

ONDERNEMEN IS FUN, ONDANKS OF DANKZIJ DE CRISIS



Foto: Pauline Seij

Zoals Annemarie van Gaal zo mooi zegt: ‘een aantal van ons zit in de ‘passieval’: tot het bittere einde vastklampen aan je passie, terwijl je die ook moet durven laten varen.’ Daar zit wat in. Als je de rekeningen niet meer kunt betalen, is het handig om alles wat zich voordoet aan te pakken. Ook al is het even niet je passie. Ik vind dat het allerlaatste redmiddel.

Zolang je nog een dak boven je hoofd hebt, er brood op de plank is, al is het minimaal belegd, dan kies ik voor:

Passievol ondernemen, ook in zware tijden.

Steeds vaker krijg ik van ondernemers de vraag: Hoe blijft ondernemen ‘fun’ ondanks de crisis? Herken je dat? Het antwoord dat echte ondernemers geven: ondernemen is ‘fun’, dankzij de crisis. In mindere tijden komt het op ondernemerschap aan. En wordt het kaf van het koren gescheiden. De vraag die we onszelf moeten stellen: hoe blijf ik bij het koren horen? Nu en continu.

PassieVitaliteit

Ik geloof in een holistische kijk op ondernemerschap. Deze kijk gaat een stuk verder dan het volgen van je passie. Het gaat om de juiste combinatie van een aantal factoren. Ik noem dit: ‘blended business modelling’. Je kunt dit leren door het modelleren van succesvolle bedrijven en ondernemers. Zelf heb ik dat geleerd door de interviews voor mijn boek PassieVitaliteit. Hierin staan tien vuistregels, zoals het optimaal benutten van je lokale netwerk en het hebben van de juiste BHAG (Big Hairy Audacious Goal). Bijvoorbeeld de BHAG van Google: informatie overal en voor iedereen beschikbaar maken. Mijn BHAG: een passievitale wereld vol ondernemerschap en stralende mensen.

Verdienmodel

Daarnaast heb je een kloppend verdienmodel nodig. We moeten loslaten geld te willen verdienen aan één enkel business model. Het gaat om het combineren van nieuwe verdienmodellen. Dat wil zeggen dat je focus ligt op andere manieren van zaken doen dan alleen met geld als ruilmiddel. Het gaat om het betrekken van de lokale community. Graag zoom ik hier op in aan de hand van een voorbeeld in de uitgeefbranche. Met als doel dat je dit model kunt vertalen naar je eigen propositie.

Het beste idee is dat idee waar je energie van krijgt en dat daadwerkelijk wordt uitgevoerd



Beste Idee

Ik geloof niet in het beste business model. Toch bestaat volgens mij wel het beste idee. Dat is namelijk dat idee waar je energie van krijgt en dat daadwerkelijk wordt uitgevoerd. ‘Ondernemen is doen’ is niet voor niets de titel van m’n laatste boek. Heb jij een idee? Niets is te gek, want een ‘goed plan is altijd te financieren’. Dat is gelijk de BHAG van mijn bedrijf. Heb jij nog geen goed plan, dan helpen we eerst daarmee, want... een goed plan is altijd te financieren.

Advies

Mijn motto: blij passievol ondernemen. Als het dan namelijk minder goed gaat, verdien je misschien minder, maar doe je wél wat je leuk vindt en waar je goed in bent. Dit wordt uiteindelijk altijd beloond. De kans hierop is groter als je passie integreert met blended business modelling. Ik heb dit bij meerdere succesvolle ondernemers gezien die met niets zijn begonnen. Ze hebben allemaal, zoals ik dat noem, de pannenkoekentijd meegemaakt. Want die vullen zo goed en zijn zo lekker goedkoop. Dus op naar de pannenkoeken en bereidt ze met passie!

Community

In een concurrerende digitale wereld heb je een cross multimediaal verdienmodel nodig. Gewoonweg omdat de klant niet langer bereid is voor content te betalen die online gratis te vinden is. Het uitgangspunt is de betrokkenheid van de community. Ik noem dit: community publishing. Het betrekken van de community bij elke stap: al vóór de start bij het uitgeven van een boek, tijdschrift of krant. Vervolgens betrek je de klant levenslang door middel van co-creatie.

Crowdsourcing

Mijn volgende boek wil ik precies volgens dit ‘nieuwe’ verdienmodel publiceren. In tegenstelling tot mijn vorige ondernemersboeken. Zo maak ik gebruik van crowdsourcing voor het onderwerp, de titel en de inhoud. Voordat ik überhaupt begin. De volgende stap is publiceren in kranten, blogs en social media. En het zoeken naar sponsored content. De financiering kan deels door crowdfunding. Al dan niet met zeggenschap over de inhoud. Oftewel: de community bepaalt en betaalt. De interesse van eindgebruikers wordt gewekt door een deel gratis te leveren. Ook wel freemium genoemd. Daarna betalen ze alleen voor wat ze daadwerkelijk willen: pay per use. De inhoud moet lezers verleiden tot aankoop van producten of diensten. Door lucratieve affiliate links zorg je voor een rijker uitgeefmodel. Hierbij gebruik je bijvoorbeeld de layar-app. Deze app creëert digitale lagen die een brug slaan tussen papier en online content. De verschillende lagen brengen de omgeving tot leven. De informatie is hierdoor altijd actueel en overal beschikbaar. Daarnaast genereren betaalde events met gratis content of vice versa extra inkomsten. Ook wel een 360 experience genoemd.

Alleen voor moderne uitgevers die het middelpunt van de community zijn is straks nog plek. Overigens, ondanks blended business models en betrokkenheid van de community zullen de ‘oude media’ uit sentiment en traditie waarschijnlijk langer blijven bestaan dan we denken...



Vraag

Tot slot een vraag aan jou over m’n nieuwe boek. Welk onderwerp spreekt jou het meest aan? Ondernemen en ...: nieuwe verdienmodellen, seks, macht, spiritualiteit, ouderschap óf moederschap. Of toch een serie kinderboeken met verhalen en liedjes over dieren met een passie. M’n vriend vindt ‘ondernemen en seks’ wel een goed onderwerp: ‘Bij dat boek kan ik je goed helpen. Met praktijkonderzoek’. Dan is ondernemen bij ons thuis in elk geval fun, dankzij de crisis...

Laat me jouw voorkeur weten via [twitter@lorrainve](https://twitter.com/lorrainve)
Meeste stemmen gelden.

Lorraine Vesterink - De Unieke Ondernemer
www.deuniekeondernemer.nl

Foto: Pauline Seij