



VERKOOP GELUK

DE **10** VALKUILEN
VÓÓR DE VERKOOP
VAN JE BEDRIJF

DIE JOU DUIZENDEN EURO'S
EN EEN DOSIS RUST GAAN
OPLEVEREN

GIDS



MONIQUE DELSINK

HI ONDERNEMER,

Leuk kennis te maken!

Op mijn veertigste besloot ik als mede-eigenaar van een succesvolle arbodienst met zo'n 50 medewerkers mijn bedrijf te verkopen.

Daarna schreef ik het boek *Verkoopgeluk*, waarin ik de praktische, zakelijke én emotionele kant van een bedrijfsverkoop beschrijf. Want je bedrijf verkopen is geen gewone zakelijke beslissing, maar een proces dat op alle vlakken grote impact heeft.

In mijn ogen zou iedere ondernemer, jong of oud en in elke fase van het ondernemerschap, op ieder moment verkoopklaar moeten zijn. Je weet namelijk nooit wat er in de toekomst gebeurt. Een verkoopklaar bedrijf is vaak minder afhankelijk van de ondernemer, beter georganiseerd en daardoor ook aantrekkelijker en waardevoller.

Veel ondernemers beginnen hier pas mee als ze daadwerkelijk willen verkopen. Dan ben je vaak te laat. Onderweg kunnen bovendien keuzes worden gemaakt die later veel geld kosten of de verkoop moeilijker maken.

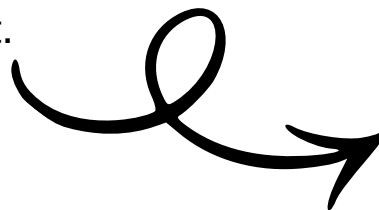
Sinds 2018 geef ik lezingen, workshops en begeleid ondernemers bij het opschalen, verkoopklaar maken en uiteindelijk verkopen van hun onderneming. Ik ben adviseur, maar vooral ook ervaringsdeskundige en gelijkgestemde met een groot netwerk.

Alle fases heb ik als ondernemer zelf doorleefd en ik weet hoe het voelt wanneer zakelijke keuzes ineens heel persoonlijk worden. Ik spreek dus jouw taal.

Ik hoop dat deze valkuilen je helpen om eerder na te denken, betere beslissingen te nemen en de regie te houden over jouw bedrijf én jouw toekomst.

Hartelijke groet,

*Monique
Delsink*



VALKUIL 1. VERKOOPKLAAR BETEKEN NIET DAT JE MOET OF WILT VERKOPEN

Je bent druk. Met je klanten, personeel en leveranciers. En je hebt absoluut geen verkoopplannen. Dus schuif je het thema 'verkoopklaar maken' van je bedrijf telkens voor je uit. Immers niet relevant.

Tot je op een dag denkt: nu ben ik er wel klaar mee. Alleen is jouw bedrijf dat misschien nog helemaal niet. Vaak heb je ¹ tot ³ jaar nodig voor een goede voorbereiding.

Maar waar en hoe begin je? En hoe zorg je dat je bedrijf meer waard wordt, doordat jij gaat ondernemen door de bril van een potentiële koper?

WAT DOE JIJ ALS EEN KOPER MET EEN ZAK GELD OP DE STOEP STAAT?:

Na ⁵ jaar ondernemen stelde onze accountant ons de volgende vraag:

“Wat doen jullie als er morgen een koper op de stoep staat?”

“Niet verkopen was ons antwoord, want we zijn nog veel te jong.”

“En als jullie morgen allebei uitvallen, is het bedrijf dan verkoopklaar?”

Die vraag schudde ons wakker en vanaf dat moment stond het onderwerp jaarlijks op onze agenda en bouwden we aan waarde en creëerde we voor onszelf rust.



VALKUIL 2.OVERTUIGD ZIJN: DAT JE EEN SUPERHELD BENT

Veel ondernemers denken stiekem dat ze onmisbaar en onschendbaar zijn. En eerlijk gezegd: vaak zijn ze dat ook. Ze kennen iedere klant, lossen ieder probleem op, weten waar alle lijken in de kast liggen en worden gebeld, zodra iemand niet weet wat hij moet doen. En helden worden natuurlijk nooit ziek.

Dat voelt misschien belangrijk, maar toch zou je op deze manier niet moeten willen ondernemen. Het risico is te groot en jij hebt als eigenaar ook de verantwoordelijkheid voor de continuïteit.

EN HOE LANG KAN DE HELD OP VAKANTIE?

De ondernemer gaat twee weken op vakantie. Dag drie gaat de telefoon alweer. Een klant wil alleen met hem praten, een medewerker durft geen prijs af te geven en een belangrijke beslissing blijft liggen.

Dan weet je eigenlijk genoeg. Tijd voor actie!

**DE VRAAG: HOE AFHANKELIJK IS JOUW
BEDRIJF VAN JOU ALS ONDERNEMER?**



VALKUIL 3. GEEN IDEE HEBBEN WAAR JE BEDRIJF NAARTOE GAAT

Veel bedrijven groeien jarenlang op energie, kansen en ondernemerschap. Een plan zit vaak in het hoofd, maar staat niet op papier

“Dat kwam op ons pad.”

“Die klant kende ik toevallig.”

“Toen zijn we dat er ook maar bij gaan doen.”

Prima tijdens de groeifase, maar minder handig zodra je groter en professioneel wordt en al helemaal niet als iemand je bedrijf wilt kopen.

WAT IS JOUW PLAN?

Een koper vraagt eigenlijk altijd: “Waar komt de groei de komende drie jaar vandaan?”

Nou ja... we kunnen nog wel wat meer klanten aannemen. En we groeien ieder jaar wel door”

Dat is geen strategie. Dat is hoop.

Een koper wil zien dat er een verhaal achter de cijfers zit. Dus maak een plan. Dit kan zelfs op 1A4. Wat zou je allemaal met je bedrijf kunnen doen? Wat zijn de kansen in de markt? Zou je je assortiment of dienstverlening kunnen uitbreiden?

DE VRAAG: HOE ZIET MIJN BEDRIJF ER OVER 3 JAAR UIT?



VALKUIL 4. TE TROTS ZIJN OP DIE MEGA KLANT

Wij werken al vijftien jaar voor deze klant.”
Klinkt natuurlijk fantastisch.

Tot blijkt dat diezelfde klant 38% van je omzet vertegenwoordigt.

Dan ziet een koper niet alleen een trouwe klant. Hij ziet vooral een risico met een strik eromheen. En dat wil je voorkomen door een goede klantenspreiding te hebben.

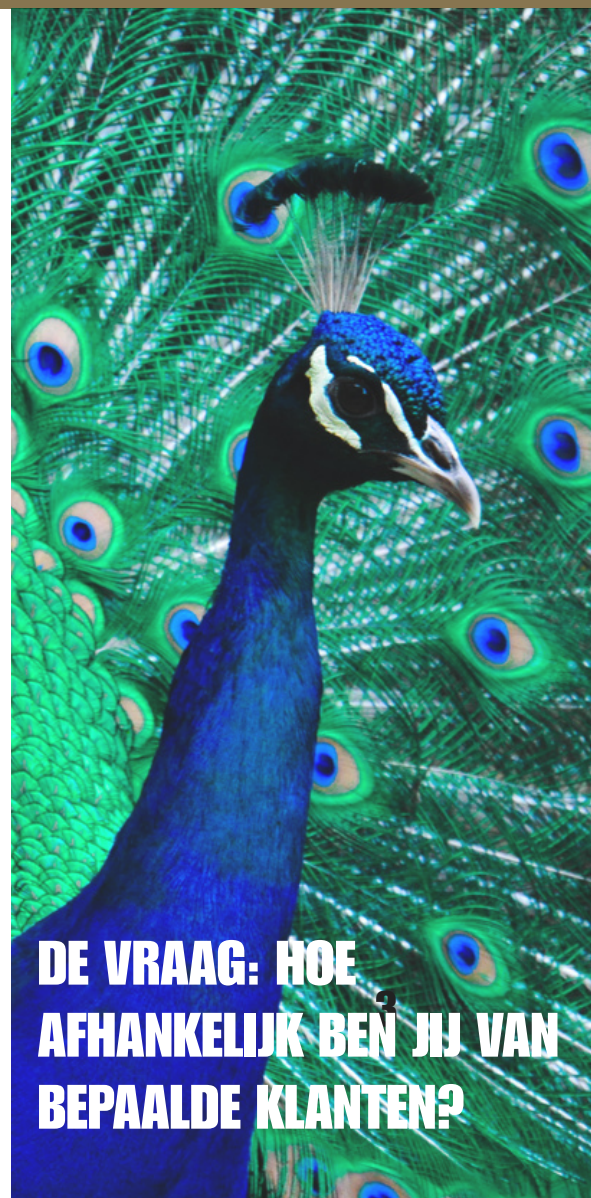
WAT IS JE KLANT WAARD?

Ik zie vaak bedrijven in een verkoopproces met trouwe klanten vanaf het eerste uur. Waarbij een ondernemer dan zegt: “Die klant gaat nooit weg.”

Mijn vraag is dan: “Staat dat ergens op papier? Is er een contract?”

Vaak zijn dit soort ‘oude’ contracten niet op orde.

Dan is vijftien jaar vertrouwen ineens een stuk minder waard dan je dacht. En om dan iedere klant binnen korte tijd een contract te laten tekenen kost veel tijd en wekt argwaan. Dus check je contracten op tijd!



**DE VRAAG: HOE
AFHANKELIJK BEN JIJ VAN
BEPAALEN KLANTEN?**

VALKUIL 5. ONDERNEMEN ALS EEN LABRADOR

Ik merk in mijn advieswerk dat veel MKB-ondernemers vaak best naïef zijn. Ik was dat namelijk zelf ook. Ik vertrouwde altijd mensen, ging uit van goede intenties en dacht: dat komt wel goed. Ik was een echte labrador: iets te goed van vertrouwen. Een aantal rechtszaken verder ben ik harder geworden om mezelf te beschermen.

Wees in je ondernemerschap dus altijd alert. Leg alle afspraken goed vast en zorg voor goede juristen die voor jou de kleine letters, punten en komma's kunnen plaatsen. Want ooit heb je ze heel hard nodig.

KUN JIJ HET GEVECHT AAN MET EEN PITBULL?

Wanneer je besluit je bedrijf te verkopen, dan heb je adviseurs nodig waarop je kunt bouwen.

De vriendelijke koper aan tafel waarmee wij in zee gingen, bleek dus later een pitbull te zijn die op ieder detail zijn voordeel probeerde te halen. Sindsdien weet ik: vertrouwen is goed, maar naïef ondernemen is iets anders. Blijf een labrador in de relatie, maar zorg dat je een pitbull kunt zijn als het nodig is. En als je dat moeilijk vindt, dan kun je je adviseur naar voren sturen.

**DE VRAAG: WELK
TYPE BEN JIJ?**



VALKUIL 6. DENKEN: MIJN ACCOUNTANT KENT DE CIJFERS WEL

Veel ondernemers zijn door de drukte van alledag niet echt proactief met hun cijfers bezig. Vaak vertrouwen ze vooral op de jaarrekening die de accountant één keer per jaar presenteert.

De accountant kent de grote lijnen, maar als jij zelf dieper in je cijfers duikt, kun je veel beter zien waar kansen liggen om meer winst te maken. Die inzichten vormen vervolgens een sterke basis voor je strategie.

DOE DE CHECK: HOE DIEP GA JIJ DE CIJFERS IN?

Een koper kijkt verder dan omzet. De kernvragen zijn: wat blijft er per klant over, hoeveel omzet keert terug en hoe voorspelbaar is de winst?

Een voorbeeld. In je jaarrekening zie je dat de omzet is gestegen, maar pas als je verder kijkt ontdek je dat één productgroep nauwelijks marge oplevert.

Door je prijzen aan te passen, kosten te verlagen of meer focus te leggen op winstgevendere producten, kun je direct je resultaat verbeteren.

Die inzichten vormen vervolgens een sterke basis voor je strategie.



VALKUIL 7. JEZELF VERGETEN IN JOUW ONDERNEMERSCHAP

Dit vind ik misschien wel één van de meest onderschatte punten en hier kom ik vaak op terug in interviews en lezingen die ik geef. Ondernemers zijn voor 100% bezig met hun bedrijf en besteden al hun tijd aan o.a. cijfers, fiscale en juridische zaken.

Maar bijna geen enkele zakelijke adviseur vraagt:
Ben jij nog gelukkig in de rol en binnen je bedrijf?
Of is het tijd voor een andere koers?

EEN GEVANGENE BINNEN JE BEDRIJF

Voor mijn boek Verkoopgeluk interviewde ik mijn ouders. Zij namen in 1973 de schoenenzaak van mijn opa en oma over. Terwijl mijn vader toen al wist dat verkopen niet in zijn bloed zat en niet zijn passie was.



Toch hielden ze de winkel 40 jaar draaiende. Mijn vader grotendeels met een grote dosis tegenzin. Waarom stopte hij er in die tijd niet mee? “Dat was ‘not done’ richting de familie” was altijd zijn antwoord.

Daar heb ik veel van geleerd. Want hoe vast je ook denkt te zitten in je bedrijf: je hebt bijna altijd meer opties dan je denkt. Doorgaan zonder iets te veranderen kost vaak uiteindelijk meer (energie) dan het roer durven omgooien. Mijn vader heeft tot de dag van vandaag spijt van zijn beslissingen.

VAKUIL 8. IEDERE KLANT KONING MAKEN

“Wij leveren maatwerk.”

Klinkt natuurlijk klantgericht. Maar in de praktijk betekent het vooral dat iedere klant iets anders krijgt.

Een andere prijs. Een ander proces. Een andere afspraak.
En natuurlijk weet alleen jij nog precies wat er ooit is beloofd.
Wanneer je je bedrijf verkoopklaar wilt maken,
dan zul je bepaalde koningen teleur moeten stellen.

DOE DE CHECK: HOEVEEL KLANTEN ZIJN BIJ JOU KONING?

Zeker in de beginfase van je onderneming doe je concessies om klanten aan boord te krijgen.

Maar soms heeft een bedrijf heeft honderd klanten en bijna honderd verschillende afspraken.

De ondernemer noemt dat service.
Een koper noemt dat complexiteit en zit niet te wachten op dit soort afspraken.

Maatwerk kan waardevol zijn, maar vraag jezelf af: wat kunnen we standaardiseren zonder onze klantgerichtheid kwijt te raken? Dat maakt het voor jouw medewerkers en staks voor een koper een stuk makkelijker!



VALKUIL 9. VERLIEFD WORDEN OP DE EERSTE KOPER



Bij heel veel bedrijven staat de telefoon roodgloeiend momenteel, want er is veel geld in de markt en er zijn veel partijen die overnames doen. Stel: Een partij klopt onverwacht bij jou aan. “We hebben interesse in jullie bedrijf.”

En ineens begint je hoofd te draaien en je voelt je vereert. Wat zouden ze betalen? Misschien is dit hét moment. Voor je het weet zit je aan tafel, terwijl je zelf nog helemaal niet hebt bepaald hoe lang je nog door wilt werken en of je hier überhaupt klaar voor bent.

KOM VAN DIE ROZE WOLK AF

Veel ondernemers die op een bod zijn ingegaan, moesten snel schakelen en zaten ineens in het traject.



Pas tijdens het proces bleek hoeveel waarde er nog te creëren was met bijv. een sterker managementteam, betere contracten en minder klantafhankelijkheid.

Ik sprak een ondernemer tijdens een van de Rabobank workshops en hij had achteraf spijt. “Wanneer je in gesprek gaat, stap je de achtbaan in en je kunt niet meer makkelijk terug. De energie als ondernemer ebt weg en “De geest is als het ware ineens uit de fles”.

Was hij 2 jaar eerder begonnen, dan was zijn onderhandelingspositie waarschijnlijk ook heel anders geweest. En de vraag was dan ook, waren er niet meerdere partijen geïnteresseerd? Dus denk goed na of je deze stap al wilt zetten en of het je juist niet onrustiger maakt?

VALKUIL 10.DENKEN DAT VRIJHEID ALLES IS

Ik stond in de Quote. Helaas niet met mijn vermogen, maar wel met mijn eigen quote

“Vrijheid klinkt leuk, maar niksdoen is de pure hel”.

Veel ondernemers dromen van vrijheid.
Geen personeel en volle agenda. Gewoon even helemaal niets.
Klinkt heerlijk. Toch?

Hmmm.

WAT IS JOUW DEFINITIE VAN VRIJHEID?



De eerste weken voelen vaak als vakantie. Uitslapen, lunchen, sporten, reizen. Maar daarna kan er iets gaan knagen.

Want als je jarenlang gewend bent geweest om 'nodig' te zijn, beslissingen te nemen en te bouwen, kan niets hoeven doen verrassend ongemakkelijk voelen. Een aantal ondernemers die ik gesproken heb, zijn er zelfs depressief van geworden. De zingeving ontbak en het bezoeken van alle golfbanen in Europa gaf toch geen voldoening.

De vraag dus tijdens jouw ondernemersreis is niet alleen: wat wil ik niet meer? Maar vooral: wat wil ik nu en straks wél en waar kan ik mijn energie, tijd en ambitie in kwijt? Vrijheid is pas echt fijn als je weet wat je ermee wilt doen.

**BEN JIJ KLAAR VOOR DE
VOLGENDE STAP IN JOUW
ONDERNEMERSSCHAP EN KUN
JE HIERBIJ HULP GEBRUIKEN?**



**GRAAG ONDERSTEUN IK JE BIJ
JOUW AMBITIES EN PLANNEN,
ZODAT JE WAARDE CREËERT
EN JE KLAAR BENT VOOR DE
TOEKOMST.**

**MONIQUE DELSINK
MONIQUE@VERKOOPGELUK.NL
06-43727952**