



Optimaliseer je onderneming met KISS

2022 lijkt nu echt op gang te komen en dat werd hoog tijd. Het lijkt erop dat we de lockdowns achter ons kunnen laten, het aantal leads begint toe te nemen, de conversie op leads is hoog en ook het aantal spontane walk-ins is misschien wel hoger dan voor corona. Kortom, het lijkt erop dat we eindelijk weer onderweg zijn naar beter. Voor ondernemers betekent het ook dat alle voorbehouden aan de kant moeten en de focus volledig moet liggen op het zoeken en zien van kansen. Kansen en mogelijkheden buiten de eigen onderneming, maar vooral ook binnen de eigen onderneming. Want in elke onderneming liggen er mogelijkheden om resultaten te verbeteren. In ELKE onderneming ja!



René Wantzing is eigenaar van Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning en sinds kort dus ook exclusief distributeur voor Nederland en België van FitnessKPI. Hij is sparringpartner, coach en klankbord voor ondernemers in de fitnessbranche. Mindset Bedrijfsontwikkeling helpt fitnessondernemingen in het midden- en hoge segment bij het verder professionaliseren van de bedrijfsvoering. Het resultaat: maximale winst en een langdurig succesvolle onderneming.

VERBETEREN BEGINT BIJ HET WILLEN ZIEN...

BEDRIJFSVOERING

Iedereen die mijn bijdrage in dit blad vaker leest, weet dat ik het vaak heb over het professionaliseren van de bedrijfsvoering. Wat mij betreft is dit meer dan ooit noodzakelijk. Aan de ene kant omdat de ontwikkeling in de branche hiertoe noodzaakt en mocht je dit niet zo zien, dan toch in ieder geval om de resultaten van de eigen onderneming naar een hoger niveau te krijgen. Een onderneming die een bedrijfsresultaat haalt van 15% of minder zal nooit voldoende vet op de botten krijgen om tegenslagen zoals we de afgelopen jaren hebben meegemaakt, in de toekomst op te kunnen vangen. Maar los daarvan, elke ondernemer wil optimaal rendement halen uit het harde werken en ter dekking van de financiële risico's die ondernemers nu eenmaal aangaan. Ondernemers werken vaak vanuit passie en talent, maar zonder voldoende economische brandstof is ondernemen helemaal niet leuk.

VOLWASSEN ORGANISATIE

Terug naar die professionele bedrijfsvoering die hoort bij een volwassen onderneming. Een volwassen onderneming kenmerkt zich door 3 zaken. Allereerst werkt een volwassen bedrijf vanuit een doordachte, passende strategie. Een volwassen organisatie weet voor wie men er is, wat men de doelgroep te bieden heeft en welke prijs daarbij passend is. Is dus niet bang hierin duidelijke keuzes te maken. In de marketing wordt vaak gesteld dat je moet kiezen om gekozen te worden. Met andere woorden; als jij je richt op een specifieke doelgroep, zal die doelgroep je herkennen en je weten te vinden.

Een tweede kenmerk van een volwassen bedrijf is dat er gewerkt wordt aan een efficiënte organisatie. Op dit moment is personeel een groot probleem aan het worden in de branche. Laat staan goed personeel. Op zich is het niet zo gek dat het lastig is personeel te vinden. De branche blinkt niet uit op het gebied van personeelsmanagement, de beloning en de secundaire arbeidsvoorwaarden. Het is logisch te veronderstellen dat hier structureel iets aan moet gebeuren om weer interessant te worden voor medewerkers. Dat zal betekenen dat de personeelskosten zullen stijgen, terwijl de marges dat eigenlijk niet toelaten. En dan kom je bij de noodzaak van het optuigen van een efficiënte organisatie. Waarbij het dus niet gaat om 'veel' personeel, maar wel om goed personeel dat volwassen beloond wordt en dat optimaal effectief ingezet wordt.

STEEDS EEN BEETJE BETER

Het derde kenmerk van een volwassen bedrijf is het vermogen om te verbeteren. Elke dag een klein beetje beter worden. Dat gaat niet vanzelf maar vraagt een gerichte, structurele en gestructureerde aanpak. De methode die ik meestal inzet heet de PDCA-cyclus. Maar voordat die cyclus ingezet kan worden zal je eerst moeten weten wáár je kunt verbeteren. Laat trots niet in de weg staan van verbeteringen. Verbeteren betekent niet per se dat zaken niet goed zijn of waren. Alles heeft zijn reden en dat geldt ook voor de in het verleden gekozen strategie, werkwijzen of andere keuzes die je in het verleden gemaakt hebt. Maar feit is dat zaken vaak wel beter kunnen. Verbeteren begint dan ook bij het willen zien van verbeteringen. Open staan voor mogelijkheden. En verder hebben we cijfers nodig. In het vorige nummer van Bodybiz heb ik daar uitgebreid aandacht aan besteed. Cijfers liegen niet, zeg ik altijd, maar de waarheid vertellen ze je ook niet per se. Interpretatie van cijfers is belangrijk evenals het combineren van verschillende prestatie indicatoren. Met cijfers moet je werken en als je dat doet vergaar je inzicht in de stand van zaken maar ontdek je ook waar en hoe je beter kunt. De PDCA-cyclus helpt vervolgens om verbeteringen te realiseren. PDCA staat voor Plan-Do-Check-Act. Elke verbetering begint met het maken van een PLAN. Dat hoeft geen enorme lap tekst te zijn, maar leg in een paar zinnen vast wat je wilt en waarom je dat wil. Koppel daar een realistische doelstelling aan (SMART natuurlijk) en je hebt richting. De volgende stap is de DO.

In deze fase creëer je draagvlak bij de mensen die je moeten helpen de verbetering te realiseren door ze mee te nemen in de noodzaak (feiten en cijfers) en in de manier waarop je denkt verbetering te bereiken om vervolgens de maatregelen ook daadwerkelijk te implementeren. Vervolgens komen we bij de CHECK. Periodiek volg je of de maatregelen die je hebt doorgevoerd ook leiden tot het gewenste resultaat. Ook in deze fase spelen cijfers (KPI's) een belangrijke rol omdat die je vertellen of je richting je doel komt, of niet. Is er sprake van een positieve ontwikkeling, dan laat je het proces doorlopen. Brengt de aanpassing niet of niet snel genoeg het gewenste resultaat, dan is bijstelling wellicht noodzakelijk. Dat is de ACT. En pas op, meestal is het zo dat slechts een kleine bijstelling van je maatregel ervoor zorgt dat veranderingen wel werken. Je omschrijft voor jezelf de aanpassing en de cyclus begint opnieuw.

KISS

Een belangrijke tip die ik mee wil geven is je te houden aan het KISS-principe. Keep It Smart and Simple. Als ik met organisaties zit te praten over mogelijke veranderingen in strategie of organisatie streef ik ernaar dat aan het eind van het gesprek de ondernemer en het management tegen me zeggen dat wat ik voorstel logisch is. Als mijn gesprekpartners het logisch vinden, is de kans dat andere stakeholders dat ook vinden groot en daarmee alleen al creëer ik al het draagvlak dat nodig is om veranderingen daadwerkelijk doorgevoerd te krijgen. En realiseer je; in verandermanagement is het een bekend gegeven dat 80% van de voorgenomen veranderingen nooit plaatsvinden. Oorzaak: te ingewikkeld, daardoor onbegrijpelijk, geen draagvlak en dus ook geen resultaat!

TOT SLOT

Het is mijn overtuiging dat elke fitnessonderneming die een gezonde toekomst nastreeft zal moeten werken aan een optimaal financieel rendement. De noodzakelijke economische brandstof dus, die ervoor zorgt dat je je talent optimaal in kunt blijven zetten om je passie na te streven. Ik hoop je in dit artikel input te hebben gegeven om precies dat te bereiken. Niet academisch, maar juist heel praktisch. Logisch toch!

Heb je vragen of opmerkingen? Mail dan naar rwantzing@mndst.nl of bel 06 46 23 23 85.

RENÉ WANTZING

Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning.

MINDSET
BEDRIJFSONTWIKKELING