

Inspirerende Mini-Ondernemersgame van Lorraine Vesterink

Het lustrum van de Vecon is ideaal om kennis en ervaring uit te wisselen met docenten uit het hele land. En een bijzondere workshop zal u daarbij inspireren. Tijdens een mini-Ondernemersgame gaat u in een aantal spelrondes met elkaar aan de slag met ondernemerschap. U krijgt op verschillende manieren inzicht in de risico's maar vooral in de uitdagingen die er zijn voor (startende) ondernemers. U leert hoe u de buitenwereld meer naar binnen kunt halen én u wordt bijgepraat over de nieuwste regels rondom de wetgeving van de CE Ondernemerschap.

Lorraine Vesterink

Lorraine is eigenaar van de ondernemersgame, bestuurslid bij stichting Grijp De Buitenkans (verbindt bedrijfsleven & onderwijs) en er staan verschillende boeken over ondernemerschap op haar

naam. Haar workshop staat garant voor energie, plezier en inspiratie. Een mooie basis voor de begeleiding van studenten die volgend schooljaar weer van start gaan met ondernemerschap. Een greep uit de ondernemersboeken van Lorraine Vesterink:

Ondernemen moet je DOEN De lesmethode Ondernemen moet je DOEN van uitgeverij Deviant wordt veel in het MBO gebruikt. Het is een compacte methode voor het schrijven van een ondernemingsplan en maakt de vertaalslag van idee naar de onderneming. De kracht van de methode schuilt in actiegerichtheid. Een docentenexemplaar is aan te vragen via Deviant.

Ondernemen is doen

Uitgeverij Deviant komt dit voorjaar in het kader van de CE Ondernemerschap met de methode 'Onderne-

men is doen'. Deze competentiegerichtte methode is inzetbaar in de gehele breedte van het MBO voor het schrijven van een ondernemingsplan én het beheren van een eigen bedrijf. Het uitgebreide leerwerkboek sluit aan bij de zeven werkprocessen van de Certificeerbare Eenheid Ondernemerschap. In het boek staan theorie, voorbeelden en vragen bij elkaar en bouwt de student een portfolio ondernemerschap op. Het boek wordt ondersteund door een oefen- en toetsprogramma via Studiemeter.nl. Een docentenexemplaar is aan te vragen via Deviant. De engelse versie is: Start your business now

Passievitaliteit, startmotor voor ondernemingslust

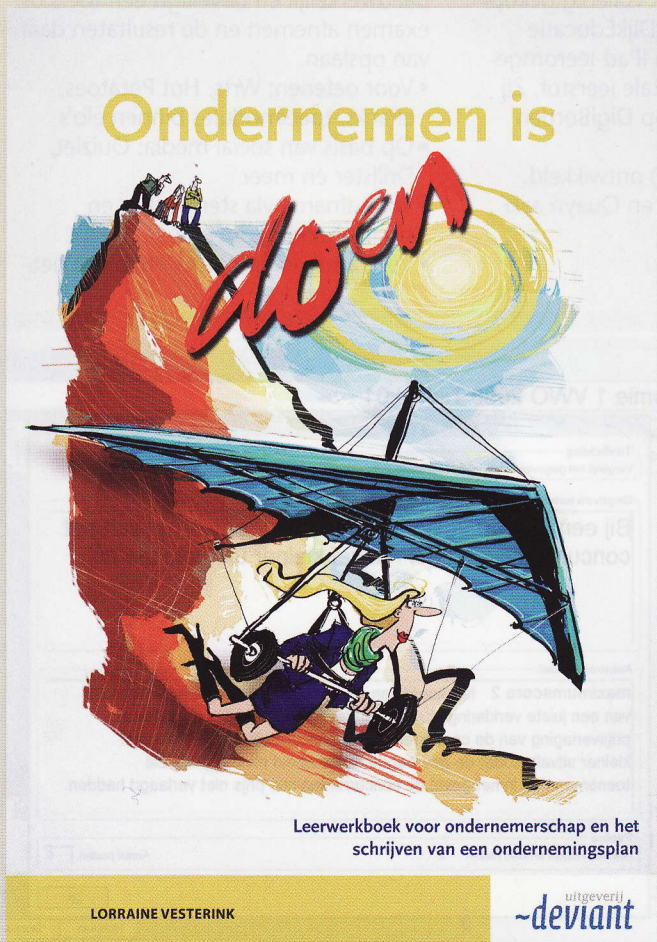
Door dit boek leert de student het verschil tussen intrapreneurschap en entrepreneurschap. De student krijgt tien vuistregels en vele aanbevelingen om ondernemender te worden, waardoor de kans op een mooie en succesvolle carrière wordt vergroot. Te bestellen via <http://www.managementboek.nl>.

Het ondernemingsplan.

Dit HBO-boek van Lorraine Vesterink en Andrew David is het stappenplan voor het schrijven van een ondernemingsplan dat de student daadwerkelijk aanzet tot ondernemen.

**VECON-studiedag
29 maart 2012**

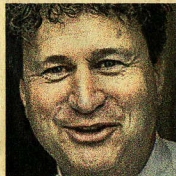
Op de studiedag van 29 maart zijn er een aantal interessante workshops vastgelegd. Onderstaand artikel is het onderwerp van één van die workshops.



Hoe vijzel ik het moreel van mijn verkopers op?

Hoe dieper de crisis, des te meer verkoopinspanningen moeten worden gepleegd om het hoofd boven water te houden. Wat zeggen experts?

Marcel Hooft van Huysduynen en Bert Koopman
Amsterdam



Just Jongeleen (49), ceo Actavant en medeoprichter en aandeelhouder CFO Services

'In tijden van economische malaise wordt het kaf van het koren gescheiden. Goede verkopers zijn onmisbaar. Het laatste wat je als dga moet doen, is ze bij tegenwind ontslaan. Maar hoe houd je ze scherp? Een valkuil is dat verkopers meepraten met de gangbare crisisterminologie. Het gaat dan al snel alleen om kortingen en niet

meer om het product of de dienst.'

'Een andere valkuil voor verkopers is dat ze onder invloed van de crisis gaan overargumenteren en zo de klant, die zelf niet meer aan het woord komt, irriteren. Naast deze valkuilen ook enkele tips. De verkoper weet dat de klant deze dagen standaard iets extra's kan vragen. De uitdaging is dan om iets extra's te doen met toegevoegde waarde.'

'Zo kwam ik laatst in de jachthaven Lemmer-Binnen. Daar kunnen watersporters die een ligplaats huren als extra service de trossen op spanning laten houden, de accu's laten opladen, de verwarming enkele uren voor gebruik van de boot laten aanzetten of broodjes aan boord laten bezorgen bij vertrek. Je slaat twee vliegen in één klap. Ontzorgende diensten die extra omzet genereren en ook nog eens leiden tot een grotere klanttevredenheid.'

'Een andere tip: vraag de klant wat de crisis met hem doet. Hij zal dan bijvoorbeeld antwoorden dat hij zijn eigen verkopers aanraadt "twee stappen extra" te zetten. De verkoper kan dan vragen welke extra stappen hij kan zetten om tot zaken te komen. En voor je het weet zit je midden in een verkoopgesprek.'



Erland Swaving (53) is trainer/coach/adviseur bij Swaving & Witteman

'In goede tijden kon een verkoper als het ware volstaan met een paar verkooptrucs. Het is bekend dat iemand die je drie keer "ja" laat antwoorden, er moeite mee heeft om een vierde keer "nee" te zeggen. Maar in crisistijd moeten onderbelichte aspecten van het ambacht "verkopen" weer ingezet worden, zoals het faciliteren van de koper in zijn koopproces.'

'Dat betekent de noden en wensen van de koper achterhalen en hem daarvan bewust maken. De koper begeleiden bij zijn beslissing. Nieuwe inzichten in hoe gewoonten werken en hoe we met prikkels omgaan bieden inspirerende stof om het verkoopproces te faciliteren en te verdiepen. Daarnaast is het belangrijk dat de verkoper zijn bedrijf of organisatie nadrukkelijker en anders representeert. De verkoper

is tegenwoordig ook een soort merkambassadeur.'

'Veel verkopers hebben de neiging in barre tijden in prijs te zakken en soms niet-haaltbare beloftes te doen. In plaats daarvan kunnen zij zich nu meer op het verkoopproces en "branding" toeleggen. Een verdieping en verbreding van het vak. Niettemin: goede en of bekende merken, zoals Hermès, verkopen zelfs beter in deze barre tijden. Een kwestie van herkenbaarheid, bewezen staat van dienst en vertrouwen.'



Lorraine Vesterink, oprichter van adviesbureau De Unieke Ondernemer en schrijver van het boek 'Passievitaliteit'

'Met zin en energie ondernemen en je werk doen is in deze crisistijd misschien nog wel belangrijker dan voorheen. Ik heb er een woord voor bedacht: passievitaliteit. Als je als ondernemer zelf je passie volgt en vitaal bent, en je

commerciële medewerkers aanspoort om ook zo te werken en te leven, bouw je samen aan succes. Maar hoe doe je dat?'

'In de eerste plaats adviseren wij ondernemers om scherp te definiëren wat de missie en doelen van het bedrijf zijn. Durf te kiezen. Kijk vervolgens als ondernemer kritisch naar je personeelsbestand. Wie zijn de mensen met motivatie, wie zijn de commerciële medewerkers die vooral energie vreten? Aarzel niet om afscheid te nemen van mensen. Een positieve instelling is belangrijk.'

'Ik raad ondernemers af om hun verkopers alleen maar harde, financiële doelstellingen op te leggen. Belangrijk is om je mensen te laten doen waar ze goed in zijn en ze erkenning, aandacht en waardering te geven. Vertrouw op ze, laat controle los. Ga in een gesprek eens na hoe zij de kwaliteit van hun werk en van hun leven ervaren.'

'Welk cijfer zouden ze hun leven geven? Als dat een zeventje is en geen negen, vraag dan waarom. Goede prestaties op het werk gaan in de regel samen met tevredenheid over het privéleven. Het gaat erom dat je medewerkers het naar de zin hebben. Binnen en buiten het kantoor.'