

Voor jou als adviseur is het belangrijk om partners met de juiste kwaliteiten om je heen te verzamelen. Zij helpen om toegevoegde waarde te creëren voor de klant. Het is daarom goed om te bepalen wat je wel en vooral niet doet. Door samen te werken met de juiste leveranciers, kun je altijd de behoefte van de klant vervullen. Je kunt denken aan kennis, techniek en marketing. Een goede partner neemt werk uit handen, voegt waarde toe en zorgt dat jij de klant een geweldige beleving kunt geven.

Juiste partner maakt jou sterker

TEKST JEROEN BAIS, NEXT STEP FACTORY

Over het vinden van de juiste levenspartner zijn honderden boeken volgeschreven. Raadpleeg Google en je komt op meer dan één miljoen zoekresultaten. Maar hoe je de juiste zakenpartner kiest, daar is niet veel over te vinden. Dus...waar moet je op letten? Stel jezelf de volgende vragen voordat je een samenwerking aangaat:

- Hoe levert deze partner toegevoegde waarde aan jouw klant?
- Welke activiteiten of kosten kan hij overnemen?
- Op welke manier optimaliseert de partner jouw businessmodel?
- Welke verplichtingen vloeien voort uit de samenwerking?
- Wat wordt er van je verwacht als het gaat om tijd, geld, resultaat?
- Is continuïteit gewaarborgd als je partner onverhoopt wegvalt?

Om een goed antwoord te kunnen geven op deze vragen, moet je een duidelijk beeld hebben van jouw businessmodel. Wie is de doelgroep? Welke toegevoegde waarde lever jij aan hen? Welke acties moet je hiervoor nemen? Welke bronnen zijn hiervoor nodig? Het Business Model Canvas is een ideaal hulpmiddel om antwoord te krijgen op deze vragen. Hoe beter jij in staat bent aan te geven wat nodig is om jouw toegevoegde waarde te kunnen leveren, hoe makkelijker het is om aan te geven wat je in een zakenpartner zoekt.

WAT KUN JE VOORAL NIET?

Bekijk wat je nog echt zelf kunt en wilt doen en wat vooral niet. Begin met kleine zaken uit te besteden. Zaken die niet tot de corebusiness behoren, maar wel noodzakelijk zijn om te doen,

bijvoorbeeld ICT en vervoer. Een samenwerking ga je niet zomaar aan. Een samenwerkingsovereenkomst vormt als het ware een hoeksteen van het bedrijfsmodel. Een succesvolle samenwerking maakt jouw propositie compleet, is complementair en compatibel. De juiste partner voegt waarde toe aan één of meerdere bedrijfsonderdelen in het bedrijfsmodel: jouw propositie (toegevoegde waarde), kernactiviteiten, (bedrijfs-)middelen en bedrijfskosten.

EFFECTIEVE KEUZE

Zoals jij toegevoegde waarde aan klanten levert, zo moet de samenwerking met een partner jou toegevoegde waarde opleveren. Simpel gezegd: welke pijn lost jouw leverancier op? Dat kan door een onderdeel in te brengen wat je niet zelf bezit. Denk aan kennis of producten. Als het vergelijken van prijzen jouw propositie is, zou je met meerdere verzekeraars een samenwerking aan kunnen gaan. Je kunt ook één samenwerking aangaan met een prijsvergelijker. Bedenk dat elke samenwerkingsovereenkomst tijd vraagt om de relatie te onderhouden. Tijd die je niet kunt besteden aan klanten. Wees dus effectief met je keuze.

Veel adviseurs hebben een overeenkomst met tientallen verzekeraars. Vraag jezelf eens af hoe-

‘Pak je lijst met partners erbij en begin met schrappen’

veel van deze 'partners' nu werkelijk bijdragen aan de toegevoegde waarde. Vaak merken wij na een gesprek, dat hoogstens drie, vier verzekeraars echt waarde toevoegen. De rest kan dan dus de deur uit. Beter voor jou, beter voor hen.

KERNACTIVITEITEN

Om je belofte waar te maken, verricht je veel activiteiten. Elke handeling kost geld. Het is dus zaak om deze handelingen zo effectief mogelijk te maken. Klanten betalen namelijk liever niet voor handelingen die niet nodig zijn. Naast het automatiseren van handelingen, is het goed om te bepalen of de activiteit überhaupt noodzakelijk is. Daarnaast kun je kijken of je het echt zelf moet doen.

Activiteiten doen vaak 'pijn'. Ze zijn een noodzakelijk kwaad. Denk aan administratie, het lezen van polisvoorwaarden, polissen nakijken, fouten doorgeven, opnieuw controleren, telefoneren en overleg. Allemaal zaken die je afhouden van contact met de klant. Vraag jezelf dus af welke partners werkelijk pijn wegnemen. De praktijk wijst juist uit, dat ze alleen maar pijn toevoegen: meer administratie, meer polisvoorwaarden bijhouden, meer fouten nakijken, meer overleg, meer telefoon, meer intranetsites leren kennen. Wat is daar de lol van? Een klant ervaart het dubbel administreren zeer waarschijnlijk ook niet als toegevoegde waarde..

Naast de dagelijkse activiteiten, zijn er ook activiteiten die je maar eenmaal per week of alleen maandelijks hoeft uit te voeren. Dit kun je uiteraard zelf doen of er iemand voor in dienst nemen, maar doorgaans is het efficiënter om deze uit te besteden aan specialisten. Denk hierbij aan loonadministratie of telemarketing.

PRODUCT LEASEN

Investerings die gepaard gaan met het aanschaffen van kennis, een bedrijfspand of computers zijn vaak groot. Het leasen van producten biedt soms de mogelijkheid om op korte termijn over middelen te beschikken, zonder dat je forse investeringen hoeft te doen. Dit kan je minder kwetsbaar maken en je bedrijfscontinuïteit versterken. Hou hierbij ook rekening met de vraag hoe afhankelijk jouw bedrijf van deze middelen is. Stel dat de internetverbinding uitvalt, hoe lang kun je zonder? Daag jezelf uit om hier kritisch



over te zijn. Het automatiseren van een polisadministratie in een eigen administratiesysteem bijvoorbeeld, levert in sommige gevallen meer werk op dan besparingen. Het aanschaffen van middelen en in dienst nemen van mensen, brengt voor kleinere ondernemingen naar verhouding vaak hoge kosten met zich mee. Het kan helpen de kosten te verminderen door met schaalvoordelen te werken. Zoals het delen van een administratiesysteem en een flexibele werkruimte.

GELIJKWAARDIGHEID

Het is niet eenvoudig om de juiste zakenpartner te vinden of een goede samenwerkingsovereenkomst aan te gaan. Het belangrijkste is, dat dit gebeurt op basis van gelijkwaardigheid en altijd in lijn moet zijn met de kernwaarden van jouw bedrijf. In dat opzicht zijn de vuistregels voor het kiezen van de juiste zakenpartner gelijk aan die voor het vinden van de juiste levenspartner:

- Je partner en jij kunnen zich in elkaar herkennen;
- Je vult elkaar aan om samen completer en beter te worden;
- Je wilt allebei tijd investeren om elkaar beter te leren kennen;
- Je deelt kosten;
- Je lost problemen samen op.

Zaken doen is...iemand hebben die je verleden begrijpt. Die in je toekomst gelooft en die bij je past.. Pak je lijst met partners erbij en begin morgen met schrappen. Eerst degene met de kleinste impact en zo steeds verder. Zodat je alleen nog de partners overhoudt die werkelijk van toegevoegde waarde zijn voor jou én je klanten. ■

Bouwstenen in tien afleveringen

Vast onderdeel van het VVP-katern Ken je vak! is de rubriek 'Advieskantoor 2017: bouwstenen voor succes'. Deze rubriek, verzorgd door Next Step Factory, reikt advieskantoren in tien stappen de ingrediënten aan voor een toekomstbestendig bedrijfsmodel. Aan bod komen onder meer: betekenis van je kantoor, doelen, rollen, klantkennis en onderhoud. Reacties zijn welkom op: jeroen@nextstepfactory.nl