

# Hoofdstuk Durf te ondernemen

## Leerdoelen

Na het bestuderen van het lesmateriaal:

- ☞ hebt u inzicht in de valkuilen van een startende ondernemer;
- ☞ kunt u contacten leggen en onderhouden met leveranciers;
- ☞ weet u waar u op moet letten bij het onderhandelen en het bedingen van kortingen.

## Inleiding

Ondernemen is niet niks. Als weddingplanner moet u beschikken over een grote dosis lef en inzicht. U moet handigheid ontwikkelen in zaken als contacten leggen en onderhouden, maar ook in onderhandelen, oftewel het praten over geld. Op die zaken gaan we in dit hoofdstuk nader in.

### 16.1 Angstvalkuilen

Een weddingplanner is een ondernemer. Ondernemers zijn herkenbaar aan verschillende eigenschappen en een ervan is het durven nemen van afgewogen risico's.

Een risico brengt een ondernemer bewust en alert naar zijn doel, tenzij de angst gaat domineren en natuurlijke stappen en plannen gaat dwarsbomen. Het omzetten van deze angst in kracht en richting zal elke ondernemer grote stappen verder brengen in het realiseren van doelstellingen en dromen.



### 16.1.1 Top 5 angstvalkuilen

Als startende weddingplanner zou u zich kunnen herkennen in een van de volgende angstpatronen of een combinatie daarvan:

1. Angst voor het afgaan voor en kritiek van de directe en indirecte omgeving.  
Elke startende ondernemer kan met argusogen in de gaten gehouden worden door zijn of haar omgeving. Het zetten van de eerste stap kan voor de omgeving een directe confrontatie met een gevoel van beperking in hun eigen leven zijn, een stap die zij nooit zouden durven of kunnen maken. Dit heeft een directe weerslag op de echte ondernemer, want deze 'druk' is voelbaar. Weddingplannen is in Nederland behoorlijk nieuw; daarom kan uw direct omgeving er confronterend op reageren.
2. Angst voor armoede en onregelmatige inkomsten.  
Een vast salaris geeft een gevoel van rust en veiligheid. Als ondernemer hebt u geen vaste inkomsten en bouwt u niet automatisch een pensioen op. Dat kan u angstige gevoelens geven.
3. Angst voor het zwarte gat als de onderneming niet slaagt.  
Voor veel ondernemers was het ooit een droom om 'voor zichzelf te beginnen'. Als de droom eenmaal werkelijkheid is geworden, kan de angst ontstaan dat de onderneming niet slaagt. Dan is de droom verloren die u als ondernemer al zo lang koesterde en waar u zo hard voor gewerkt hebt.

4. Angst om het gezin, kind en partner, niet te kunnen onderhouden.  
Voor de startende ondernemer met partner en/of gezin, is de drempel om te beginnen groot. Er ligt een grote financiële druk en de consequenties van een mogelijk falen worden vaak buitenproportioneel opgeblazen.
5. Angst voor succes!  
Bij veel ondernemers is de angst voor succes vaak even groot als de angst voor falen. Met elk succes dat u behaalt, stijgt immers het verwachtingsniveau en wie hoog klimt kan veel harder en dieper vallen.

Breng uw angst(en) onder controle en zoek naar oplossingen, dan kunnen ze u juist kracht geven. Open bijvoorbeeld een aparte rekening voor uw zakelijk geldverkeer en praat met uw bank over de financiële mogelijkheden die u hebt. Bedenk goed waarom u een eigen onderneming wilde starten. Uw drijfveren zijn uniek en iets om trots op te zijn.

## 16.2 *Stel uzelf een doel*

De kern van het halen van doelstellingen en het realiseren van dromen begint met het bepalen van uw angsten. De top 5 van angstvalkuilen is zojuist opgesomd, maar er zijn nog andere angsten. Die houden vaak verband met zich niet slim, communicatief of handig genoeg vinden, een te klein netwerk hebben enzovoort.

Zorg ervoor dat u al uw angsten goed in beeld hebt. Vaak is wel te herleiden uit welke ervaring ze zijn ontstaan, waar ze vandaan komen.

Vervang uw angsten door doelstellingen en dromen. Bent u bijvoorbeeld bang dat u te weinig zult verdienen? Bepaal dan wat voor u een reële maandomzet zou zijn en streef die na. Dit focust de aandacht en de energie van het ondernemen en creëert rust, zelfvertrouwen en uiteindelijk succes.

### 16.2.1 **Do's en dont's voor het behalen van uw doelstellingen**

Wat u moet doen of juist moet laten voor het behalen van uw doelstellingen.

Do's:

- ☞ maak een lijst van angstgevoelens;
- ☞ vervang de angsten door doelstellingen;
- ☞ visualiseer de gewenste toekomst;
- ☞ zie het beeld van een succes felicitatie van naasten;
- ☞ bouw in rust, ontspanning en met zelfvertrouwen aan de toekomst.

Dont's:

- ☞ in angst wachten bij de ondernemingsdrempel;
- ☞ vervallen in controle en stress ;
- ☞ geld oppotten uit angst voor investering;
- ☞ overdreven focus op de concurrentie;
- ☞ te snel opgeven;
- ☞ blijven zitten met eigen angst en onzekerheid.

## 16.3 Contacten leggen en onderhouden

**Netwerk** Ondernemers zijn afhankelijk van anderen: klanten, leveranciers, mensen die u kunnen aanbevelen en zovoort. Voor u als weddingplanner is het opbouwen en onderhouden van een netwerk dan ook een belangrijk element van het ondernemerschap.

Ondernemersclubs, vakbeurzen en bedrijfsontmoetingsdagen zijn gelegenheden waar u collega-ondernemers, klanten en andere relaties kunt ontmoeten. Zulke bijeenkomsten zijn bij uitstek geschikt om het netwerk uit te breiden of te onderhouden. De Kamer van Koophandel kan u meer vertellen over welke clubs en bedrijfsbijeenkomsten voor u mogelijk van belang zijn. Overigens blijkt uit de praktijk gebleken dat ook vrienden- en kennissenkring een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het opbouwen van een sterk netwerk.

**Ontmoetings-** Enkele ontmoetingsplaatsen zijn:

**plaatsen**

- ☞ *Thinktank* is een netwerk met veel ondernemers.
- ☞ *Nederlandse Beurs voor Investerings in Bedrijven en Ondernemingen* bv (NeBIB) is een netwerk dat zich vooral richt op het bijeenbrengen van ondernemers en investeerders.
- ☞ *Vrouw en onderneming* is een koepelorganisatie voor netwerken van vrouwelijke ondernemers.
- ☞ *Junior Kamer*, internationaal beter bekend als JCI, is een netwerk voor persoonlijke ontwikkeling voor (jonge) veelal hoger opgeleide mensen tot veertig jaar.
- ☞ *Jong MKB* is een netwerk voor actieve, jonge ondernemers.
- ☞ *Ondernemersklankbord* ([www.ondernemersklankbord.nl](http://www.ondernemersklankbord.nl)) kan uw bedrijf helpen door te fungeren als klankbord of ervaringsdeskundige.

## 16.4 Contact met leveranciers en horecaondernemers

**Naamsbekendheid**

Het is voor u als weddingplanner belangrijk goede contacten te onderhouden met leveranciers en horecaondernemers. Zij kunnen u helpen met het verwerven van naamsbekendheid door uw flyers of visitekaartjes op de toonbank of de bar neer te leggen. Bij de groothandel (office centre) zijn displays te koop om folders en visitekaartjes netjes te presenteren, bied uw flyers desnoods aan samen met deze display.

Denk overigens niet dat flyers achterlaten bij een bloemist geen zin heeft omdat het bruidspaar daar als laatste komt. Aanstaaende bruidegoms halen vaak ook een bosje bloemen als ze net hun bruid ten huwelijk hebben gevraagd, of dat gaan doen.

Op het internet kunt u veel leveranciers vinden. U kunt hen per e-mail benaderen, maar de kans bestaat dat uw zorgvuldig samengestelde bericht niet goed of te laat gelezen wordt.

**Persoonlijke benadering**

Een persoonlijke benadering is een actieve benadering. De kans op een afspraak is groter als u belt, vertelt wie u bent en wat u doet. Bedrijven zijn dan vaak bereid om een afspraak te maken en de mogelijkheden te bespreken. Vervolgens laat u uw gezicht zien, geeft uw visitekaartje af en weet u men voortaan te vinden. Bovendien, niet onbelangrijk, maakt een persoonlijk gesprek onderhandelen ook gemakkelijker.

Onderstaande sites kunnen u op weg helpen bij het zoeken naar geschikte leveranciers:

- 🔗 [www.trouweninderegio.nl](http://www.trouweninderegio.nl);
- 🔗 [www.internethuwelijk.nl](http://www.internethuwelijk.nl);
- 🔗 [www.bruiлоftsite.nl](http://www.bruiлоftsite.nl);
- 🔗 [www.trouwsite.com](http://www.trouwsite.com);
- 🔗 [www.trouwen-bruiлоft.nl](http://www.trouwen-bruiлоft.nl);
- 🔗 [www.huwelijk.nl](http://www.huwelijk.nl);
- 🔗 [www.trouwen.startpagina.nl](http://www.trouwen.startpagina.nl).

Het is belangrijk dat u afspraken met leveranciers zwart op wit krijgt. Maak een verslag van het gesprek en de gemaakte afspraken en stuur deze per post ter bevestiging naar de leverancier. Vraag om een schriftelijke bevestiging van ontvangst. Stuur een gefrankeerde en geadresseerde envelop mee om het uw leverancier makkelijk te maken de bevestiging terug te sturen.

U weet inmiddels dat het belangrijk is om contacten goed te onderhouden. Ga daarom af en toe eens langs en vraag of er nog voldoende flyers of visitekaartjes zijn, bel eens op en stuur een kaartje met de feestdagen. Wees attent en zorg ervoor dat ze u niet vergeten!

## 16.5 Kortingen bedingen

Het is gebleken dat de meeste weddingplanners het moeilijk vinden in het begin van hun carrière om kortingen te bedingen en deals te sluiten.

Troost u met de gedachte dat in het zakenleven alles om geld draait en dat niemand er raar van opkijkt. U zet zich in voor een ander, wat over het algemeen wordt gewaardeerd en beloond wordt.

Sommige leveranciers zitten echter al zo laag met hun prijs dat kortingen simpelweg niet mogelijk zijn.

**Commissie** Als u de korting voor het bruidspaar als 'commissie' benoemt, zouden ze misschien wel overstag kunnen gaan. Dat is voor de boekhouding namelijk voordeliger. Vergeet niet de commissie met het bruidspaar te verrekenen en houdt rekening met uw eigen afdracht van omzet- en inkomstenbelasting.

Eis geen kortingen van de leverancier. Respecteer het als het antwoord negatief is, maar meldt wel dat u werkt met een presentatiemap die aan bruidsparen wordt voorgelegd. Uiteraard zult u leveranciers die kortingen geven eerder voorleggen aan uw bruidspaar dan de leveranciers die hen niets extra's te bieden hebben. In sommige gevallen kan de leverancier geen kortingen geven, maar wel op een andere manier een leuk aanbod verzorgen. Zo kan het voorkomen dat een juwelier het gebruik van een gratis trouwauto aanbiedt als bruidsparen bij hen de ringen kopen. Dat vermeldt u natuurlijk graag!

## 16.6 Strategisch onderhandelen

Onderhandelen is niet alleen een zaak van professionals. De meeste mensen houden zich er vrijwel dagelijks mee bezig. Succesvol onderhandelen vereist strategisch inzicht en tactische vaardigheden. We zetten de basisbeginselen voor u op een rij.

### 16.6.1 Een goede voorbereiding geeft voorsprong

Voordat u aanschuift aan de onderhandelingstafel moet uw aanpak in de steigers staan. Verzamel dus van tevoren informatie over de andere partij en verdiep u in de ins en outs van het bedrijf waar u de korting wilt bedingen. Zo vormt u zich een reëel beeld van de obstakels die u mogelijk gaat tegenkomen: zijn ze van financiële of psychologische aard of liggen ze op een ander vlak?

Belangrijk is dat u weet wat u wilt en waarvoor u het vraagt. Formuleer van tevoren uw doelstelling zo concreet mogelijk. Bijvoorbeeld: "Ik kan het zeer op prijs stellen wanneer u bruidsparen die via mijn bureau bij u boeken een korting geeft die ze anders niet hadden ontvangen." Geef er een aantal argumenten bij, maar houd enkele alternatieven achter de hand voor het geval dat het antwoord aanvankelijk 'nee' is. Die kunt u dan alsnog voorleggen aan de leverancier. Is het antwoord dan nog steeds een gemotiveerd 'nee', respecteer dat dan.

### 16.6.2 Benader uw onderhandelingspartner

In een onderhandeling probeert u uw onderhandelingspartner zo dicht mogelijk te benaderen. Dat doet u onder meer door actief te luisteren. Maak aantekeningen, herhaal en vat stukken samen.

Ook uw eigen presentatie is van belang. Met automonteurs onderhandelt u niet in driedelig grijs, net zomin als u de Raad van Bestuur van een multinational niet in spijkerbroek zou bezoeken. Pas het taalgebruik aan op de mensen die u voor u hebt. De jolige toon waarmee u jongeren op uw hand weet te krijgen, slaat niet aan bij ouderen. Gebruik woorden die zowel bij u als bij de ander passen.

Onderhandelen gaat het beste face to face. Pas als het écht niet anders kan, pakt u de telefoon. In dit geval zal uw stem het voor een groot deel moeten maken. Let op stopwoordjes als 'uh' of 'gewoon', 'nou' enzovoort, uw volume en articuleer duidelijk.

### 16.6.3 Niet recht maar schuin

Kies bewust uw plaats aan de onderhandelingstafel. Ga naast diegene zitten met wie u snel moet kunnen overleggen. Vermijd liever een positie tegenover de andere partij. Ga er liever schuin tegenover zitten om de confrontatie minder direct te laten overkomen.

### 16.6.4 Met respect

Volgens deskundigen is een succesvolle onderhandelaar hard van binnen en zacht van buiten. Hij is iemand die een krachtige, vasthoudende opstelling combineert met inlevingsvermogen, iemand die snel inspeelt op veranderde omstandigheden en creatief is in het bedenken van alternatieven. Hij of zij zal niet snel uit zijn slof schieten maar bewaart geduld én relativiseringsvermogen. Hij weet wat mensen beweegt, respecteert de gevoelens en gevoeligheden van anderen maar laat zich er niet door van zijn standpunt brengen.

### 16.6.5 Onderhandelingsstijlen

Hierna onderscheiden we drie verschillende onderhandelingsstijlen. Het kan u helpen als u, afhankelijk van de situatie, tussen de verschillende stijlen kunt switchen.

### Stijl 1: Alles of niets

Als u tijdens de onderhandeling te veel focust op het eigen belang, geeft u de andere partij geen andere uitweg dan af te haken. Gevolg: u staat allebei met lege handen.

Er zijn echter situaties denkbaar waarin de alles-of-niets-strategie handig kan zijn, bijvoorbeeld als u na een lange onderhandeling in de eindfase zit en de andere partij blijft maar dralen. In dit geval kan 'alles of niets' de afronding bespoedigen. Bedenk wel: als de andere partij besluit het er bij te laten, is er ook voor u geen weg terug.

### Stijl 2: Overtuigen

Lever sterke argumenten aan waarom leveranciers er baat bij hebben kortingen te geven aan uw klanten.

### Stijl 3: Win-winsituatie

Win-winsituaties zijn onderhandelingen waar voor alle partijen voordeel in zit. Win-win betekent niet dat u inlevert op uw doelstellingen ten gunste van de andere partij. Het houdt in dat u samen onderzoekt waar de gemeenschappelijke belangen liggen en daar voor beide partijen voordeel uit slaat.

## 16.6.6 Leveranciers van BWPN-leden

Als u zich aansluit bij de BWPN mag het niet zo zijn dat u met één vaste leverancier per onderdeel komt te werken. Als lid van de BWPN bent u onafhankelijk en in dienst van het bruidspaar, dat zelf de mooiste dag moet kunnen samenstellen. Bovendien zou het voor u als weddingplanner onvoordelig zijn; u zou uzelf uit de markt prijzen, omdat u in de keuze beperkt bent.

Er zijn leveranciers die vaste kortingen hanteren voor weddingplanners en er zijn leveranciers die alleen kortingen geven aan weddingplanners die zijn aangesloten bij de BWPN. Vraag er altijd expliciet naar als u met een leverancier in gesprek gaat.

