

Het zit in de genen

Wat maakt iemand tot een echte ondernemer? En zijn die eigenschappen aangeboren of kun je ze aanleren? Die vragen beantwoordt Josette Dijkhuizen in haar boek *Het ondernemersgen: heb jij het ook in je?* Daarin toetst ze ook twintig succesvolle ondernemers op hun 'O-Genen'.

OM MAAR METEEN met de deur in huis te vallen: hét ondernemersgen bestaat niet. Josette Dijkhuizen, auteur van het boek *Het ondernemersgen*: 'Op basis van literatuurstudie onderscheid ik in mijn boek twaalf competenties, in mijn boek "O-genen" genoemd, die je in staat stellen om een succesvol ondernemer te worden. Die twaalf competenties zijn slechts deels aangeboren. Het resterende deel kun je zelf ontwikkelen. Daaruit volgt dat je dus niet per se als ondernemer geboren hoeft te worden om succesvol te zijn. Het ondernemerschap is aan te leren, mits je beschikt over de juiste eigenschappen. Het is daarom mijn stellige overtuiging dat de persoon bepalend is voor het succes van het bedrijf. Elk hoofdstuk in het boek sluit ik af met enkele vragen. Door die te beantwoorden kun je leren of je over de vereiste vaardigheden beschikt en welke je sterke en zwakkere punten zijn.'

Welke van die ondernemerscompetenties zijn het meest belangrijk? 'Uit mijn onderzoek en uit de gesprekken met twintig succesvolle ondernemers voor dit boek komt een top-3 naar

voren van respectievelijk visie, durf en doorzettingsvermogen. Visie om te weten waar je naar toe gaat, durf om het te gaan doen en doorzettingsvermogen om het vol te houden en om tegenslagen te overwinnen. Die drie eigenschappen tref je aan bij alle succesvolle ondernemers. Ze weten heel duidelijk wat ze willen, hoe de branche zich ontwikkelt en welke rol zij daarin kunnen en willen spelen. Dat geldt zowel voor grote als voor kleine ondernemers. Ze hebben ook de durf en de daadkracht om het uit te voeren. Klinkt logisch, maar we kennen allemaal wel mensen in onze eigen omgeving die alleen maar blijven dromen en nooit iets doen.

Ben je eenmaal bezig, dan komt het aan op doorzetten. Bij geslaagde ondernemers zien we enkel het succesverhaal en de prijzen die ze winnen. Wat we niet zien is dat ze elke dag keihard hebben moeten knokken

'Ben je eenmaal bezig, dan komt het aan op doorzetten'

om hun doel te bereiken. We zien niet de tegenslagen waarmee ze geconfronteerd werden. Want ook zij stoten wel eens hun neus en gaan soms hard onderuit. Hun kracht is dat ze weer opstaan, ervan leren en doorgaan.'

In welke eigenschap onderscheiden ondernemers zich van niet-ondernemers? 'Daar is veel onderzoek naar gedaan. In het algemeen tonen ondernemers veel meer prestatiegerichtheid dan niet-ondernemers. Wim van der Leegte zegt in mijn boek: "ik heb een enorme wil om te winnen." Die prestatiedrang is nodig om je ambities te realiseren. Verder kiest een ondernemer voor het nemen van risico's en accepteert hij de onzekerheid die daarbij hoort. Een manager bijvoorbeeld heeft dat veel minder; die kiest voor zekerheid.

Mijn advies aan ondernemers: kies voor een aanpak die bij jou past en waar je je prettig bij voelt. Laat je daar niet van afbrengen omdat anderen een afwijkende aanpak hebben. Ondernemers als Jan des Bouvrie, Reynier van Bommel en Peter Swinkels doen niet aan marktonderzoek, terwijl dat voor Marc Schröder juist heel

belangrijk is. Ieder voor zich hebben ze gelijk. Rahma el Mouden van MAS Dienstverleners vertelt dat ze altijd beslist op basis van intuïtie. Dat lijkt misschien riskant, maar haar intuïtie is gebaseerd op grondige kennis van de markt en jarenlange ervaring. Daarom kan zij dat doen. Ze is niet voor niets ooit gekozen tot zwarte zakenvrouw van het jaar.'

Wat zijn veel voorkomende fouten die ondernemers maken? 'Eén daarvan is het niet durven maken van keuzes. Vooral als de zaken wat minder gaan, willen sommige ondernemers er van alles bij gaan doen. Maar daarvoor ben je niet meer herkenbaar. Durf te kiezen en blij achter die keuze staan. Dat heeft ook weer te maken met visie; weten waar je naar toe wilt. Als een extra activiteit aansluit bij je bedrijfsidee, dan is dat geweldig. Maar sluit het niet aan, dan lukt het niet. Bij startende ondernemers zie je soms een gebrek aan realiteitszin. Ze beginnen zonder voldoende financiële buffer, met de overtuiging binnen een paar maanden na de start al een redelijk inkomen te verdienen. Dan kan de realiteit hard aankomen.

Zelfoverschatting komt ook nogal eens voor. Denken dat je alles zelf kunt, niet openstaan voor adviezen van anderen, zoals de accountant, de bank of collega-ondernemers. Vandaar dat zelfreflectie ook een belangrijk O-Gen is. Kijk af en toe kritisch naar jezelf. Weet wat je wel en niet kunt. Haal mensen om je heen die op bepaalde aspecten beter zijn dan jij. Dat kunnen externe adviseurs zijn, maar ook zakenpartners of medewerkers.

Een andere valkuil is onvoldoende anticiperen. Ga er in een periode van voorspoed niet van uit dat het altijd zo zal gaan. Laat je niet verrassen door tegenvallers. Houd marktontwikkelingen scherp in de gaten, want de wereld om je heen verandert continu. Een van de conclusies in mijn boek is dat je altijd moet meebewegen. Wijs vernieuwingen niet meteen af. Doe je dat wel, dan kun je op een dag ontdekken dat je hopeloos achter loopt. Pas ook op dat je niet te afhankelijk bent van één klant. Het is lekker comfortabel als je een grote klant hebt, maar je bent erg kwetsbaar. Je zult de eerste niet zijn die meemaakt dat die grote klant op een dag meedeelt dat het contract niet wordt verlengd.

Josette Dijkhuizen studeerde commerciële economie, NIMA-C en Management- en Organisationswetenschappen aan de Universiteit van Tilburg. Na verschillende verkoop- en marketingfuncties in het bedrijfsleven begon ze in 2005 voor zichzelf. Nog steeds is zij betrokken bij de universiteit door haar promotieonderzoek op het gebied van ondernemerschap. Met haar bedrijf De Zakencoach begeleidt en adviseert ze ondernemers en organisaties op het gebied van ondernemerschap. Daarnaast geeft ze workshops en lezingen. Eerder schreef ze het *Startershandboek* en *Startershandboek voor inburgeraars*.

Houd daarom regelmatig contact met je klanten. Zijn ze nog tevreden? Willen ze bepaalde veranderingen en voldoet jouw produkt nog steeds aan hun wensen? Veel ondernemers hebben het zo druk dat ze heel sterk naar binnen zijn gericht. Daarbij vergeten ze de externe gerichtheid. Maar daar zit de klant en daar is de markt. Dus daar moet je aandacht liggen. Ondernemers die dat verwaarlozen, komen vroeg of laat in de problemen.' <

