten en producten aan de klant zorgt voor continuïteit in je bedrijf.*



Zodra dat moment gekomen is gaat de cliënt je aanbod aannemen, zich met jou verbinden tot een samenwerking, en je daar vervolgens ook voor betalen.

De praktijk leert dat het vaststellen van prijzen en je laten betalen voor je diensten voor veel bezielde ondernemers een moeilijke aangelegenheid is. Juist

idealistische en bevlogen mensen verhouden zich moeizaam tot het verdienen van geld met hun werk.

Voor het tot bloei komen van je praktijk is het echter hard nodig, want met te lage inkomsten loopt de continuïteit van je bedrijf gevaar. En zonder continuïteit kun je niet datgene doen wat je het allerliefst wilt: werken vanuit je bezieling.

Daarom is dit ook de fase waarin je je verhouding tot geld onderzoekt, en een realistisch overzicht maakt van hoeveel geld je nodig hebt om van te leven, je bedrijf financieel gezond te houden en je werk op een duurzame manier te kunnen doen. Als je eenmaal prijzen hebt vastgesteld die geworteld zijn in je financiële realiteit, helpt dit je om goed beslagen het verkoopgesprek in te gaan.

### Vraag 6a

Hoe is het voor jou om je te laten betalen voor je diensten?

### Vraag 6b

Heb je het gevoel dat je je prijzen te laag, te hoog of juist precies goed vaststelt?



## Stap 7: Productiviteit

*Ontwikkel een goed ritme zodat je orde scheidt in je praktische werkzaamheden. Dan krijg je veel gedaan en put je jezelf niet uit.*

Zelfstandig ondernemerschap betekent een veelheid aan taken op je bord. Niet alleen is er het inhoudelijke werk met je klanten, ook moet je steeds tijd vinden voor het ontwikkelen van nieuw aanbod, voor het werken aan je marketing en voor allerlei andere dagelijkse ondersteunende taken, zoals administratie.



Het is verleidelijk om dingen waarvan je niet goed weet hoe je ze aan moet pakken uit te stellen. Of om heel erg druk bezig te zijn met allerlei kleine, ogenschijnlijk urgente dingen, die je afhouden van wat je werkelijk te doen staat.

Productiviteit betekent het werk dat je te doen hebt ook daadwerkelijk doen, maar op een ontspannen manier. Ritme, overzicht en een heldere structuur in je werk zijn hierbij noodzakelijk. Kies uit de plannen die je hebt gemaakt in stap 4 en 5 een beperkt aantal projecten, waar je je de komende tijd ook echt aan gaat verbinden. Het goed in kaart brengen van de acties die bij elk project horen helpt je om gestaag aan je projecten te werken. Door je werk goed te plannen en door rust en regelmaat in te bouwen ben je productief zonder jezelf voorbij te hollen.

### Vraag 7a:

Wat zijn acties die je al een hele tijd loopt uit te stellen?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

### Vraag 7b:

Aan welke projecten wil je je de komende tijd echt verbinden? Wat voor (eind)datum koppel je eraan?

### Accountability

Wil je de noodzakelijke stappen in je bedrijf gaan zetten, dan is accountability heel belangrijk. Accountability betekent zoiets als 'rekenschap afleggen'. Je zoekt één of meerdere mensen om je heen, die met hetzelfde proces bezig zijn, en jouw onzekerheid, uitstelgedrag en stress herkennen. Als je zo iemand niet kent, zoek dan tenminste één *sparring partner*, met wie je regelmatig over je bedrijf praat, en die jou scherp houdt en uitdaagt tot het nemen van stappen.

Zulke maatjes kunnen je enorm stimuleren om stappen te nemen die je in je eentje niet of veel moeilijker zou nemen:

- Waar je in je eentje veel te lang blijft tobben over bepaalde stappen, kunnen maatjes je stimuleren om knopen door te hakken.
- Maatjes kunnen het moeilijker voor je maken om onder gezamenlijk gemaakte afspraken en deadlines uit te komen. Als je met elkaar afspreekt om voor een bepaalde datum een bepaalde stap te zetten, voel je veel meer verantwoordelijkheid naar je maatjes om de stap ook daadwerkelijk te zetten. Het wordt moeilijker verteerbaar voor jezelf om de deadline te negeren.
- Maatjes kunnen je helpen om wat realistischer naar de werkelijkheid te kijken. Waar jijzelf op een gegeven moment alleen nog maar leeuwen en beren op de weg ziet, helpen maatjes je om de zaken weer wat meer in perspectief te zien.
- Maatjes kunnen je teksten lezen (en jij die van hen). Waar jij een blinde vlek hebt kunnen zij je corrigeren, en vice versa.
- Maatjes zorgen voor de broodnodige collegialiteit en gezelligheid, die je hard nodig hebt als je zelfstandig een bedrijf voert, en niet dagelijks collega's om je heen hebt.
- En omdat je elk je eigen doelgroep en niche hebt gekozen, is de kans niet zo groot dat je een directe concurrent van elkaar bent (wat wél het geval is als je bedrijf of praktijk op het principe van 'voor elck wat wils' gestoeld is...).



**Vraag 7c**

Wie zou jij graag als jouw sparringpartner(s) willen kiezen?

Hoe kun je eventueel op een andere manier voor *accountability* zorgen?

## Stap 8: Herbronning

*Neem regelmatig rust en ruimte voor jezelf, zodat je weer terugkeert naar je bronnen. Zo blijf je geïnspireerd en in contact met je diepere wezen.*

In de natuur is het evenwicht tussen inspanning en ontspanning goed geregeld. Elke uitademing wordt vanzelf gevolgd door een inademing. Na een dag volgt er een nacht. Nadat het fruit in de nazomer van de bomen is geplukt, volgt er in de herfst een tijd waarin het oude blad afvalt en tot humus kan vergaan. Na een periode van schijnbare doodsheid kan er vervolgens weer nieuw groen ontluiken.



Ook in een eigen bedrijf praktijk is het nodig om van tijd tot tijd uit te rusten en nieuwe energie en inspiratie op te doen voor de volgende cyclus. Dit is de tijd van herbronning, en van een goede zorg voor lichaam en ziel.

Elke werkdag kun je momenten van rust inplannen. Dat kan al door bijvoorbeeld elke 45 à 60 minuten even een kleine adempauze te nemen. Maar ook in de tijdsspanne van een week, maand of jaar kun je een ritme ontwikkelen voor herbronning. Steeds opnieuw kun je je verbinden met de diepe bron van waaruit je je werk wilt doen, zodat je met nieuwe inspiratie weer aan het werk kunt.

### Vraag 8a

Hoe zorg jij op dagelijkse basis voor herbronning?

Hoe ziet jouw dagritme eruit?

Hoe zou je willen dat je dagritme eruit ziet?

## En zo is de cirkel weer rond

Keer op keer kun je de cirkel rondgaan, en in de loop van de tijd ontwikkel je steeds meer je eigen stem en kracht. Het tot bloei brengen van je bedrijf is dus een cyclisch, organisch proces. Je hoeft het niet allemaal in één keer op wilskracht voor elkaar te boksen: je zet telkens weer een stap, en bij elke cirkelgang kun je weer bijstellen en verdiepen. Hoe verder je praktijk groeit, hoe meer expertise je vergaart, hoe meer 'smoel' je bedrijf krijgt en hoe meer zelfvertrouwen je ontwikkelt. Jij groeit en je praktijk groeit mee!



## Wil je meer lezen?

Ik schreef het boek 'Ondernemen met bezieling' voor mensen die creatief en bevolgen zijn, spiritueel geïnteresseerd en (veelal) introvert. Mensen voor wie het ondernemerschap soms een behoorlijke uitdaging vormt – maar die hun ei niet (meer) kwijt kunnen (of willen) in een baan in loondienst.

Hoe kan spiritualiteit een bron zijn waar je steeds weer uit kunt putten? Hoe geef je in de taaie dagelijkse werkelijkheid vorm aan je gedrevenheid? Hoe blijf je met twee voeten op de grond, en hoe houd je vertrouwen en moed als het tegenzit? Hoe bouw je een bloeiend bedrijf, waarmee je je talent in de wereld zet, de wereld mooier en kleurrijker maakt, en van dag tot dag plezier hebt in je werk? Daarover gaat mijn boek 'Ondernemen met bezieling'. Het is te bestellen bij (o.a.) bol.com , en je kunt op mijn website (onder het kopje 'boek' een gratis voorproefje aanvragen.



Nijboer, Simone (2012) *Ondernemen met bezieling*. Ten Have, Utrecht.



## Nawoord

Ik hoop dat je inspiratie hebt kunnen putten uit dit e-werkboek. Als je behoefte hebt om op een gestructureerde manier aan de slag te gaan met de in dit e-book genoemde ideeën en strategieën, dan ben je van harte welkom in een van mijn trainingsprogramma's.

In deze programma's ga je samen met een kleine groep en mijzelf actief aan de slag. Gedurende het programma neem je concrete stappen in de ontwikkeling van je praktijk, waarbij je feedback krijgt, ondersteund wordt en scherp gehouden wordt. Zo leg je de basis voor een bloeiend en bezielde bedrijf. De programma's starten met enige regelmaat. Kijk voor meer informatie op [www.simonenijboer.nl](http://www.simonenijboer.nl) onder het kopje 'Aanbod'.

Wil je liever één-op-één met mij in gesprek, dan kan dat vanzelfsprekend ook! Ook daarvoor vind je onder 'Aanbod' meer informatie.

Als je dit e-book via iemand anders hebt gekregen, en je ontvangt nog niet de nieuwsbrief met informatie en inspiratie bezielde ondernemers, dan kun je je abonneren via [www.simonenijboer.nl](http://www.simonenijboer.nl).

Ik wens je heel veel succes met het tot bloei brengen van je bedrijf!

hartelijke groet,

**Simone Nijboer**

[www.simonenijboer.nl](http://www.simonenijboer.nl)  
[info@simonenijboer.nl](mailto:info@simonenijboer.nl)  
030-8900173



p.s. Mocht je willen reageren op dit e-book, (of ontdek je hier of daar een (typ)fout) ,dan stel ik dat zeer op prijs! Mijn e-mail-adres is [info@simonenijboer.nl](mailto:info@simonenijboer.nl).



## Verantwoording foto's

www.flickr.com, onder een Creative Commons License

### **Fotografen:**

schilderij van Jasper Johns (Target): Cliff 1666

passiebloem: santimb

kaars: kkalyan

taart: Unhindered by Talent

indiaas stalletje: Meanest Indian

handen: Eva the Weaver

geld: o\_corgan

klok: moonrhino

appel: Chris Campbell