

Effectiever efficiënter werken

189 tips
van
28 experts

Bites &
Business

COLOFON

Dit e-book kwam tot stand dankzij de inzet van 28 leden van Bites & Business: Alien Vaartjes, Callista Roelofs, Danielle Bieshaar, Denise Cecile, Gwendoline Teske, Imke van Bree, Ingelise de Jongste, Isabelle Rademakers, Jacqueline Hulleman, Jeska Stuip, Jojanneke Koedam, Karianne Schippers, Linda Thuijs, Liselotte van Wickeren, Masja Slootweg, Margriet Hofland, Marie-Claire van Poelje, Marijke Krabbenbos, Petra Noordhuis, Renate van Schie, Rianca den Ouden, Riet de Vlieger, Rose Bönig, Sandra van der Kuilen, Saskia van Lamoen, Sigrid van Iersel, Sylvie Mellenbergh, Yoke van Lent.

De samenstelling, eindredactie en vormgeving zijn gedaan door Marijke Krabbenbos en Claudia Lukkien. Claudia Lukkien (B&B Amsterdam) is ondernemersassistent en in te zetten voor allerlei klussen. Zij is goed in het ondersteunen van ondernemers bij hun doelen. Je kunt haar bereiken op clukkien@planet.nl.

De vormgeving van de cover is gedaan door Linda Thuijs van www.linnenart.nl.

Over Bites & Business

Bites & Business is een netwerk voor ondernemende vrouwen, in loondienst en zelfstandig. Bites & Business organiseert op 20 plaatsen in Nederland netwerkdiners, waarbij kennismaken, elkaar inspireren en elkaar verder helpen centraal staan. Er is nooit een spreker of een thema, dus veel gelegenheid tot netwerken. Ondernemende vrouwen hebben immers zelf genoeg gesprekstof. Met behulp van de enveloppenmethode krijgt iedereen tips en suggesties van anderen voor haar actuele vraagstuk.

Bites & Business is in 2007 opgezet door Marijke Krabbenbos en heeft inmiddels meer dan 1.000 leden.

VOORWOORD

Voor je ligt het eerste e-book van Bites & Business. Een boek boordevol bruikbare tips van deskundige vrouwen. De thema's zijn werkgerelateerd, de artikelen kort en krachtig. Elk artikel bevat zeven praktische tips. Elke auteur is lid van het netwerk Bites & Business. Aan het eind van elk hoofdstuk vind je meer informatie over de auteur. Neem gerust zelf contact met haar op, want ze wil je graag meer vertellen over haar expertise.

Het e-book is ontstaan toen ikzelf gevraagd werd om een artikel te schrijven met daarin zeven tips. Dat bracht mij op het idee om leden van Bites & Business te vragen hun zeven tips in te sturen en op die manier kennis en ervaring met elkaar te delen. De belangstelling was groot!

Samen met ondernemersassistent Claudia Lukkien heb ik het e-book samengesteld en geredigeerd. Op 20 juni 2014 was de feestelijke e-bookpresentatie tijdens een borrel.

Leeswijzer

Uiteraard is niet elk artikel voor iedereen even relevant.

Werk je in een (grote) organisatie, doe dan je voordeel met de artikelen over elkaar aanspreken (p. 15), een goede balans (p. 21), het vergroten van je impact en je uitstraling (p. 24, 30 en 35), een levendige strategie (p. 54) en hoe hoger te komen op de zakelijke ladder.

Ben je net begonnen met ondernemen, lees dan vooral de tips over een prettige werkplek, samenwerken met je vormgever (p. 33), ontspannen presenteren (p. 39), het opzetten van je administratie (p. 42 en 48), het fundament onder je droomplan (p. 51) en de tips voor on-line vindbaarheid (p. 72, 81 en 84).

Ik wens je veel leesplezier en alle succes in je werk toe!

Marijke Krabbenbos

oprichter Bites & Business

INHOUDSOPGAVE

persoonlijk effectiviteit

Zeven tips voor meer vitaliteit op je werk door Sandra van der Kuilen (B&B Amersfoort)	6
Zeven tips voor omgaan met tegenslag door Rianca Evers-de Ouden (B&B Twente)	9
Zeven ingrediënten voor een prettige werkplek door Yoke van Lent (B&B Limburg) Saskia van Lamoen (B&B Twente)	12
Zeven stappen om elkaar aan te spreken door Alien Vaartjes (B&B 't Gooi)	15
Zeven tips om bij jezelf te blijven door Jojanneke Koedam (B&B Den Haag)	18
Zeven tips voor goede balans in je werk door Callista Roelofs (B&B Stedendriehoek)	21

presentatie

Zeven ingrediënten voor een overtuigende uitstraling door Imke van Bree (B&B Den Haag)	24
Zeven huisstijlkleuren besproken door Linda Thuijs (B&B Zwolle)	27
Zeven tips om je impact te vergroten door Sylvie Mellenbergh (B&B 't Groene Hart)	30
Zeven tips voor een goede samenwerking met je vormgever door Jeska Stuip-Wiersma (B&B 't Groene Hart)	33
Zeven tips voor een geweldige uitstraling door Riet de Vlieger (B&B 't Groene Hart))	35
Zeven tips om van je presentatie een succes te maken door Jacqueline Hulleman (B&B Amsterdam)	39

administratie

- Zeven rubrieken om je papieren in te organiseren** 42
door Isabelle Rademakers (B&B Amsterdam)
- Zeven belastingtips voor de (startende) ondernemer** 45
door Renate van Schie (B&B Amersfoort)
- Zeven tips voor een zorgeloze administratie** 48
door Margriet Hofland (B&B Haarlem)

strategie

- Zeven tips voor een stevig fundament onder jouw droomplan** 51
door Karianne Schippers (B&B Amsterdam)
- Zeven tips voor een levende strategie** 54
door Denise Cecile (B&B 't Gooi)
- Zeven tips om de zakelijke ladder te beklimmen** 57
door Daniëlle Bieshaar (B&B Almere)
- Zeven ingrediënten voor een goede brainstormsessie** 60
door Marijke Krabbenbos (B&B Amsterdam)
- Zeven tips om in een flow te komen** 63
door Sigrid van Iersel (B&B Den Haag)
- Zeven tips voor adviseren met invloed voor HR-professionals** 66
door Rose Bönig (B&B Amsterdam)
- Zeven ingrediënten voor een goede kinder-app** 69
door Liselotte van Wickeren (B&B Amsterdam)

marketing

- Zeven tips voor meer bereik op met Facebook-pagina** 72
door Masja Slootweg (B&B Haarlem)
- Zeven tips om je webwinkel vindbaar te maken** 75
door Gwendoline Teske (B&B Amsterdam)
- Zeven tips bij telefonische acquisitie** 78
door Marie-Claire van Poelje (B&B Utrecht)
- Zeven tips voor een verleidelijke website** 81
door Petra Noordhuis (B&B Twente)
- Zeven tips voor on-line vindbaarheid: SEO** 84
door Ingelise de Jongste (B&B Amsterdam)

Zeven tips voor meer vitaliteit op je werk

door Sandra van der Kuilen (B&B Amersfoort)



Vitaliteit is een steeds meer besproken term in het management van veel bedrijven. Vitale werknemers zijn minder vaak ziek, zijn productiever en schelen de werkgever een hoop geld. Daarom wordt veel geld gestoken in het verbeteren van de leefstijl van werknemers; een appel bij de lunch, bedrijfs-fitness of een cursus timemanagement.

Maar vitaliteit is meer. Het is een mix van fysiek, mentaal en emotioneel welbevinden. Misschien werk jij voor jezelf of doet jouw werkgever er niets aan. Vitaliteit begint bij jezelf, bij het zorgen voor jezelf op elk gebied.

Werken aan je vitaliteit doe je niet alleen om ziek worden te voorkomen, maar ook voor meer

levensgeluk. Thuis en op je werk. Gewoon voor een lekker lang, leuk leven! Hieronder zeven tips die je helpen naar meer vitaliteit tijdens je werkdag.

Tip 1: ademhalen, ademen is alles

Een ontspannen manier van ademhaling leidt tot minder stress, een beter concentratievermogen, meer zuurstof naar je organen en een fit gevoel.

Begin je werkdag als eerste met een ademhalingsoefening. Blijf als de wekker is gegaan even liggen met je ogen dicht en adem in. Heel bewust en alleen denkend aan je ademhaling. Volg de lucht die via je neus naar binnen stroomt. Die luchtstroom gaat via je borstkas door naar je buik. En weer terug. Adem zo lang als mogelijk uit. Zorg ervoor dat je uitademing in elk geval langer duurt dan je inademing. Als het lukt, kun je na de uitademing wachten met de volgende ademteug tot je niet meer anders kan.

Tip 2: ontbijten, je bent wat je eet

Voeding dient als bouwstof en brandstof voor je lijf. Cellen vernieuwen continu, je hersenen draaien volledig op glucose en de juiste brandstoffen leveren energie voor een goede start van de dag.

Ontbijt voor je werkdag begint met een stevig ontbijt. Geef je lijf wat het nodig heeft om op te starten en voorkom snaaimomenten op een later tijdstip. Eet brood als je dat wilt, yoghurt met muesli, fruit, een omelet of een stukje gebraden kip met rauwkost. De mogelijkheden zijn eindeloos. Maar eet voldoende en gevarieerd.

Tip 3: drink de hele dag; eerst water, de rest komt later

Je lichaam bestaat voor ruim 65% uit water. Water is nodig voor o.a. het afvoeren van afvalstoffen. Je verliest continu vocht via je huid en door de ademhaling, in de nacht verlies wel een halve liter.

Starten met een kop koffie lijkt voor velen precies dat wat nodig is voor een goede start van de dag. Het is echter slechts een ongezonde, aangeleerde gewoonte met het grote voordeel dat je er wakker van wordt. Wat betreft het zorgen voor je vochthuishouding kun je beter starten met een of twee glazen water en dan pas de koffie. Een glas bij het ontwaken en een bij het tandenpoetsen geeft je de mogelijkheid om daarna op je gemak te genieten van een kopje thee of koffie. Kies door de dag heen ook regelmatig voor water. Beperk je tot maximaal 4 kopjes koffie of thee en kies voor de afwisseling voor kruidenthee, smaakjeswater of wat vers vruchtensap (1 per dag).

Tip 4: verdeel je energie, de boog kan niet altijd gespannen staan

Dit ingrediënt is eigenlijk een combinatie van twee: voeding en rust. Zo werk je aan de energie-inname en energie-opname. Als dat niet efficiënt werken is ;)

Om tussentijdse dipjes te voorkomen eet je het liefst verdeeld over de dag. Eet in alle rust. Laat je werk even voor wat het is, kijk even lekker naar buiten of loop een blokje om. Kies voor eiwitrijke, suikerarme maaltijden en laat je lunch duidelijk groter zijn dan de tussendoortjes. Hiermee houd je je bloedsuikergehalte neutraal, volgt er geen after-dinner dip met vermoeidheid en snaaibehoeft en geef je jouw lijf voldoende energie om de rest van de dag door te komen.

Tip 5: bewegen, ontspannen door inspannen

Inactiviteit is voor je lichaam en je geest erg ongezond. Wist je dat na 50 minuten inactiviteit je stofwisseling in de ruststand komt? En dat je lichaam zich razendsnel aanpast aan wat je ervan vraagt? Moet jij voor je werk veel zitten, dan wordt je daar heel snel heel erg goed in. Maar of je daar fitter van wordt....

Ga na elke 50 minuten zitten 2 tot 5 minuten bewegen. Een rondje lopen, de trap op en neer, doe een dansje of maak een aantal kniebuigingen. Wees creatief en schakel zo mogelijk je collega's in. Doe wie het eerste boven is met de trap of houdt het overleg tijdens een wandelingetje. Eigen baas? Zorg voor wat fitnessapparatuur in huis, zo kunnen er makkelijk tijdens het overleg wat kilometertjes worden afgelegd op de fiets of roeimachine.

Tip 6: organiseren en doen, een slimme meid begint voorbereid

Met gemak kun je jouw dagen vullen met zaken die eigenlijk niet zo belangrijk zijn. Taakjes tussendoor, social media bijhouden, een collega bijstaan. Voor je het weet is je dag weer om, zit je eigenlijke werk nog in je hoofd en erger nog; in je tas voor thuis. Voorkom "vervuiling" van je werkuren, maak een plan en houd je daar aan voor je andere dingen doet.

Start je werkdag met het overdenken van wat je die dag precies gaat doen. Maak een prioriteitenlijstje en hang die op een zichtbare plek. Overdenk goed wat absolute prioriteit heeft en zet die bovenaan. Plan hiervoor tijd in je agenda en zorg voor een niet-storen beleid voor dat moment. Dus zet je telefoon uit, zet je afwezigheidswizard aan en regel een alternatief voor spoedsituaties. Je bent als het ware in een belangrijk overleg met jezelf. Heb je de prioriteitenlijst afgewerkt? Kijk dan met een voldaan gevoel wat er nog ligt, wie geprobeerd heeft contact te maken en hoe je de rest van je tijd het beste kan invullen.

Tip 7: gevoelens uiten, maak van je hart geen moordkuil

Stress is een ware killer voor je vitaliteit. Regelmatig rusten, goed slapen en genoeg bewegen dragen bij aan een goede stressmanagement. Persoonlijke ontwikkeling, assertiviteit, sociale vaardigheden en waardevolle contacten horen daar ook bij. Omgaan met werkgevers, werknemers of collega's kan soms tot problemen leiden.

Zorg samen voor een goede sfeer. Eerlijkheid en waardering zijn daarbij belangrijk. Geef dagelijks een compliment aan één van de mensen waar je mee werkt. Sta even stil bij wat je zo aan die ander waardeert en laat dat blijken. Gaat het niet helemaal zoals je wilt; geef het aan, op een rustige manier en vertel vooral wat en hoe je het anders zou willen.

Over de auteur



Sandra van der Kuilen is zich na haar carrière als (kinder)verpleegkundige verder gaan ontwikkelen op het gebied van gezondheidsgedrag. Bij het Hamelcollege behaalde ze haar diploma voedingscoach en lifecoach en volgde ze diverse workshops en cursussen op het gebied van gezondheid en leefstijl.

Op dit moment volgt ze de opleiding tot Functional Personal Trainer. Als leefstijlcoach heeft ze haar praktijk GezondeStijl opgericht waar ze particulieren begeleidt naar een blijvende verandering op het gebied van leefstijlgedrag. Na het behalen van het diploma FPT zal ze zich als vitaalcoach inzetten om bedrijven en particulieren op weg te helpen naar het verbeteren van de vitaliteit.

www.gezondestijl.nl

Zeven tips voor omgaan met tegenslag

door Rianca Evers-de Ouden (B&B Twente)



Misschien ken je ze wel, de mensen wie alles ogenschijnlijk goed afgaat. Alsof het nooit eens even tegenzit. En zelfs als ze tegenslagen hebben, blijven ze optimistisch en proberen er het beste van te maken. Is dit voor jou nog een utopie? Zou je het willen leren, beter omgaan met tegenslag? Hier zijn enkele tips die je kunnen helpen.

Waarom vinden we tegenslag eigenlijk zo moeilijk te accepteren? Terwijl we toch eigenlijk wel weten dat het onvermijdelijk is? Denken we soms dat we recht hebben op geluk? Laatst las ik een mooie anekdote hierover:

Iemand komt bij een wijze, oude man en zegt: I want happiness! De oude wijze man antwoordt hierop:

"Remove I – that's for ego.
Remove Want- that's desire.
What you will have left is happiness."

Welke tip kunnen we hieruit halen?

Hieronder vind je zeven tips om beter om te gaan met tegenslag.

Tip 1: accepteer dat tegenslag erbij hoort

Zodra we er op gaan rekenen dat alles goed gaat, vanzelf gaat en dat het nooit eens tegenzit, zal elke tegenslag inslaan als een bom. Als je weet dat nu en dan een tegenslag erbij hoort, zul je het sneller kunnen accepteren en brengt het je minder uit je evenwicht.

Tip 2: wees realistisch over je eigen invloed en die van anderen op je situatie

Veel mensen hebben de neiging om hun eigen invloed op de situatie te onderschatten. Ze schrijven alles wat er gebeurt toe aan de omstandigheden, aan andere mensen, aan de brug die openstond, de receptioniste die chagrijnig keek....We noemen dit ook wel 'externe attributie'. Deze mensen ervaren weinig controle over de gebeurtenissen, ze hebben als het ware het gevoel dat alles hen "overkomt".

Andere mensen denken juist dat ze zelf alles in de hand hebben. Ze gaan ervan uit dat een gezond leven, evenwichtig bestaan en hard werken hen kan behoeden voor tegenslagen. Als er iets vervelends gebeurt, gaan ze ervan uit dat ze zelf steken hebben laten vallen of in ieder geval niet hard genoeg hebben gewerkt om tegenslagen te voorkomen. Dit noemen we 'interne attributie'.

Aangezien we hadden geconstateerd dat tegenslagen onvermijdelijk zijn, kun je je voorstellen dat ook deze mensen het erg moeilijk krijgen omdat ze te streng zijn voor zichzelf.

Een realistische kijk op de situatie, jouw eigen invloed en die van anderen op de situatie helpt om zaken in perspectief te zien. De volgende tip kan hier ook bij helpen.

Tip 3: schrijf van je af

Tegenslagen gaan vaak met (veel) emotie gepaard en vaak blink je op zo'n moment niet uit in overzicht. Schrijven kan helpen om je emoties onder controle te krijgen. Ook geeft schrijven je een beter zicht op wat er precies gebeurde en wat ieders rol was in de situatie. Schrijven kan op verschillende manieren, dat hangt af van je stemming en situatie en van de mate waarin je gewend bent te schrijven. Vaak gaat het van ruw naar fijn:

1. Eerst van je afschrijven wat er maar in je opkomt zonder te censureren. Dit helpt je je hoofd leeg te krijgen en tot rust te komen
2. Schrijf nu zo feitelijk mogelijk op wat gebeurde en hoe je erop reageerde. Dit zou heel goed de volgende dag of de volgende week kunnen zijn
3. Bespreek, als je dit wilt, je bevindingen met de betrokkenen, en stel je aantekeningen bij

Tip 4: bedenk welke les je kunt trekken uit de situatie

De mate waarin mensen zaken toeschrijven aan het toeval of geloven dat er een reden voor is, verschilt. Ik ben zo iemand die gelooft dat alles met een reden gebeurt en als ik terugkijk naar de afgelopen jaren van mijn leven zie ik daar de bevestiging van.

Maar los van je persoonlijke opvattingen kun je altijd iets leren uit een situatie. Soms kom je erachter dat je een tegenslag had kunnen voorkomen of beperken. Soms krijg je steun uit onverwachte hoek en hebt er zomaar een vriend(in) bij. Soms ontwikkel je een eigenschap of ontdek je een nieuwe kant van jezelf.

Als je de les van de situatie kunt en wilt leren, wordt de tegenslag een zinvolle ervaring.

Tip 5: besef dat het tijdelijk is

Toen mijn kinderen klein waren heb ik het vaak gehoord: het is echt een fase, het gaat weer over. Ja, over een poosje slapen ze weer door. En echt, die zwemlessen ben je over een jaar ook weer vergeten.

Als je er middenin zit, zie je dat soms nog niet zo. Maar later zie je de betrekkelijkheid van alles. Je hebt een tegenslag over het algemeen niet voor de rest van je leven. En zelfs een min of meer chronische situatie zal binnen afzienbare tijd leiden tot een andere invulling. Met andere woorden: de situatie waar je nu in zit, zal niet eeuwig duren.

Tip 6: lach om jezelf, zie de humor in van een situatie

Ik heb het inmiddels gekoesterd, maar oh, wat was dat lastig. Altijd als ik ergens spreek of train, klopt er iets niet aan mijn outfit (knoop van mijn colbertje, vlek in mijn shirt, ladder in mijn panty) of laat de techniek me in de steek. Natuurlijk heb ik in de loop van de tijd steeds meer van dit soort dingetjes weten te elimineren, maar eigenlijk heb ik nog iets veel belangrijkers geleerd.

Mensen vinden dit stukje imperfectie geweldig. Mijn beoordelingen zijn altijd goed en er staat zelden iets in als : "mooie presentatie maar de lipstick zat niet goed". Ik heb het gekoesterd als iets dat bij mij hoort en meerwaarde heeft. En ja, ik lach er ook om. Sterker nog, anekdotes over wat er bij mij mis ging, gebruik ik met veel plezier weer in een volgende lezing of training.

Tip 7: vertrouw op jezelf, bedenk een oplossing

Een tegenslag kan je overweldigen, omdat het kenmerk nu eenmaal is dat je het niet verwacht had. Het overvalt je en kan je lam slaan. Accepteren, het in perspectief zien, de les eruit trekken en de humor ervan inzien kan je allemaal helpen.

Maar vergeet vooral ook niet de kracht die je in je zit om deze situatie het hoofd te bieden. Vooral ook als het gaat om situaties die anderen hebben doen ontstaan. Dit wil niet zeggen dat jij de oplossing niet kunt bedenken! Ga ermee aan de slag, kijk wat in jouw mogelijkheden ligt en maakt er het beste van. Dan ontwikkel je veerkracht en kun je effectief terugveren bij tegenslag!

Over de auteur



Rianca Evers-den Ouden is eigenaar van Plannetarium Training en advies. Als zelfstandig trainer en adviseur ondersteunt zij personen en teams in het ontdekken van en werken met hun kernkwaliteiten.

Zij geeft trainingen in de ontwikkeling van veerkracht, motivatie en persoonlijke effectiviteit. Daarnaast is zij gemeenteraadslid in haar woongemeente Twenterand.

www.plannetarium.nl

Zeven ingrediënten voor een prettige werkplek

door Yoke van Lent (B&B Limburg) Saskia van Lamoen (B&B Twente)

Een werkplek, we hebben er allemaal minstens één. Of het nu een hoekje op zolder is of een directiekantoor; je zit er vaak. Heb jij bewust nagedacht over je werkplek toen je deze ging inrichten?

Wij (Yoke & Saskia) hebben onze krachten gebundeld als ergocoach en interieurarchitect zodat we je vanuit beide disciplines de 7 beste ingrediënten kunnen geven om je werkplek te optimaliseren. De eerste drie zijn van Saskia, de laatste vier van Yoke.

Ingrediënt 1: kleuren zeggen veel

Heb jij allemaal witte wanden om je heen? Of heb je het eindelijk aangedurfd om een wand knalgeel te schilderen maar heb je het idee dat je er moe van wordt? Kleuren doen bewust en onbewust heel veel met ons. Hieronder een beknopte samenvatting zodat je kan kijken welke kleur bij je past.

- Wit staat voor ontspanning, reinheid en is onschuldig. De veilige keuze.
- Geel staat voor zonnig. Het fleurt donkere kamers op maar kan je door de intensiteit sneller moe maken.
- Oranje staat voor positiviteit en creativiteit. Het verdrijft depressieve gevoelens.
- Rood staat voor passie, actie en liefde. Het geeft extra intimiteit, energie en verhoogt de eetlust.
- Roze staat voor lieflijkheid, zachtheid en onschuld. Hardere roze kleuren hebben meer de eigenschappen van rood.
- Paars een veelzijdige kleur. Sommige tinten staan voor spiritualiteit, zwoelheid en gevoeligheid. Warme paarsen hebben dezelfde eigenschappen als de roden. Koele paarsen hebben dezelfde eigenschappen als blauwe kleuren.
- Blauw is de meest productieve kleur en staat voor zuiverheid en frisheid.
- Groen staat voor gezondheid en bewustzijn. Het maakt je ook actiever op een prettige manier.
- Bruin is de kleur van de aarde en staat voor nuchterheid en rust.
- Grijs staat voor het veranderlijke maar ook voor elegantie en geborgenheid.
- Zwart staat voor zakelijk, stijlvol, strak, serieus en streng. De gedurfde keuze

Nog iets om rekening mee te houden: warme kleuren maken je ruimte optisch kleiner, terwijl koele tinten je ruimte juist groter maken.

Ingrediënt 2: straalt je kantoor net als je onderneming?

Als ondernemer heb je waarschijnlijk een duidelijk beeld waar je voor staat en waar je met je bedrijf naar toe wilt. Je werkplek is DE plaats waar je dit tentoon kan stellen. Door je meubilair, de kleuren en materialen die je gebruikt en door de manier waarop je de ruimte indeelt. Zelfs de kopjes en schotels die je gebruikt en die thee en koffie die je schenkt werken mee aan de beleving. Niet alleen voor jezelf maar ook voor de mensen die je ontvangt, je (potentiële) klanten. Zij kunnen dan ook zien en beleven waar je voor staat.

Een paar extreme (verzonnen) voorbeelden hoe het niet moet om het wat duidelijker te maken;

In die dure bruidsmodezaak krijg je je koffie in een wegwerp bekertje....

Bij dat laagdrempelige re-integratiebureau moet je wachten aan een glazen tafel met strakke design krukjes eromheen.....

Ingrediënt 3: licht en verlichting

Een heerlijke heldere dag, het zonnetje schijnt en jij zit lekker achter je computer te werken. Totdat de zon zich zo verplaatst dat deze op je scherm of in je gezicht schijnt.... De ideale werkplek staat loodrecht op het raam. Wanneer je rechts bent kun je het raam het best links van je hebben en vice versa.

Lampen kun je ook het best links hebben wanneer je rechtshandig bent en beter achter je beeldscherm dan ervoor. Op deze manier zit je nooit in je eigen schaduw te werken en heb je geen weerkaatsing op je beeldscherm.

Ingrediënt 4: instellen best belangrijk!

Waar je ook werkt, op een kantoor bij je werkgever, op je thuiswerkplek of in een flexkantoor, maak bewust gebruik van je werkplek, voel en ervaar!

Je stoel instellen zoals dat op de standaard plaatjes staat kan iedereen. Maar ervaar vooral hoe dat dan voor jou zit en werkt.



Ingrediënt 5: werken met de laptop of tablet

Wat is het werken met een laptop of tablet toch makkelijk. Op de bank, in de tuin, overal kunnen ze worden meegenomen. Hou vooral in de gaten hoelang je aan de slag gaat met deze middelen. Een laptop kan je beter op een standaard zetten. Maak gebruik van een los toetsenbord en muis als je de hele dag aan 't werk bent. En een tablet? Wat mij betreft alleen voor kleine aantekeningen of korte momenten.

Ingrediënt 6: omgaan met afleidingen

Zo makkelijk gezegd, maar zo lastig! Het blijft erg verleidelijk om steeds even op Facebook te kijken of iemand al op je post heeft gereageerd. Of even lezen wat in de mail staat. Hou het heft in eigen handen en laat je niet meeslepen. Maak een planning en hou je eraan. Zet in de planning ook wanneer je aan de mails gaat werken en wanneer je op Facebook kijkt.

Maar afleidingen kunnen ook telefoontjes of collega's zijn. Wees duidelijk naar de mensen in je omgeving. Maak een afspraak als het je op dat moment niet uitkomt. Dat kan zowel met mensen die bellen ('Zullen we een belafpraak plannen? Dan heb ik alle tijd om naar je te luisteren en heb je mijn volledige aandacht'.) als collega's die een babbeltje komen maken ('Zullen we samen lunchen? Dan hoor ik graag hoe je weekend is geweest'.).

Ingrediënt 7: gezonde werkplek

Misschien heb je wel een staande werkplek in een winkel, werk waarbij je veel reist in auto of trein of werk waarbij je veel in beweging bent. Probeer je balans te vinden van spanning en ontspanning. Zit je voor je werk veel en lang? Probeer dan ook regelmatig (elk half uur) te staan en te lopen. Sta je veel? Probeer dan ook een rustmoment in te plannen waarbij je even kan zitten of ondersteuning hebt van een sta-hulp. Zorg ervoor dat je zelf invloed kunt uitoefenen op het werktempo, de volgorde en de wijze waarop je je werk doet. Blijf bewust van je werkplek en je werkzaamheden, voel en ervaar!

Over de auteurs



Saskia van Lamoen is sinds 2001 werkzaam als interieurarchitect. Ongeveer anderhalf jaar geleden startte zij met eyeMelon - ruimtes met oog voor uw visie, en bijna een jaar geleden is daar Metamoroffice® bij gekomen. De kantoor metamorfose in een dag(deel). Een goed gesprek over visie en toekomst, ideeën spuien en schetsen, afsluitend lekker de handen uit de mouwen steken met een groep mensen en resultaat boeken. Korte trajecten in heldere taal, daar wordt zij blij van.

www.metamoroffice.nl



Yoke van Lent is sinds 2008 zelfstandig ondernemer. Yergo is een ergonomisch adviesbureau, waar zij als ergocoach mensen begeleidt op hun werkplek. Het gaat vaak om gedrag en houding en niet om het aanschaffen van allerlei materialen. Haar rol is dan ook om mensen zich bewust te laten worden van dat proces en op die manier hun gedrag of houding te veranderen. Zij werkt bij grotere organisaties met groepen medewerkers, maar zijn ook met individuen en ZZP'ers.

www.yergo.nl

Zeven stappen om elkaar aan te spreken

door Alien Vaartjes (B&B 't Gooi)



“Hé hé hé, dat gaat zomaar niet.....dáár begint de rij, ik sta er ook al heel lang in!” Iemand direct aanspreken als hij of zij voordringt in de supermarkt, dat vinden we niet zo moeilijk. Maar het wordt wat lastiger als we iemand moeten aanspreken die wij goed kennen, op het werk bijvoorbeeld. Dat doen we liever niet of maar via de leidinggevende. In dit voorbeeld dus zo: “Zeg caissière, dat kan toch niet wat hij doet? Ik sta er toch ook al hele tijd in?” Dat zou een wat vreemde situatie zijn, toch?

Essentieel

In een goede samenwerking is elkaar direct (kunnen) aanspreken essentieel. Je hebt je collega's hard nodig want samen moet je vaak de klus klaren dus ben je voor een groot deel afhankelijk van elkaar. En samen draag je de verantwoordelijkheid voor een goede werksfeer en bepaal je grotendeels hoe je met elkaar omgaat. Die verantwoordelijkheid kun je niet alleen maar overlaten aan jouw leidinggevende(n). Zij zien niet alles want ze zijn niet altijd aanwezig. Dat zou je niet eens willen, toch?

Aanspreken is dus een essentiële vaardigheid....Ben je het daarmee eens?

Excuses

Ja? Maar waarom vinden wij het dan met elkaar toch zo lastig? Misschien is dat omdat je mensen niet wilt kwetsen. Eén van de deelnemers zei bijvoorbeeld eens tijdens onze training: “Als ik iets zeg, komt het harder over dan ik het bedoel. Veel heftiger vooral”. En een andere deelnemster vond dat zij “het recht niet had om de andere persoon aan te spreken, dat moest haar leidinggevende maar doen”. En weer een andere deelnemer had twijfels om iemand aan te spreken, want zo zeker was hij niet of hij wel gelijk zou hebben. Hij wilde eigenlijk eerst bevestiging zoeken bij anderen voordat hij de persoon durfde aan te spreken. In alle gevallen geldt dat je excuses zoekt om de ander maar niet te hoeven aanspreken.

Of misschien ben je wel huiverig dat je er straks op wordt afgerekend en ben je bang voor wraakacties en/of pesterijen nadat jij iemand hebt aangesproken. Tja, misschien niet geheel onterecht, deze angst. Volgens het Ministerie van SZW leidt pesten in Nederland tot ruim vier miljoen extra verzuimdagen per jaar....

No excuses

Wat jouw excuus ook moge zijn, meestal zijn ze wel begrijpelijk. Maar besef dat als je iemand direct aanspreekt, je iedereen verder helpt:

- Je helpt jezelf doordat je een collega aangeeft hoe zij haar gedrag kan veranderen zodat je geen last meer hebt van haar gedrag en beter kunt samenwerken.
- Je helpt je collega doordat zij leert hoe haar gedrag op anderen overkomt zodat ze dat kan aanpassen.
- Je helpt de organisatie omdat je door elkaar aan te spreken, samen veel leert en als team beter presteert.

Hieronder een zeven-stappen-model dat je kunt gebruiken wanneer je iemand direct wilt aanspreken.

Zeven stappen om elkaar aan te spreken

Stap 1: zorg voor een prettige sfeer zodat de ander zich op zijn of haar gemak voelt (pak bijvoorbeeld samen even een kop koffie).

Stap 2: noem eerst iets positiefs dat verband houdt met het onderwerp: "Carolien, in de regel vind ik het prettig dat jij de notulen maakt"...

Stap 3: omschrijf kort het aandachtspunt en spreek in waarnemingen (probeert interpretaties te vermijden): "Je maakte een grapje over de afwezigheid van Claudia" (waarneming).

Stap 4: spreek daarbij vanuit jezelf en vertel het effect dat het op jou heeft: "....van Claudia (waarneming) maar dat geeft mij de indruk dat jij haar belachelijk wilt maken en dat vind ik vervelend (effect).

Stap 5: geef ruimte voor een reactie. Ben je wel eens aangesproken op gedrag wat niet geheel positief was? Hoe voelde dat? Wist je direct te reageren of duurde het even voordat het tot je doordrong? Precies! Geef iemand de ruimte.

Stap 6: geef een suggestie hoe dit beter zou kunnen: "Je kan maar beter geen grappen maken over iemand als er iemand er niet bij is" Of "Je zou er goed aan doen om met Claudia te bespreken waarom ze niet aanwezig was".

Stap 7: sluit positief af. Probeer ervoor te zorgen dat je samen een goed gevoel hebt over het gesprek. Dat kan op verschillende manieren.

Over de auteur



Alien Vaartjes werkt samen met Mirjam Wessels bij Liefde voor Talent; een coaching-en trainingsbureau dat gericht is op talentontplooiing van ondersteunend personeel.

Al meer dan 5 jaar geven ze interactieve trainingen, workshops, groeps- en individuele coaching gericht op talenten, zelfsturing en verantwoordelijkheid waardoor management ondersteuners pro-actiever en weer met meer plezier & energie invulling geven aan hun huidige functie of kiezen voor een functie bij een andere werkgever.

www.liefdevoortalent.nl

Zeven tips om bij jezelf te blijven

door Jojanneke Koedam (B&B Den Haag)



Vind jij het soms lastig om bij jezelf te blijven? Verlies je jezelf weleens in gesprekken, putten sommige contacten je uit en zou je willen dat je beter weet wat je zelf wilt, in plaats van dat je vooral voelt waar anderen behoefte aan hebben?

Onderstaande tips kunnen je dan helpen.

Tip 1: gronden

Gegrond zijn betekent dat je met beide benen op de grond staat en verbonden bent met de aarde. Je gronding kan door allerlei oorzaken verzwakt zijn. Bijvoorbeeld doordat je met je aandacht vooral in je hoofd zit. In een

maatschappij die op het ratio gericht is, is dat niet gek. Is er iets mis met het ratio? Zeker niet. Maar om bij jezelf te blijven is het belangrijk je energie in balans te brengen. Goed gegrond zijn biedt veel voordelen. Je stabiliteit neemt toe, evenals je gevoel van veiligheid. Je bent minder snel van stuk te brengen en prikkels komen minder heftig binnen. Je kan beter onderscheid maken tussen wat van jou is en wat van de ander. Daardoor laat je je minder beïnvloeden en verlies je jezelf niet in het contact met anderen. Als je goed gegrond bent kan je bovendien beter naar signalen van je lichaam en je intuïtie luisteren.

Er zijn veel manieren om te gronden. De belangrijkste en meest simpele is: zorgen dat je beide voeten de grond raken en dit contact bewust waarnemen. Dit kan je op vaste momenten op de dag doen en tijdens momenten dat je het belangrijk vindt om bij jezelf te blijven, bijvoorbeeld tijdens een spannend gesprek.

Tip 2: achterover zitten

Ga jij weleens helemaal op in iemands verhaal? Raak je jezelf weleens kwijt tijdens een intensief gesprek? De kans is groot dat je na zo'n gesprek uitgeput bent en tijd nodig hebt om weer tot jezelf te komen. Naast het gronden is er nog zo'n simpele doch belangrijke actie die je kan ondernemen om bij jezelf te blijven. Het draait volledig om je houding: je zorgt er namelijk voor dat je niet voorover zit richting de ander, maar bij jezelf blijft door gewoon achterover te leunen. Zo blijf je met je energie, met je aandacht bij jezelf en kruip je niet in het verhaal van de ander. Dit kan in het begin afstandelijk voelen. Dat klopt, door achterover te leunen creëer je een gezonde afstand tussen jou en de ander. Je maakt het mogelijk er met je aandacht te zijn voor degene die tegenover je zit zonder jezelf in die persoon te verliezen.

Tip 3: je lijf voelen

Naast het voelen van je voeten die contact maken met de aarde werkt het uitstekend om je gehele lijf te voelen. Het richten van je aandacht op je lichaam versterkt je gronding, haalt je aandacht uit je hoofd en zorgt dat je beter naar de signalen van je lijf en je gevoel kunt luisteren. En als je goed contact hebt met je gevoel is het makkelijker om bij jezelf te blijven en beslissingen te maken die goed voor jou zijn. Door rustig te zitten – met beide voeten op de grond – en je lichaam met je aandacht te ‘scannen’ van beneden naar boven oefen je met voelen. Dit kan je heel uitgebreid doen, bij wijze van spreken elke teen afzonderlijk, maar je kunt je ook richten op een aantal punten zoals voeten, knieën, billen, etc. Vind je het lastig om je lijf te voelen? Het kan helpen om de plek die je wilt voelen even aan te raken. Bovendien: oefening baart kunst.

Tip 4: meditatie

Mediteren, dan moet je toch een half uur lang stil zitten? Als je dat wilt kan je dat doen. Je kan ook beginnen met een minuut per dag (google maar eens op ‘one minute meditation’). Een minuut per dag waarin je even in jezelf keert en de wereld buitensluit. Mediteren hoeft helemaal niet ingewikkeld te zijn. Je gaat zitten op een plek en op een moment waar je niet gestoord wordt, je zorgt dat je beide voeten de grond raken, je sluit je ogen en richt je aandacht op je ademhaling. Door je handen op je buik te leggen kan je proberen meer ontspannen te ademen. Waarschijnlijk dringen zich allerlei gedachten aan je op. Je hoeft deze niet te verdringen, ze mogen er gewoon zijn. Maar je hoeft er ook niet volledig in op te gaan. Zie je gedachten als wolken in de lucht die vanzelf voorbij drijven. Ze komen en gaan.

Tip 5: de kracht van geheimhouding

Als je een pril idee hebt, bijvoorbeeld voor een nieuwe onderneming of project, kan het fijn zijn om dit te delen met anderen. Op het moment dat een idee niet meer is dan een net geplant zaadje kan het echter verstandig zijn dit zaadje eerst te laten ontkiemen en groeien. Een pril idee is iets om te koesteren en bij je te houden. Op het moment dat je een idee deelt kunnen anderen er mee ‘aan de haal gaan’ door er een mening over te hebben en je te vertellen over de mitsen en maren. Jouw idee kan daarmee ‘in de kiem gesmoord worden’. Houd je idee voor je, laat het zich ontwikkelen en vertel er pas over als het een volgroeid verhaal is dat bestand is tegen meningen en oordelen.

Tip 6: onderscheid tussen jou en de ander

Gedachten en gevoelens zijn energie. Als je er gevoelig voor bent kan je gemakkelijk dingen overnemen van anderen. Als je bijvoorbeeld tijd hebt doorgebracht met een depressief persoon kan je daar een ‘down’ gevoel aan overhouden. De tips over gronding, je lijf voelen, achterover zitten en meditatie helpen je om je af te schermen. Daarnaast helpt het om bewust stil te staan bij wat je voelt en waar dit gevoel vandaan komt. Is het echt van jou, of heb je iets overgenomen? Door je hier bewust van te zijn is het makkelijker om bij jezelf te blijven. Je kan ook in gedachten dat wat je hebt overgenomen teruggeven aan de oorspronkelijke eigenaar.

Tip 7: luisteren naar je hart

Als je gevoelig bent voor de behoeftes van anderen kan het lastig zijn om je naar je eigen hart te luisteren. Het kan een valkuil zijn om het vooral anderen naar de zin te maken en jezelf weg te cijferen. Wil je meer je eigen weg gaan en je hart ten rade gaan? Ga rustig en ongestoord zitten met gesloten ogen, plaats je handen op je hartstreek en voel wat je voelt. Dit kan je bijvoorbeeld doen op het moment dat je niet weet of je ergens ja of nee op wilt zeggen.

Over de auteur



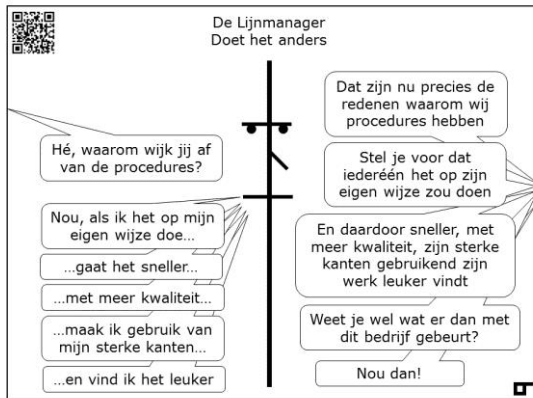
Jozanneke Koedam is life- en intuïtief coach en eigenaar van Hart & Ziel Coaching in Den Haag. Jozanneke coacht met hart en ziel en het volgen van haar intuïtie vindt zij erg belangrijk. In haar praktijk zet ze haar sensitiviteit met veel plezier in als kracht. Ze gelooft dat een fijnere wereld begint bij jezelf en dat goed voor jezelf zorgen essentieel is om meer geluk, rust en energie te ervaren.

Het sensitief zijn ervoer ze vroeger als zwakte. Ze voelde zich anders en wilde 'normaal' zijn om erbij te horen. Dat leidde ertoe dat ze zichzelf opzij zette, haar piekergedachten overuren maakten en ze onderuit ging. Door weer contact te maken met haar gevoel vond ze zichzelf terug, sterker dan voorheen.

www.hartenzielcoaching.nl

Zeven tips voor goede balans in je werk

door Callista Roelofs (B&B Stedendriehoek)



Uitdagingen in je werk geven je energie. Je moet er niet aan denken dat je alleen maar hoeft 'te passen op de winkel' of routinematige klussen moet doen. Toch is er ook een grens aan het werken met uitdagingen. Ga je over die grens dan leveren uitdagingen geen energie meer op. Erger nog, ze zorgen voor een energielek, die op de lange duur zelfs gezondheids-problemen kan veroorzaken.

Een goede balans is daarom essentieel om je resultaten te halen. Maar minstens zo belangrijk: om de passie en energie te blijven voelen voor wat je doet. Want dit is de motor waarop jouw ambitie en meerwaarde draait.

Er zijn drie voorwaarden waar je werk van jou als ambitieuze en enthousiaste professional aan moet voldoen om te blijven genieten van je uitdagingen.

Voorwaarde 1: Een gezonde werkdruk

Ambitieuze en enthousiaste professionals zien overal kansen en mogelijkheden, vinden veel zaken boeiend en zien overal de meerwaarde van. Doordat ze niet kiezen, loopt de werkdruk op. Het werk past gewoon niet in de beschikbare tijd. De meest voorkomende reactie is om te gaan 'proppen'. Het effect is haast: je probeert meer werk in minder tijd te doen. Het effect daarvan is dat de uitdaging die eerst zo leuk leek, nu als een molensteen om je nek hangt. Oh ja, dit moet OOK nog! Weg energie, weg plezier, weg uitdaging.

Je kunt de hemel willen bestormen, maar als je daarnaast nog 100 andere dingen wilt doen, kom je niet ver. Je raakt gefrustreerd door het feit dat je niet eens toekomt aan de uitdaging waar je zo naar uitkeek. Voor een gezonde werkdruk is het dan ook essentieel dat je het aantal uitdagingen waar je tegelijk aan werkt, beperkt.

Voorwaarde 2: Werk vanuit passie

Een valkuil van ambitieuze mensen is om uitdagingen te zoeken in dingen die ze nog niet kunnen. Dat hoeft niet verkeerd te zijn, maar je moet oppassen dat je niet terecht komt in taken waar je passie en je talent niet liggen. Voor een creatieveling kost het bijvoorbeeld bergen energie om een keurige geordende boekhouding te voeren. Dat kun je beter uitbesteden. Juist het inzetten van jouw passie en talent maakt dat de uitdaging je energie geeft, je het gemakkelijk kunt en dus eenvoudig succesvol bent. Daar heb jij niet alleen plezier van, dat levert ook meer op.

Uitdagingen die aan jouw “binnenkant” een positieve kriebel veroorzaken geven energie. Dit zijn uitdagingen die je op het lijf geschreven zijn en precies jouw talenten aanspreken om de klus tot een succes te brengen. Uitdagingen die jouw gevraagd worden waarvan je vindt dat je ze ‘moet doen’, kosten energie.

Voorwaarde 3: Richting bepalen

De valkuil ligt hier in het feit dat je je talent en passie verspeelt aan zaken die niet zoveel zin hebben. Je speelt te snel ergens op in en vraagt je niet even af ‘waartoe, waarvoor?’ Je belandt in in een hapsnap modus. Op het moment dat je je realiseert dat dit niet de juiste richting is, wijzig je de richting. Vaak weer zonder je goed af te vragen wat de juiste richting nu eigenlijk is. Die richting vind je niet in de komende paar weken of maanden. Die richting zit in het plan dat je hebt voor het komende jaar of de komende jaren. Als je je uitdagingen zoekt in het vormgeven daarvan, doe je de dingen die zin hebben. Juist de zin van dingen geeft je energie.

Een uitdaging geeft energie en voldoening als het resultaat bijdraagt aan een groter belang. Zonder richting kan het wel leuk zijn om de uitdaging aan te gaan, maar zonder impact is dit maar van korte duur.

Hieronder vind je zeven tips om deze voorwaarden in te vullen:

Tip 1: kies niet meer dan drie uitdagingen waar je je op richt

Naast alle reguliere klussen en standaardtaken is dit meer dan genoeg, als je nog met aandacht en plezier met deze uitdagingen aan de slag wilt zijn.

Tip 2: zet je talent in

Dit is geen kwestie van ‘fijn als het kan en mag’. Je bent het verplicht aan jezelf om het beste te geven. En je bent het verplicht aan je omgeving om dezelfde reden. Je hebt je talent niet voor niets en het is onmogelijk om er te veel van te geven.

Tip 3: sta eens stil bij wat je leuk vindt

Loop eens door je agenda heen en maak een lijstje van dingen die je energie geven en die je energie kosten. Alles wat je aandacht geeft groeit, dus welke taak waar je energie van krijgt kun je gemakkelijk vergroten? Wat van de klussen die je energie kosten kun je kleiner maken of minder lang mee bezig zijn?

Tip 4: weet waar je voor staat

Wat wil je betekenen met je werk? Wat wil het bedrijf waar je werkt betekenen voor haar klanten? Wat wil jij daaraan bijdragen? Geef hier woorden aan en vertel erover. Eerst in een veilige omgeving, daarna bij (potentiële) klanten, je leidinggevende en andere mensen voor wie je deze meerwaarde wilt betekenen.

Tip 5: bepaal je speerpunten

En zet hier je talenten voor in. Welk project kun jij naar je toetrekken, waarin je meerwaarde gemakkelijk naar voren komt? Werken vanuit passie kan meestal heel dichtbij.

Tip 6: structureer je achtergrondtaken

Administratie, mail bijhouden en een goede to-do list leveren geen energie op, maar zijn wel een must om de boel draaiend te houden. Zorg dat je dit goed en effectief inricht, zodat je er zo min mogelijk tijd aan kwijt bent en altijd je boeltje op orde hebt. Maak checklists als je het lastig vindt. Een keer bedenken en dan dagelijks of wekelijks uitvoeren, scheelt je een hoop tijd(verspilling).

Tip 7: maak een weekstructuur

Vaak kun je voor een groot deel zelf je agenda bepalen, maar geef je de regie over aan de mensen waar je mee af moet spreken. Door zelf te kijken wanneer je welk soort taken wilt doen in de week, kom je gemakkelijker toe aan de dingen die jij echt belangrijk vindt. Vaste moment waarop klanten met jou een afspraak kunnen maken, vaste momenten voor je mail en administratie en voor de uitdagende projecten die jouw onverdeelde tijd en aandacht verdienen.

Verspil je tijd en talent niet aan zinloze zaken. Neem de regie over je tijd, doe goed wat moet en besteed zoveel mogelijk aan werk waar je je talent en energie in kwijt kunt.

Over de auteur



Callista Roelofs helpt met haar bedrijf Waanbrekers, professionals en leidinggevenden om uit de Waan van de Dag te breken. Met een gezonde werkdruk waarin je je schaarse tijd besteedt aan wat er echt toe doet. En door je talent in te zetten om meer plezier en minder moeite je doelen te halen.

Na een exacte opleiding als basis, 10 jaar management-ervaring en 5 jaar ondernemerschap bleef steeds dezelfde vraag haar drijfveer: Hoe benut je zo goed mogelijk je tijd & talent om alles uit je werk en leven te halen?

Callista schreef het gratis e-book 'Breek uit de Waan van de Dag', je kunt het aanvragen op haar website.

www.waanbrekers.nl

Zeven ingrediënten voor een overtuigende uitstraling

door Imke van Bree (B&B Den Haag)

Het imago: het beeld dat mensen hebben (van iets of iemand)

De uitstraling: de indruk die iemand of iets op anderen maakt

De persoonlijkheid: het individueel kenmerkende van een mens, waardoor iemand zich onderscheidt van anderen



Hoe zorg je ervoor dat jouw ideeën gehoord worden tijdens een vergadering? Dat een opdrachtgever jou inhurt voor die grote klus? Met alleen talent, een goed product of passie voor je vak kom je er niet. Je moet er voor zorgen dat anderen horen maar ook ZIEN wat je doet. Dus overtuigen met je uitstraling. Hoe meer harmonie er is tussen je persoonlijkheid en je non-verbale gedrag, hoe sterker en daarmee overtuigender je uitstraling.

Hieronder vind je zeven ingrediënten voor een overtuigende uitstraling.

Ingrediënt 1: kleding die je identiteit versterkt

Om een evenwichtige uitstraling te creëren moeten kleding en accessoires jouw identiteit versterken. Bepaal welke waarden belangrijk voor jou zijn en kies kleding die daarbij past. Vervolgens kun je met elementen in je uiterlijk gaan spelen om bepaalde effecten in je uitstraling (afgestemd op doel, doelgroep en gelegenheid) te bereiken.

Een voorbeeld: je bent een creatieve, aimabele vrouw. Je houdt van vrolijke kleuren en van natuurlijke materialen. In je werkomgeving staan competenties als zakelijkheid, professionaliteit en ordelijkheid centraal. Als jij kiest voor een zakelijk broekpak (donkere kleur, klassieke snit), een wit overhemd en pareloorbellen word je een 'karikatuur'. De outfit is te krachtig en doet geen recht aan jouw unieke eigenschappen. Beter is te kiezen voor een modern gesneden pak met een bijzonder shirtje en een opvallend sieraad. Daarmee voeg je elementen toe die recht doen aan jouw identiteit én de setting waarin je werkt.

Ingrediënt 2: lichaamsvorm

Jouw lichaamsvorm is uniek. De kunst is om te kijken welke kledingvormen bij jouw lichaam passen. Om dit te bepalen kijk je naar je kaaklijn en schouders. Zijn deze recht, dan heb je rechte basisvorm. Zijn ze rond, dan is je basisvorm rond.

Als kledinglijnen de lichaamslijnen volgen, ontstaat er een harmonieus beeld dat zorgt voor een sterke uitstraling.

Een voorbeeld: als vrouw met een ronde basisvorm ben je mooi met shirts met een ronde hals en jasjes met afgeronde revers of een sjaalkraag. Als je kiest voor een rechte hals en een colbert met zeer rechte revers, dan bestaat het gevaar dat jij als persoon wegvalt.

Overigens geven rechte lijnen een zakelijker en formeler beeld dan ronde lijnen. Die laatste onderstrepen je vriendelijkheid en vrouwelijkheid. Met lijnen kun je dus spelen om je uitstraling te beïnvloeden.

Ingrediënt 3: het effect van materialen

Stoffen zijn er in allerlei soorten: ruig of glad, glanzend of mat, soepel of stevig. Over het algemeen passen harde, stevige stoffen met een rechte snit goed bij rechte figuurvormen en zijn zachte soepele materialen mooi voor ronde silhouetten.

Net als belijning is het materiaal waarvan je kleding is gemaakt een element waarmee je je uitstraling kunt beïnvloeden. Hoe steviger en matter de stof en hoe mooier de pasvorm, hoe zakelijker en formeler je oogt. Wil je juist toegankelijk overkomen, kies dan voor lossere modellen in, bijvoorbeeld, gebreid materiaal.

Ingrediënt 4: met kleur kun je communiceren

Kleur is een belangrijk communicatiemiddel waarmee we – vaak onbewust – overtuigen, stimuleren, kalmeren, informeren, enzovoorts. Kleuren hebben een betekenis. Rood staat voor energiek, blauw voor formeel en bruin wekt vertrouwen. Uitgangspunt is dat de kleur van je kleding en accessoires zoveel mogelijk aansluit bij je natuurlijke haar-, oog- en huidkleur. Dat zorgt namelijk voor een gezonde, stralende en daarmee overtuigende uitstraling.

Een kleur is geschikt voor je als je gezicht lijkt op te lichten, de kleur van je ogen stralender lijkt, je huid een egalere teint krijgt en de kleur en jijzelf in harmonie zijn. Krijg je daarentegen donkere kringen onder je ogen, worden oneffenheden zichtbaar en trekt de kleur meer aandacht dan jij dan is deze niet passend.

Ingrediënt 5: accessoires beïnvloeden je look

Bij het kiezen van accessoires is het raadzaam rekening te houden met je basisvorm. Is deze recht, dan zijn accessoires met een rechte vorm mooi. En andersom. Voor het bepalen van de lengte van sieraden kijk je naar je gezichtsvorm. Korte, ronde gezichten zijn mooi met langere oorbellen en kettingen, hartvormige en lange gezichten vragen om een hoog sluitende ketting of sjaal. Kleine, slanke mensen zijn mooi met fijne accessoires, voor grote zwaargebouwde mensen geldt het tegenovergestelde.

Daarnaast geldt hoe groter, kleurrijker en uitbundiger je accessoires, hoe informeler en creatiever je uitstraling. Hoe ingetogener en hoe duurder het materiaal, hoe formeler.

Ingrediënt 6: het gaat om verhoudingen

Als de verhouding tussen kleding, dessins en accessoires en je lichaam klopt geeft dat een aantrekkelijk beeld. Uitgangspunt is 'hoe fijner de lichaamsbouw, hoe kleiner de dessins en fijner het materiaal' en vice versa. Ben je lang en smal gebouwd, kies dan voor kleding met grote details en dessins van fijn materiaal. Doe ook aan 'illusion dressing': focus op je pluspunten en leid daarmee automatisch de aandacht van je minder mooie lichaamsdelen af.

Heb je bijvoorbeeld een rond, kort gezicht, kies dan voor een wat lagere halslijn. Hierdoor wordt je gezicht optisch verlengd. Heb je een zware boezem, vermijd dan korte mouwen die precies ter hoogte van het zwaarste deel eindigen. Kies daarentegen voor een driekwart-mouw waardoor de aandacht wordt verlegd naar je taille.

Ingrediënt 7: lichaamshouding en mimiek

Je kent de voorbeelden wel. Mensen die in een gesprek vertellen hoe gemotiveerd en enthousiast ze zijn voor een baan of een project, terwijl hun non-verbale gedrag op het tegendeel wijst. Armen over elkaar, hangende mondhoeken en een onderuitgezakte houding. Zorg dus dat je je bewust bent van de boodschap die je wilt geven en pas je bewegingen, mimiek en houding daarop aan.

Kleding speelt ook hier een rol. Een voorbeeld. Als je klein van stuk bent kan het dragen van schoenen met hoge hakken je helpen om je groter te voelen, hetgeen zich vertaalt in een zelfverzekerdere houding. Als je zeer beweeglijk bent (veel lopen of grote armgebaren), kies dan bijvoorbeeld voor een nauw aansluitende rok of een strak jasje waardoor je letterlijk in je bewegingsvrijheid wordt beperkt.

Over de auteur



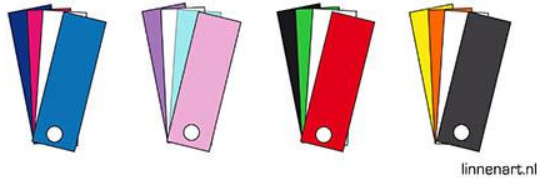
Imke van Bree is afgestudeerd juriste aan de Rijksuniversiteit Groningen en heeft binnen overheid en bedrijfsleven diverse functies vervuld op het gebied van Management Development, Loopbaanbegeleiding en Training & Development.

In dit vak heeft zij ervaren dat naast inhoudelijke ontwikkeling ook uiterlijk en uitstraling van onschatbare waarde zijn voor groei en zelfontplooiing, en daarmee een belangrijke stap in de richting van (persoonlijk) succes. Dit doet zij met Image.Inc voor individueel advies en presentaties, trainingen en workshops op het gebied van imago.

www.imageinc.nl

Zeven huisstijlkleuren besproken

door Linda Thuijs (B&B Zwolle)



Word jij rood als ik je vraag om kleur te bekennen?

Ben je nog zo groen als gras en loop jij een blauwtje bij potentiële klanten?

Er is licht in de duisternis! Afhankelijk van de cultuur waarin je bent opgegroeid, de tijd waarin je leeft en je persoonlijke voorkeuren roepen kleuren bepaalde gevoelens en associaties op. Hoewel er geen wetenschappelijke bewijzen zijn voor het effect van kleuren, worden op grote schaal eigenschappen en effecten aan kleuren toegekend.

Tip 1. Vroeger hoorde roze bij jongens en lichtblauw bij meisjes!

En de Romeinen gebruikten roze voor geheimhouding. Roze is tegenwoordig in de westerse cultuur een veelgebruikte kleur op websites van en voor vrouwen terwijl tegenwoordig ook veel mannen het pittigere magenta (=knaalroze) als huisstijl kleur kiezen. Bedrijven maken in hun logo en huisstijlkeuze heel bewust gebruik van kleur, bijvoorbeeld om hun merk te onderscheiden van hun concurrent of om er bepaalde kernwaarden mee uit te dragen.

Tip 2. Ga niet bij je logo-ontwerp niet bij voorbaat uit van je lievelingskleur

Maar beperk je ook niet meteen tot de geijkte kleur van een bepaalde branche. De grote telecom-aanbieders kiezen ook niet standaard voor blauw van communicatie maar onderscheiden zich juist van elkaar met rood (Vodafone), groen (KPN) en magenta (T-mobile). Laat zien wie je bent en straal authenticiteit uit. Als dit in harmonie is met jezelf, trek je hiermee je ideale klant aan die op jouw golflengte zit en bij jou past. Je laat hiermee aan de buitenkant zien wie je van binnen bent, waar je voor staat en wat je te bieden hebt. Is dit niet authentiek dan prikken je (potentiële) klanten daar doorheen en straal je onbetrouwbaarheid uit.

Tip 3. Stel jezelf de volgende vragen:

- Waarom doe ik wat ik doe, wat drijft mij?
- Wie ben ik, waar sta ik voor en wat is mijn stijl?
- Wie is mijn ideale klant en waarmee spreek ik haar/hem het beste aan?
- Welke oplossing heb ik voor het probleem van mijn klant?

Kijk vervolgens wat er voor jou het meeste uitspringt, welke eigenschap, waarde of boodschap is voor jou het belangrijkste?

Tip 4. Maak gebruik van de symboliek van zeven huisstijlkleuren

Elke kleur heeft een symbolische betekenis. Hieronder staan ze toegelicht:

1. Magenta: Motivatie, bemiddeling, raad. Energie, intuïtie en daadkracht.

Leiding, verandering en passie.

2. Rood: Kracht, macht en energie. Motivatie, leiding en warmte. Stimulatie, actie en passie.

3. Oranje: Humor, positiviteit en invoeling. Samen, luisteren en begrip. Creativiteit, speelsheid en plezier.

4. Geel: Communicatie en intelligentie. Educatie en besluitvorming. Zelfkennis en actie. Warmte, zon en contact.

5. Groen: Hulp, ontspanning en bemiddeling. Harmonie, raad en evenwicht. Vertrouwen, groei en kalmte.

6. Blauw: Rust, ontspanning en trouw. Integriteit, afstand en wijsheid. Expressie, waarheid en communicatie.

7. Zwart: Kracht, invloed en inzicht. Mysterie, afstand en magie. Bescherming, nacht en duister.

Tip 5. Elke kleurnuance levert ook een andere nuance in betekenis op

Je kunt ervan uitgaan dat hoe lichter de kleur, hoe zachter het gevoel of de uitwerking van de kleur. Een zachte pastelroze kleur 'voelt' anders, dan het hardere en krachtigere magenta. En het klassieke bordeauxrood levert weer een andere associatie dan het wakkere en stimulerende bloedrood. Denk maar aan de met bordeauxrood velours gestoffeerde stoelen.

Donkerblauw communiceert anders dan helderblauw of groenblauw en er ligt een wereld tussen goudgeel en citroengeel. Een goede vergelijking is de kleurenwaaier van de kledingstyliste voor de seizoenstypes die de persoonlijkheid van de vrouw weerspiegelt en versterkt. Er komen in alle vier de waaiers rood en blauw voor, maar de tinten zijn verschillend en hebben een totaal andere uitstraling. Het herfsttype komt veel beter tot haar recht in warme bruinachtige kleuren en goud dan in de intense uitbundige en koele kleuren van het wintertype. Zo stel jij ook een palet samen van kleuren die bij jouw merk, waarden of persoonlijkheid passen en die jouw merk beschrijven. Kies overigens niet teveel kleuren maar houd je boodschap helder (en bespaar hiermee drukwerkkosten).

Tip 6. Hou er bij je kleurkeuze wel rekening mee dat het praktisch en geloofwaardig is

Een bomenkwekerij met een rood logo, een motorclub met roze symbool of een arts in een zwarte jas zullen hoogstwaarschijnlijk niet het gewenste effect hebben. Een verkeerde associatie roept tegenstrijdige gevoelens op en brengt de kijker in verwarring. Vermijd dit, tenzij het natuurlijk je bedoeling is.

Tip 7. Voer je kleuren consequent door in je huisstijl

Zowel in de voor de hand liggende huisstijldragers zoals briefpapier, visitekaartje en hyperlinks op je website, als ook in de stijl van je kleding en de inrichting op je kantoor.

Wil je ook lezen over de betekenis van andere kleuren dan de 7 besproken huisstijlkleuren? Lees dan mijn maandelijks blog waarin ik regelmatig een andere kleur onder de loep neem.

Over de auteur



Linda Thuijs-Koopmans is grafisch ontwerper. Sinds zij in 2010 haar onderneming LinnenArt startte en zich specialiseerde in het ontwerpen van huisstijlen en logo's, heeft zij al veel startende zzp'ers geholpen met het vormgeven van hun visuele identiteit.

In 2012 schreef ze de on-line cursus 'Maak je eigen huisstijl en logo'. Naast het ontwerpen van logo's en huisstijlen blogt zij maandelijks over de betekenis van kleuren in logo's en geeft ze marketing- en huisstijltips voor startende zzp'ers.

www.linnenart.nl

Zeven tips om je impact te vergroten

door Sylvie Mellenbergh (B&B 't Groene Hart)



Wat je zegt is meestal net zo belangrijk als hoe je het zegt.

Je kunt rustig en beleefd "mag ik er misschien even door?" tegen iemand zeggen en hij/zij gaat voor je opzij. Je kunt het ook luid en sarcastisch zeggen en dan heb je ruzie.

Je intonatie, mimiek en non-verbale houding kunnen het "wat" van je boodschap een hele andere wending geven. En daar ben je je vaak niet bewust van.

Zo hebben veel vrouwen bijvoorbeeld niet in de gaten dat ze onzeker of twijfelachtig overkomen op anderen terwijl ze dat helemaal niet zijn. Waardoor ze een indruk achterlaten die geen recht doet aan wat ze te bieden hebben. En dat is zonde.

Dit artikel gaat daarom over de meest voorkomende communicatie valkuilen bij vrouwen en hoe je deze kunt vermijden.

Tip 1: vermijd verkleinwoorden

Misschien komt het omdat we meteen al verkeerd begonnen zijn, we zijn immers geboren als meisje. Feit is dat veel vrouwen graag verkleinwoorden gebruiken. Ze hebben het over een momentje, hun bedrijfje, dat leuke collegaatje en het interessante projectje waar ze nu mee bezig zijn. Het probleem is alleen dat je met verkleiningen het onderwerp letterlijk klein maakt. Iemand met een bedrijfje neem je veel minder serieus dan iemand met een bedrijf. Als je verkleinwoorden vermijdt en je hebt het over je bedrijf, collega of project, maak je al meteen meer indruk.

Tip 2: vraag geen bevestiging

Als ik in een training een aantal vrouwen gezamenlijk een opdracht laat uitvoeren, dan valt me altijd meteen op dat ze elkaar heel veel vragen stellen. "Zullen we.....? Wat dacht je van...? Vind je ook niet....? Toch?" Voor de meeste vrouwen is dit een normale manier van overleggen en samenwerken. Je checkt of je samen op één lijn zit en laat merken dat je de mening van de ander belangrijk vindt. Wat veel vrouwen zich echter niet realiseren, is dat mannengroepen dit nóóit doen. Mannen wisselen ook informatie uit als ze samen aan een opdracht werken, maar nauwelijks in zo'n vragende vorm. Wat door vrouwen bedoeld is als middel om de samenwerking te versterken, wordt door mannen gezien als bevestiging zoeken. Je vraagt, dus je weet het zelf niet. Of je bent hartstikke onzeker.

Wie in een hele vrouwelijke branche werkt, kan het zo laten. Werk je in een branche waar ook (en vaak al veel langer) mannen werken, dan doe je er goed aan je vragen om te zetten naar statements.

Tip 3: gebruik de juiste intonatie

Een vragende zin eindigt hoger in toon dan hij begint. Een niet-vragende zin eindigt lager in toon dan hij begint. Vergelijk "Hoe gaat het met je?" en "Het gaat goed met me" maar eens. Veel mensen maken de fout om bij niet-vragende zinnen toch een vragende intonatie te gebruiken. Sommige vrouwen doen dat bijvoorbeeld als ze een punt willen maken. Inhoudelijk is de boodschap dan heel stevig, maar doordat ze hun stem aan het eind omhoog laten gaan, zwakken ze de boodschap meteen weer af.

Tip 4: neem fysieke ruimte in

Een typisch vrouwelijk zithouding is met de benen over elkaar en de handen op de knie. Hoewel ongetwijfeld charmant, is het ook een houding die je klein maakt. Een typisch mannelijke zithouding is met de benen uit elkaar en de armen breed op de leuningen. Dat is een houding waar je – fysieke - ruimte mee inneemt. En die fysieke ruimte heeft invloed op de indruk die je maakt op de ander. Hoe meer ruimte je inneemt, des te meer status je wordt toegekend. Nu zien veel "mannenhoudingen" er bij vrouwen nogal raar uit, dus dat zal ik je niet aanraden. Wat ik je wel aanraad, is om bewuster met de ruimte die je inneemt om te gaan. Zorg dat je stevig staat of zit, doe je schouders naar achteren en zorg dat je niet wiebelt of frunnikt.

Tip 5: houd altijd je hoofd recht

Je non-verbale houding kan een hoge status (leidend) of een lage status (volgend) uitdrukken. Globaal kun je zeggen dat hoe meer fysieke ruimte je inneemt, hoe hoger je statuspositie is. Heel bepalend voor die statuspositie is de stand van je hoofd. En dat is waar veel vrouwen de mist ingaan. Vrouwen houden al snel hun hoofd een beetje schuin, dat zijn we zo gewend en dat vinden we waarschijnlijk ook gewoon sexy. Non-verbaal is dat hoofd schuin echter een 'volgende' houding. Wil je kracht en leiderschap uitstralen, dan is het dus van belang dat je je hoofd rechtop houdt.

Tip 6: gebruik power-poses

Er zijn een aantal houdingen die onze hersenen automatisch associëren met "overwinning". Met je armen in de lucht bijvoorbeeld. Of met je benen op tafel en je handen achter je hoofd gevouwen. Je kunt deze zogenaamde "power-poses" gebruiken om jezelf op te peppen voor een belangrijke bespreking. Ter plekke wordt wellicht wat vreemd, maar een victoriehouding voor je de vergadering ingaat kan best op de gang. Of achter je bureau voordat je dat belangrijke telefoontje aanneemt. Je zult merken dat je je zekerder gaat voelen en dus ook zekerder overkomt. Als je hier meer over wilt weten of voorbeelden zoekt, kun je de lezing van Amy Cuddy over 'power poses' op Youtube bekijken: https://www.youtube.com/watch?v=phcDQ0H_LnY

Tip 7: neem complimenten in ontvangst

Het is iets heel vrouwelijks om bij een compliment - bijvoorbeeld "wat een leuk jasje" - een tegencompliment te geven: "die van jou is ook heel leuk". Of het compliment af te zwakken "ja, was in de uitverkoop". Terwijl het eigenlijk zo makkelijk is om gewoon te zeggen: "dank je wel, ik ben er zelf ook heel blij mee".

Het belangrijkste verschil is dat je met een simpel "dank je wel " jezelf de credits geeft die je toekomen. Dat is bij een jasje misschien niet zo belangrijk, maar wel als het gaat om jouw werk, jouw project of jouw opdracht. Oefen jezelf dus in "dank je wel" en hoed je voor "ach, het was geen moeite" of "dat is nu eenmaal mijn werk".

Over de auteur



Sylvie Mellenbergh is communicatietrainer en coach en sinds 2007 eigenaar van Passie Kompas. Ze werkt voor vrouwelijke professionals die goed zijn in hun vak, maar merken dat ze betere beïnvloedingsvaardigheden nodig hebben om verder te komen met hun carrière of bedrijf.

Sylvie leert vrouwen hoe ze anderen meekrijgen met hun plannen, voorkomen dat ze gepasseerd worden en gefocust blijven op hun lange termijn doelen. Deels door nieuwe vaardigheden aan te leren, maar ook door het creëren van een andere mindset.

Daarnaast geeft Sylvie workshops en lezingen aan bedrijven over het verschil in communicatie tussen mannen en vrouwen en wat het effect daarvan op de werkvloer is.

www.passiekompas.nl

Zeven tips voor een goede samenwerking met je vormgever

door Jeska Stuij-Wiersma (B&B 't Groene Hart)



Heb je wel eens wat laten ontwerpen of vormgeven? En had je dan het idee dat die vormgever je begreep? Of kwamen er voorstellen die er helemaal naast zaten? En dus opnieuw moesten..

Voor dit e-book heb ik een zevental tips geschreven die bijdragen aan een succesvolle samenwerking met je vormgever. Zodat zoveel mogelijk werk in een keer goed is en niet

opnieuw hoeft te gebeuren. Wel zo prettig voor beide partijen.

Tip 1: geef zoveel mogelijk informatie

Geef alle informatie die je hebt over je product(en) en/of dienst(en). Informatie die voor jou misschien onbelangrijk lijkt, kan voor je vormgever juist net datgene zijn om het ontwerp te optimaliseren.

Tip 2: wees duidelijk in je verwachtingen

Wat wil je van je vormgever? Is het alleen een ontwerp van een logo en folder? Het uitleveren van een pdf? Het drukwerk regelen? Is een marketingplan wenselijk? Technische ondersteuning voor de website, webhosting, social media? Welke zaken zijn al geregeld?

Tip 3: bespreek je wensen met je vormgever

Een logo, huisstijl, website? Hou ook voor ogen wat je in de toekomst aan publicaties wilt. Folders, brochures, webshop? Als je vormgever goed weet wat jij wilt, kan hij in het begin al rekening houden met het opzetten van het concept wat te gebruiken is voor vele soorten drukwerk en digitale media.

Tip 4: bepaal voor jezelf wat je mooi (en niet mooi) vindt

Denk hierbij aan kleuren, typografie, websites, huisstijlen en zelfs muziekkeuze. Al deze zaken geven een goed beeld van wie je bent, wat je doet en waar je voor staat. Dat is handig voor jou, want je kunt beter je keuze verwoorden en prettig voor je vormgever. Deze kan dan direct aan de slag met ontwerpen. De kans is groot dat het dan snel tot een goed, bij jouw wensen aansluitend, resultaat komt.

Tip 5: wees kritisch op het resultaat

Als jij een eigen visie hebt op het resultaat, bespreek die dan met met je vormgever. Het kan zijn dat deze een andere visie heeft en mogelijk daarom ook een andere werkwijze dan dat jij als klant verwacht. Door hierover met elkaar te overleggen kunnen de verschillende, van die visie afgeleide, verwachtingen op elkaar afgestemd worden.

Daarnaast is het aan te raden om je te verdiepen in het portfolio van je vormgever. Het aanbod van reeds eerder gemaakte opdrachten geeft een goed beeld van de capaciteiten van de ontwerper. Het portfolio is vaak te vinden op de website.

Tip 6: geef van te voren je budget aan

Bepaal voor jezelf wat je wilt uitgeven aan de vormgeving van je communicatie-uitingen en aan het drukwerk en de hosting. Wat wil je op korte termijn hebben gerealiseerd en wat op lange termijn? Je vormgever kan goed dan aangeven wat de mogelijkheden zijn met het beschikbare budget. Op die manier worden jouw verwachtingen realistisch en weet je vormgever ook waar hij/zij aan toe is.

Tip 7: bespreek de planning

Het proces van idee tot drukwerk vergt een goede planning. Met name de doorlooptijd van het drukwerk is sterk bepalend. Drukkers hanteren verschillende doorlooptijden. De snelheid waarmee drukwerk kan worden afgeleverd is afhankelijk van oplage, druktechniek en bijvoorbeeld afwerking. Raadzaam dus om van te voren te bepalen wanneer je het drukwerk in handen wilt hebben. Wanneer je dat weet, is je planning een peulenschil.

Kortom, duidelijke communicatie tussen jou als opdrachtgever en de gekozen vormgever is de sleutel tot het succesvol afronden van een creatief project. Hoe klein of groot een project ook is.

Als alles is afgerond, is een evaluatiegesprek altijd goed. Bespreek hoe je het project en de samenwerking hebt ervaren. Zo bouw je een solide en creatieve relatie op.

Over de auteur



Jeska Stuij-Wiersma maakt creatieve uitingen, van logo tot drukwerk, van social media tot websites. Door korte lijnen, het stellen van de juiste vragen en goed overleg, ontstaat een dynamische samenwerking die leidt tot een uniek eindproduct.

Met Van Caetenburgh grafische vormgeving levert zij grafische producten en websites. Hosting en inkoop van drukwerk en fotografie behoort ook tot de mogelijkheden. Een fullservice-bureau voor een startende ondernemer of pr-medewerker van een groot bedrijf.

www.van-caetenburgh.nl

Zeven tips voor een geweldige uitstraling

door Riet de Vlieger (B&B 't Groene Hart))



Over kleding en uitstraling wordt enorm veel geschreven. Het is een belangrijk onderwerp, want elke vrouw moet elke dag weer een keuze maken, wat ze zal aantrekken. Voor zakenvrouwen is hun uiterlijk een wezenlijk aspect van hun communicatie. Een goede garderobe is een uitstekende start voor een optimale performance.

In dit artikel krijg je zeven tips om aan je uitstraling te verbeteren, zodat jij optimaal op waarde wordt geschat bij elke gelegenheid.

Tip 1: draag goede kleding

Goede kleding straalt jouw kwaliteit uit. Het zit goed en staat je prachtig en daardoor kun je alle kritische blikken verdragen. Om dit voor elkaar te krijgen, is zelfkennis en zelfbewustzijn onontbeerlijk. Daarnaast zou je moeten weten:

- welke modellen bij jouw figuur passen
- welke kleuren jou flatteren
- met welke kleuren jij aspecten van jezelf kunt benadrukken.

Lichte kleuren maken je uitstraling zachter, zakelijke kleuren geven je een daadkrachtige uitstraling en heldere kleuren benadrukken je persoonlijke energie.

Hoewel je kunt proberen er energiever uit te zien dan je bent, kan dit ook tegen je werken. Dat wat gekunsteld is, valt op. Blijf dan ook dicht bij jezelf en kies kleuren en kleding die jouw grootste kwaliteiten benadrukken maar overdrijf niet. Ben jij beweeglijk en draag je ook nog eens heel drukke prints, dan kun je daarmee een uitstraling van rusteloosheid creëren. En dat is niet handig.

Tip 2: zorg dat je haar goed zit

Een goed kapsel omlijst je gezicht en verzacht eventuele scherpe lijnen. Maar als jij te lief of te jong overkomt naar je zin, dan kun je je kapper vragen om wat scherpere lijnen te knippen, waardoor je aan kracht zult winnen.

Verzorg je je haar goed. Zorg dat het glanst en goed gestyled is. Gebruik mousse voor meer volume, gel of lak om het te fixeren, een föhn of krultang om het te stylen en een shampoo die behalve je haar ook je hoofdhuid verzorgt. Vraag je kapper jou te leren hoe je het model er zelf ook weer in krijgt, zonder al te veel moeite.

Een haarkleur van de kapper verlangt onderhoud. Een goede haarkleur past binnen het scala aan kleuren dat werkt voor je. Maak het jezelf niet te moeilijk. Wordt je eigen haarkleur lichter (grijzer) en probeer je het donker te houden, betekent dit dat je het elke 2-6 weken moet bijwerken. Door je haarkleur zachter te maken of met een coupe soleil te werken, kun je volstaan met minder kleuringen, terwijl het effect natuurlijk blijft ogen.

Krijg je je kapper niet mee in bepaalde bewegingen, bezoek dan eens een andere kapper, al is het voor één keer. Blijf je doen wat je altijd hebt gedaan, dan is de kans groot dat je ook het resultaat hetzelfde blijft. Je kunt altijd terug naar je eigen kapper om het nieuwe kapsel te onderhouden.

Tip 3: draag schoenen die passen bij het geheel

Schoenen zijn het derde ingrediënt voor je uitstraling. Elke outfit vraagt om de juiste schoenen. Schoenen hebben invloed op je houding en hoe je beweegt. En ze geven een 'style statement' af.

Over het algemeen staan schoenen met hakken eleganter dan platte schoenen. Ze geven je een fiere houding. Al te hoge hakken echter, maken dat je houderig gaat bewegen. Wil je toch superhoge schoenen dragen, oefen dan hoe je je op deze hakken enigszins elegant kunt verplaatsen. Maar kun jij niet goed op hakken lopen, kies dan in elk geval voor schoenen met een sierlijke verfijnde vorm.

De kleur en stijl van je schoenen dient aan te sluiten bij de rest. Draag je graag rode schoenen gecombineerd met donkere neutrale kleding, laat het rood dan terugkomen in een riempje, in je nagellak, je lipstick en/of een ring. Daarmee breng je de aandacht weer terug omhoog, naar jou.

Tip 4: maak jezelf op

Voor overdag raad ik je aan om je ogen mooi op te maken, zodat ze gaan stralen. En je mond voor een stralende lach. Er is een theorie, dat je naturel lipstick of gloss dient te gebruiken als je je ogen wat sterker opmaakt. Ik ben het niet volledig eens met die theorie. Zeker als je haar donker is, kun je beter voor een wat zwaardere/donkerder lipstick moeten kiezen, voor balans in je gezicht. De allerbeste tint is er één die je natuurlijke lippenkleur versterkt.

Is je huid wat onregelmatig, gebruik dan een foundation. Heb je wat weerstand, probeer dan eens een mineralen poederfoundation, vederlicht, gemakkelijk op te brengen met een kwast en niet belastend voor je huid. Kies een kleur die heel dicht bij je eigen gelaatskleur ligt.

Veel vrouwen hebben in hun opvoeding weinig meegekregen over make-up. Onbekend maakt onbemind. Ik kan je aanraden er eens werk van te maken, je te laten adviseren, een workshop te volgen en wat nieuwe technieken te leren. Je zult versteld staan.

Tip 5: straal vitaliteit uit

Een vitale uitstraling maakt je aantrekkelijker. Mensen stappen makkelijker op je af, als je energie uitstraalt. Door goed voor jezelf te zorgen en regelmatig wat te sporten, maak je het jezelf gemakkelijker.

Maar werk ook aan je houding. Maak je een kordate manier van lopen en bewegen eigen en zorg dat je voldoende slaapt. Daardoor wordt je uitstraling actiever.

Tip 6: straal zelfvertrouwen uit

Je zelfvertrouwen en je mening en oordeel over jezelf hebben een directe invloed op je uitstraling.

Werken aan je zelfvertrouwen zou je de hoogste prioriteit moeten geven. Kies een vorm die bij jou past: volg een cursus, lees boeken, houd een dagboek bij, of schrijf elke ochtend op waar je dankbaar voor bent. Welke methode je ook kiest, weet dat hetgeen je aandacht geeft, groeit. Ook je zelfvertrouwen.

Het maakt niet uit aan welke kant je begint, aan de binnenkant, of aan de buitenkant. Omdat binnenkant en buitenkant een eenheid vormen, is er automatisch een wisselwerking.

Tip 7: wees de beste versie van jezelf

Echte schoonheid zit van binnen, wordt wel eens gezegd. Daar zit wat in. Mensen die op hun gemak zijn met zichzelf zijn ongelooflijk prachtig als mens.

Voor je uitstraling is het van belang dat je comfortabel bent met jezelf, jezelf waardeert. Ik kom zo vaak mensen tegen, die zeggen dat ze niet willen opvallen. Verkeerde bescheidenheid vind ik dat. Iedereen mag er zijn en ook gezien worden. Voel je van binnenuit niet hoe waardevol jij bent, vraag het dan eens aan mensen die van je houden. Zij kunnen je vertellen waarom ze jouw vriendin zijn, waarom ze graag met je omgaan.

Eén van de manieren om aantrekkelijk te zijn is om positief in het leven te staan, bereid om ja te zeggen tegen de dingen die op je af komen. Door 'ja' te zeggen tegen het leven en het met beide handen aan te pakken, kom je tot leven, kom je tot bloei. Zo blijf je interessant voor jezelf en word je aantrekkelijk voor anderen.

Over de auteur



Riet de Vlieger is internationaal gecertificeerd Image consultant. Zij heeft een achtergrond als logopedist en trainer presentatievaardigheden en heeft gedegen kennis over de constructie van kleding. Momenteel werkt ze aan een boek over garderobemanagement voor vrouwen.

In haar bedrijf Image Companion (voorheen Dress4success) werkt ze graag met ambitieuze vrouwen. Riet adviseert, neemt een deel van het management van de garderobe over, verzorgt shopping services, geeft persoonlijke consulten en verzorgt workshops voor groepen en bedrijven. Naast Image Companion is Riet als mede-oprichter en trainer verbonden aan Image Masters.

www.imagecompanion.nl

Zeven tips om van je presentatie een succes te maken

door Jacqueline Hulleman (B&B Amsterdam)



Je krijgt de kans om ergens een praatje te houden. Om mensen te inspireren en enthousiast te maken voor dat wat jij te bieden hebt.

**Een geweldige kans natuurlijk, maar tegelijkertijd slaat de schrik je om het hart.
Durf ik het wel?
Kan ik het wel?
En, mijn hemel, wat ga ik precies zeggen?!**

Je wordt overvallen door twijfels. Daar is niet vreemds aan.
Maar geen zorgen, het gaat je gewoon lukken!

Hieronder vind je zeven tips die je zullen helpen om van jouw presentatie een mooi en ontspannen succes te maken.

Tip 1: zeg JA tegen jezelf als spreker

Een presentatie geven is per definitie spannend. De kans is groot dat, als je de mogelijkheid hebt om het te gaan doen, je allerlei beren op de weg ziet. Weet je wel genoeg? Ben je er wel klaar voor?

En voordat je het weet laat je de kans om van je te laten horen schieten.

Doodzonde zou dat zijn. Ga er maar gewoon vanuit dat je het kunt. Als je 1 op 1 met iemand kunt praten (en dat kun je!) dan kun je het vast en zeker ook voor een groep.

Heb je iets dat je met mensen wilt delen? Zeg dan JA tegen jezelf en laat van je horen.

Doe je dat niet, dan doe je niet alleen jezelf, maar ook je luisteraars tekort.

Tip 2: verdiep je in je publiek

Stel je luisteraars in je voorbereiding en tijdens je spreken altijd centraal. Zorg ervoor dat je zoveel mogelijk over hen te weten komt. Wie zijn ze? Wat doen ze in het leven? Waar zitten zij mee? En waar liggen zij 's nachts wakker van?

Hoe beter je je publiek kent, hoe makkelijker en leuker (!) het wordt hen te interesseren voor wat jij met hen te delen hebt.

Tip 3: bedenk hoe jij jouw luisteraars van dienst kan zijn

De enige goede reden om voor een groep te gaan staan is dat jij als spreker hen iets waardevols te bieden hebt. Dat kan een idee zijn, bepaalde informatie, een aanpak of een verhaal. Wat het ook is, het moet iets zijn waar je publiek iets aan heeft.

Heb je je luisteraars niet zoiets te bieden? Dan heeft het weinig zin om een presentatie te geven.

Tip 4: bepaal wat je wilt dat je publiek doet na afloop van je praatje

Zomaar een praatje houden is leuk, maar pas echt leuk wordt het als je weet wat je wilt bereiken met je spreken. Denk daar van te voren goed over na en zorg dat je het glashelder hebt tijdens je spreken.

Wat wil je dat ze DOEN na afloop van jouw presentatie? Wil je dat ze zich aanmelden voor je e-maillijst, dat ze zich aanmelden voor een vervolgtraining of dat ze je boek kopen? Hoe beter je dat weet, hoe meer focus je presentatie krijgt. En daar is iedereen blij mee.

Tip 5: bereid je goed voor

Hoe beter je je voorbereidt, hoe steviger je er zult staan. Maar let op. Ik heb het niet alleen over een goede *inhoudelijke* voorbereiding (want die zit vast wel goed).

Ik heb het ook over de juiste *mentale* voorbereiding. Die maakt of breekt het succes van je voorbereiding.

Onze neiging is vaak vooral te focussen op hoe spannend het allemaal wel niet is en op wat er allemaal wel niet mis kan gaan.

Doe dat liever niet, maar focus vooral op het positieve. Daar zijn allerlei technieken voor. Favoriet van mij en van veel van mijn cliënten is het van tevoren *visualiseren* van jezelf als ontspannen en succesvolle spreker.

Oefen daarnaast je presentatie ook zoveel je kunt. Vraag een vriendin of collega als proefpubliek of gebruik je webcam als partner in crime.

Tip 6: maak contact met je publiek

Spreken gaat over verbinding maken. De extra spanning kan maken dat je dat nou juist eng vindt. Toch zal alles een stuk makkelijker gaan als je contact maakt met je publiek. Neem daarvoor de tijd en bedenk dat dat wat jij te vertellen hebt pas echt aan zal komen als je publiek zich met jou verbonden voelt.

Tip 7: geniet ervan en vier je succes

Wat is er mooier dan iets te delen met een ander? Zie wat je teweeg brengt, voel wat je ook weer terugontvangt en geniet daarvan!

Over de auteur



Jacqueline Hulleman helpt zelfstandige dienstverleners op een prettige en integere manier klanten aan te trekken met hun spreken en presenteren. Zij helpt bij het oplossen van spreekstress en ondersteunt in het vinden van hun eigen unieke en authentieke stem als spreker en als ondernemer. Jacqueline heeft een achtergrond in theater en is zelf een ervaren spreekster. Verder volgde zij een aantal intensieve opleidingen en trainingen op het gebied van marketing, presentatievaardigheden en stressmanagement. Zij is een gekwalificeerd docente Alexandertechniek. Een gratis e-boek met meer spreektips, tools & inspiratie vind je op haar website.

www.sprekenzonderstress.nl

Zeven rubrieken om je papieren in te organiseren

door Isabelle Rademakers (B&B Amsterdam)



Uit onderzoek is gebleken dat mensen die hun omgeving goed leren organiseren, meer rust en ruimte ervaren en zich significant gelukkiger voelen.

Orde en overzicht in je hoofd stimuleert creativiteit, geeft rust en creëert tijdswinst.

Postverwerking wordt heel eenvoudig met een sorteermap of sorteersysteem met 6-8 vakken. Leg de map op een plek waar je er gemakkelijk bij kunt, liefst direct na het openen van de post. Als je kiest voor een wandsysteem of postbakjes systeem, zorg dan ook dat het op een centrale plek staat.

Er zijn drie belangrijke regels waar je je aan moet houden om de poststroom overzichtelijk te houden:

1. Open je post ten minste twee keer per week en verdeel ingekomen stukken in de hieronder beschreven rubrieken.
2. Gooi lege enveloppen direct weg, gebruik ze niet om losse aantekeningen op te maken, dit raak je gemakkelijk kwijt
3. Blader eventuele reclamefolders direct door en doe ze daarna in de oud papierbak.

Dit zijn de meest voorkomende rubrieken waarin je de sorteermap of postvakjes kunt indelen:

Rubriek 1: inkomende post

Verdeel de inkomende post in twee soorten:

- post die je niet direct kunt openen/verdelen (i.v.m. tijdgebrek)
- post voor anderen (zakenpartner, collega's)

Rubriek 2: betalen

Als je ca. twee keer per maand je betalingen voldoet, voorkom je betalingsherinneringen. Schrijf op de factuur of acceptgiro de betaaldatum.

- acceptgiro's
- facturen
- aantekeningen van betalingsverplichting of financiële verrekeningen

Rubriek 3: afspraken

- direct noteren in agenda
- papieren uitnodigingen, entreebewijzen, een deelnamebewijs die je moet meenemen naar de afspraak (vaak inclusief routebeschrijving)

Rubriek 4: actie

Indien gewenst kun je hierin nog een onderverdeling in aanbrengen tussen actie spoed en actie gewoon:

Actie spoed

Hier berg je acties op die binnen 7 dagen gedaan moeten worden. Denk hierbij aan:

- bevestigen van afspraken
- feedback op een offerte
- aantekening om iemand te bellen / mailen / iets te kopen

Actie gewoon

Hier berg je acties op die binnen 30 dagen gedaan moeten worden. Zodra de actie meer of minder prioriteit krijgt, verschuif je de benodigde papieren naar 'spoed' of 'ooit'

- opzeggen verzekering
- muteren NAW-gegevens
- toevoegingen en wijzigingen in adresbestand
- declaraties

Rubriek 5: inspiratie

Hier doe je papieren, aantekeningen of acties op die je ooit misschien nog eens wil doen. Van sommige papieren kun je op het moment van ontvangst nog niet goed beslissen of je er iets mee wilt doen en of het echt relevant is, maar het geeft je wel inspiratie. De praktijk leert dat veel van deze papieren nooit iets gedaan wordt. Zodra je je dit realiseert en dus een beslissing hebt genomen, kun je de papieren meteen weggooien. Onthoud dat je bijna alles nog kunt terugvinden op internet. Bewaar bijvoorbeeld:

- folders van diensten om te kijken of je zou moeten overstappen
- brochures van seminars, beurzen, workshops om te volgen
- flyers van producten of diensten die relevant zijn voor jouw branche

Rubriek 6: archiveren

De meeste ZZP-ers en freelancers volstaan met één keer per kwartaal een uur tot anderhalf uur te archiveren. Dit wordt steeds minder aangezien veel instanties met digitale overzichten werken. Maar voor sommige zaken blijft een papieren archief toch handig. Denk hierbij o.a. aan:

- verrichte betalingen
- verzonden facturen
- afgeronde declaraties
- loonstroken, jaaropgaves
- bankafschriften, jaaropgaves

Rubriek 7: lezen

Hier berg je artikelen, nieuwsbrieven, brochures, krantenknipsels of tijdschriften op die je nog wil lezen.

Over de auteur



Isabelle Rademakers is professional organizer. Na een jarenlange werkervaring in diverse functies op inkoop en marketing gebied besloot Isabelle om haar passie en haar natuurlijke drive te gaan volgen. Met haar eigen bedrijf Labels & Baskets maakt zij ruimtes overzichtelijker met behoud van stijl en smaak. Alle organize materialen worden op maat ingekocht, zodat ze precies passen en er ook nog eens mooi uit zien, origineel zijn of een leuke kleur hebben.

Isabelle is een enthousiaste en open persoon. Mensen voelen zich op hun gemak bij haar en vinden het prettig om met haar samen te werken. Daarnaast is zij praktisch ingesteld en een echte doener.

www.labelsandbaskets.nl

Zeven belastingtips voor de (startende) ondernemer

door Renate van Schie (B&B Amersfoort)



Als ondernemer krijg je met hele andere belastingregels te maken dan wanneer je in loondienst werkt. Zo ontvang je je inkomen als ondernemer bruto, zonder dat er loonbelasting is ingehouden.

En wanneer je aan het einde van het jaar je belastingaangifte invult, zie je dat je soms belasting moet bijbetalen.

Terwijl je als werknemer veelal – door de hypotheekrenteaftrek – gewend was aan een belastingteruggave over het jaar. Dat kan even slikken zijn.

Hieronder zeven tips om gedurende het jaar rekening mee te houden.

Tip 1: hou je uren in een agenda bij

Ondernemers kunnen in aanmerking komen voor de zelfstandigenaftrek. Dat is een aftrek van de winst van maximaal € 7.280. Starters kunnen daar bovenop nog een extra startersaftrek claimen van € 2.123. Zo betaal je geen belasting over de eerste € 9.403 van je winst.

Een voorwaarde voor deze aftrek is dat je in een jaar meer dan 1.225 uren aan je onderneming besteedt (ook in het eerste jaar). Als jouw omzet bestaat uit een gedeclareerd aantal uren, is aan de hand van de facturatie wel na te gaan hoeveel (declarabele) uren je gedraaid hebt in een jaar. Voor een ondernemer die niet op urenbasis werkt, is dit minder eenvoudig aan te tonen.

Maar niet alleen de directe werkzaamheden voor de onderneming tellen mee voor het uren criterium. Ook de tijd die je besteedt aan bijvoorbeeld klantenwerving, administratie, het opzetten van een website, reistijd, cursussen, enz. tellen mee.

Leg alle uren, met een korte omschrijving erbij, vast in een agenda. De Belastingdienst kan ze opvragen.

Tip 2: vraag een Verklaring Arbeidsrelatie aan

Een Verklaring Arbeidsrelatie voor winst uit onderneming, afgekort als VAR-wuo, is een beschikking van de Belastingdienst. Heb je een VAR-wuo, dan ziet de fiscus je ook als zelfstandig ondernemer.

Een VAR verschaft duidelijkheid over je relatie met de opdrachtgever. Als je een VAR-wuo hebt, mogen de opdrachtgevers ervan uitgaan dat ze geen loonheffingen hoeven in te houden als ze jou inhuren. De opdrachtgever bewaart in zijn administratie een kopie van de VAR en een kopie van je legitimatiebewijs.

Een VAR vraag je bij de Belastingdienst aan en is geldig tot het einde van het kalenderjaar. Daarna moet je een nieuwe VAR aanvragen.

Tip 3: let op wanneer je investeringen doet

Wanneer je investeert in bepaalde bedrijfsmiddelen, dan kun je in aanmerking komen voor de kleinschaligheidsinvesteringsaftrek. Dit is een extra aftrekpost bij de aangifte inkomstenbelasting.

Het bedrag van de kleinschaligheidsinvesteringsaftrek hangt af van het geïnvesteerde bedrag in het boekjaar. Om investeringsaftrek te krijgen, investeer je minimaal € 2.300 in bedrijfsmiddelen. Bij kleine investeringen geldt: hoe meer je investeert, hoe hoger de aftrek. Met een maximum van € 15.470 aan investeringsaftrek. Vanaf een bedrag aan investeringen van circa € 100.000 loopt de investeringsaftrek geleidelijk terug, tot je bij iets meer dan € 300.000 aan investeringen weer op nul investeringsaftrek zit.

Plan je investeringen zorgvuldig over de jaren om optimaal van de investeringsaftrek gebruik te kunnen maken.

Tip 4: pas willekeurig afschrijven toe

Bedrijfsmiddelen schrijf je af ten laste van de winst. Deze verlagen dus de winst waarover je belasting betaalt. Als startende ondernemer mag je in sommige gevallen afwijken van de normale manier van afschrijven. Je mag dan zogenoemd willekeurig afschrijven. Dat wil zeggen dat je zelf mag bepalen in welk jaar je de totale afschrijvingskosten aftrekt.

Een voordeel van willekeurig afschrijven is dat je door veel af te schrijven op de korte termijn minder winst hebt. Je betaalt dan minder belasting of krijgt zelfs belasting terug. Maar je mag ook minder afschrijven, zodat je in de aanloopfase minder aftrek hebt en in later jaren meer.

Tip 5: beoordeel of je de auto zakelijk of privé boekt

Een auto die je zakelijk en privé gebruikt, kun je privé laten of op de ondernemingsbalans zetten.

Zet je de auto op je ondernemingsbalans, dan kun je alle kosten met betrekking tot de auto in aftrek brengen op je winst. Denk aan de onderhoudskosten, alle benzinekosten, verzekeringskosten en motorrijtuigenbelasting. Rijd je met de auto ook in privé, dan krijg je een bijtelling van (maximaal) 25% van de cataloguswaarde (inclusief BTW en BPM). Ook voor een tweedehands auto tot 15 jaar geldt deze bijtelling over de cataloguswaarde.

Laat je de auto privé, dan zijn de autokosten niet aftrekbaar, maar kun je € 0,19 per zakelijk gereden kilometer ten laste van je winst brengen.

Reken uit wat in jouw specifieke geval het voordeligst is. Als je de keuze eenmaal gemaakt hebt, kun je hier niet zomaar op terugkomen. Voor de BTW maak je ook een keuze of je de auto zakelijk rijdt of privé. De keuze voor de inkomstenbelasting staat los van de keuze voor de BTW-heffing.

Tip 6: benut de meewerkaftrek

Als je als ondernemer hulp krijgt van je partner, zal hij/zij daar over het algemeen geen beloning voor vragen.

Je kunt dan wel meewerkaftrek krijgen van tenminste 1,25% van de winst. Je moet dan zelf minstens 1.225 uren aan de onderneming besteden en je partner tenminste 525 uren. Ook nu mag deze tijd besteed worden aan bijvoorbeeld de administratie, de website en de facturatie.

Tip 7: denk aan je pensioen

Als je als ondernemer werkt, is er geen werkgever meer die pensioen voor je opbouwt. Dit moet je zelf regelen. Denk er over na hoe je dan je pensioen wilt opbouwen. Wellicht werk je vanuit een eigen pand, dat te zijner tijd je pensioenpotje is. Misschien kun je nu maandelijks wat opzij zetten.

Er zijn ook voor ondernemers mogelijkheden om fiscaal vriendelijk voor de ouderdag te sparen. Bijvoorbeeld door middel van een bankspaarlijfrente. Je stort op een geblokkeerde spaarrekening. Deze storting is onder voorwaarden aftrekbaar van de winst. Te zijner tijd is de uitkering belast.

Over de auteur



Renate van Schie-Heijnen is fiscalist bij HoogeveenLuigjes accountants en belastingadviseurs in Leusden. Ze werkt daar als belastingadviseur, estate planner en pensioendeskundige.

www.hoogeveenluigjes.nl

Zeven tips voor een zorgeloze administratie

door Margriet Hofland (B&B Haarlem)



Een goede administratie is een spiegel van je onderneming. Je kunt er ontzettend veel informatie uit halen, die je helpt bij het leiden van je bedrijf. Toch denken veel ondernemers dat het bijhouden van een administratie alleen noodzakelijk is voor de fiscus, de bank en/of de boekhouder.

Met de onderstaande tips wil ik je niet alleen een recept geven voor het inrichten en bijhouden van de administratie van jouw onderneming, maar wil ik je vooral laten zien dat je zelf degene bent die baat heeft bij een zorgeloze administratie. Het geeft je grip op de zaken, inzicht in je bedrijf en rust in je hoofd.

Tip 1: kies een manier van werken die bij je past

Administratie is de vastlegging van alles wat er binnen je onderneming gebeurt. Dat vastleggen kun je op heel veel verschillende manieren doen. Als je een manier kiest die goed bij je past, is het makkelijker om je administratie zorgeloos bij te houden.

Ben je net gestart met je onderneming en zijn er nog weinig mutaties? Dan kun je prima een rekenprogramma zoals Excel gebruiken om je administratie in bij te houden. Je betaalt dan geen kosten voor gebruik van een boekhoudprogramma.

Naarmate je bedrijf groter wordt, wegen de kosten van het programma niet meer op tegen de structuur en het overzicht dat een boekhoudprogramma biedt. Als je veel onderweg bent kun je kiezen voor een programma in de 'cloud', zodat je overal de informatie uit je administratie tot je beschikking hebt. Als je een goed lopend bedrijf hebt, dan kun je overwegen om de verwerking van de (financiële) administratie uit te besteden, zodat jij je handen vrij hebt voor je onderneming.

Tip 2: zorg voor een duidelijke en herkenbare inrichting

Als je begrijpt wat je administratie te vertellen heeft, wordt het meer dan alleen een vastlegging van gegevens.

Bij het inrichten van je administratie is het belangrijk dat je jouw bedrijf als uitgangspunt neemt. Wat is voor jou belangrijk om te weten? Bied je verschillende diensten aan, dan zou het fijn kunnen zijn om in je administratie per dienst de omzet, directe kosten en de winstmarge terug te zien. En wil je kosten besparen dan is het handig om elke maand je kosten te kunnen vergelijken met het budget dat je hiervoor hebt.

Juist als je net met je onderneming bent gestart, kun je veel profijt hebben van de structuur van een goed opgezette administratie. En ook als je zelf de administratie bijhoudt kun je de hulp van een administratieve dienstverlener inschakelen voor het opzetten en inrichten ervan.

Tip 3: de voordelen van een zakelijke bankrekening

Je bent niet verplicht om een zakelijke rekening voor je onderneming te openen. Soms wordt het vanwege de extra kosten die zo'n rekening met zich meebrengt niet gedaan of uitgesteld. Toch is een zakelijke rekening wel aan te raden.

Het grootste voordeel van een zakelijke rekening is dat je je zakelijke administratie scheidt van je privé-administratie. Het maakt je administratie eenvoudiger en dat scheelt jou en je boekhouder tijd. Ook helpt het bij de onderbouwing van het zakelijke karakter van bepaalde kosten.

Met een zakelijke rekening heb je gemakkelijker inzicht in de financiële situatie van je bedrijf. Je kunt maandelijks een vast bedrag naar een privé- op zakelijke spaarrekening overmaken. Dit helpt je om je zakelijke doelen te bereiken.

Tenslotte komt het ook professioneler over als in de omschrijving van de bank bij een betaling jouw bedrijfsnaam komt te staan.

Tip 4: zorg voor rust en regelmaat

Het bijhouden van je administratie gaat het beste als je ongestoord kunt werken op een rustige, aangename plek waar je niet te veel wordt afgeleid.

Kies een vast moment (bijvoorbeeld de eerste maandag van de maand, van 9 tot 12) voor het bijwerken van je administratie. Als je dit moment als terugkerende afspraak in je agenda zet en je er aan houdt, dan zul je merken dat het na verloop van tijd geen enkele moeite kost om er even voor te gaan zitten.

Of maak een afspraak om elke maand of kwartaal je administratie bij te werken bij de boekhouder op kantoor. Zo blijft hij/zij op de hoogte van wat er speelt in je bedrijf en kun je gelijk vragen stellen.

Tip 5: stop met uitstellen

Het allerbelangrijkste ingrediënt voor een zorgeloze administratie is stoppen met uitstellen. Het wordt namelijk pas echt zorgeloos als je:

- elke dag je gewerkte uren (en eventueel zakelijke kilometers) bijhoudt in je agenda of via een app. Dit levert je, naast een mogelijke fiscale aftrekpost, ook inzicht op in je tijdsbesteding.
- niet te lang wacht met factureren en na overschrijden van de vervaldatum gelijk een vriendelijke herinnering stuurt.
- aan het einde van de week alle losse bonnen in een insteekhoes bij je administratie doet.
- maandelijks je bankmutaties downloadt en opslaat en daarna controleert of je van alle transacties een factuur of bon hebt.

Tip 6: betaal tijdig je belasting

Stress als er een blauwe envelop op de deurmat valt? Houd er altijd rekening mee dat er genoeg geld op je rekening staat voor het betalen van belastingen. Als je niet op tijd betaalt, mag de Belastingdienst een boete opleggen.

Gebruik daarnaast bij elke betaling het juiste betalingskenmerk. Doe je dit niet, dan is de kans groot dat de betaling zoek raakt en de Belastingdienst je alsnog beboet vanwege niet betalen. Vaak kan dit achteraf wel weer worden teruggedraaid, maar als je het gelijk goed doet, bespaart het stress, tijd en geld.

Neem altijd contact op met je boekhouder of adviseur als je een naheffingsaanslag ontvangt, waarbij de Belastingdienst het belastingbedrag ambtshalve heeft vastgesteld. Vaak is de aanslag hoger dan het werkelijk verschuldigde bedrag en kan het gemakkelijk worden verlaagd.

Tip 7: bereid de bespreking van de jaarrekening goed voor

Tenslotte nog enkele tips om je voor te bereiden op de bespreking van de jaarrekening. Lees het rapport eerst rustig door en vraag je bijvoorbeeld het volgende af:

- Hoeveel omzet staat er tegenover de tijd die ik kwijt ben aan mijn onderneming? Is mijn uurtarief hoog genoeg? Doe ik (te) veel dingen zonder dat er omzet tegenover staat?
- Hoe verhoudt de omzet, bruto marge, winst zich ten opzichte van wat ik verwachtte en ten opzichte van voorgaande jaren? Is er een verklaring voor een afwijking?
- Bekijk wat je grote kostenposten zijn en vraag je af of je het komende jaar ergens op kunt besparen.
- Het is fijn als je je eigen onderneming kunnen herkennen in de administratie en het jaarrapport. Je kunt aan de boekhouder vragen of hij of zij de administratie zo wil inrichten dat het beter aansluit met de werkelijkheid.

Over de auteur



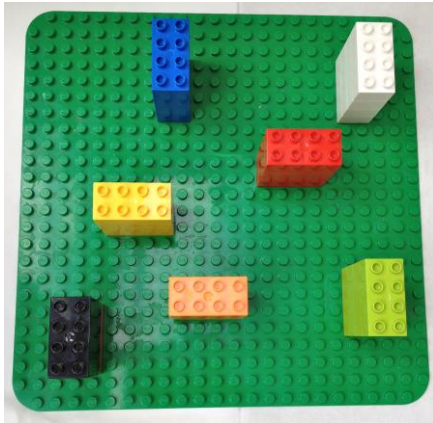
Margriet Hofland is eigenaar van Hart voor administratie. Na 13 jaar gewerkt te hebben bij een groot landelijk accountantskantoor voor het midden- en kleinbedrijf, besloot ze haar hart te volgen en op zoek te gaan naar meer balans tussen werk, zaken en ratio enerzijds en gevoel, intuïtie en bewustzijn anderzijds.

Op administratief gebied ondersteunt ze het liefst mensen die bij het volgen van hun hart behoefte hebben aan structuur, overzicht en financieel inzicht. Daarnaast maakt ze andere ondernemers graag bewust van de keuzes die ze hebben en vindt ze het leuk om op een positieve manier richting te geven aan dromen en doelen van de ondernemer.

www.hartvooradministratie.nl

Zeven tips voor een stevig fundament onder jouw droomplan

door Karianne Schippers (B&B Amsterdam)



Je hebt een mooi idee of zelfs een gedurfd plan. Het sluimert al een tijdje in je hoofd maar je hebt er nog weinig mensen over verteld. Eigenlijk sta je te popelen om aan de slag te gaan, maar ja: waar begin je?

Laat ik voorop stellen dat dé manier om je doelen te bereiken volgens mij niet bestaat. Daarvoor heb ik te veel totaal uiteenlopende succeswegen zien bewandelen.

Omstandigheden variëren en mensen zeker. Voelt de een zich prettig bij organische groei in een rustig tempo, een ander is juist gebaat bij snelheid en zelfbenoemde deadlines. Toch heb ik ervaren dat de volgende tips en opdrachten zinvol zijn voor iedereen met een droomplan.

Tip 1: zorg voor focus: weet wat je wilt bereiken en waarom

Het realiseren van een plan vraagt om motivatie en doorzettingsvermogen. Alleen als je precies weet waarom het behalen van je einddoel écht belangrijk voor je is, zal je dat voldoende kunnen ontwikkelen. Daarnaast word je overtuigender en aantrekkelijker voor anderen als ze niet alleen begrijpen wat je wilt bereiken, maar vooral ook waarom.

Hang eens twee grote vellen papier op de muur en schets een week lang alles wat in je opkomt aan voordelen die het uitvoeren van je plan op gaat opleveren. Dit mogen zowel materiele als immateriële dingen zijn en plaatjes plakken uit een tijdschrift kan ook. Op het ene vel zet je waarom je het plan wilt uitvoeren voor jezelf, op het andere vel zet je hoe je er anderen mee zult helpen.

Tip 2: stel uitdagende, maar haalbare doelen

Veel mensen haken al af bij het uitvoeren van hun plan omdat het verloop niet overeenkomt met hun verwachtingen. Het kost meer moeite en meer tijd dan ze hadden ingeschat. Ook de tijd die je bezig bent met randvoorwaarden ten opzichte van het werk waar het je om te doen is, valt nogal eens tegen. In het begin mag je heel blij zijn als dat 50/50 is.

Verder onderschatten mensen over het algemeen hoeveel tijd iets kost en hebben ze weinig inzicht waar ze hun tijd aan besteden.

Wil jij voordat je aan het realiseren van je plan begint weten hoeveel tijd je daar eigenlijk voor hebt? Houd dan eens twee weken heel precies een dagboek bij en markeer achteraf:

- de tijd die je écht niet anders kunt invullen (vaste baan of opdracht, zorg voor kind(eren), zorg voor jezelf, andere verplichtingen)
- de tijd die je anders zou kunnen invullen (bijvoorbeeld TV-kijken, sociale activiteiten, sommige huishoudelijke taken)
- tijd die je nog vrij te besteden hebt

Tip 3: droom groot, maar zet kleine, overzichtelijke stappen

Ondernemen is een doorlopend leerproces, er is zoveel te ontdekken en doen. Het gevaar is dat je steeds nieuwe ideeën krijgt voor acties en nauwelijks toekomt aan het zetten van echte stappen of verdrinkt in alle mogelijkheden. Het allerbelangrijkste is dat je keuzes maakt in wat je doet, goed kijkt naar welke acties jou energie geven en passen bij wat je wilt bereiken. Ook op dagen dat je weinig tijd hebt, wil je graag het gevoel hebben dat je vooruitgang boekt met het realiseren van je plan.

Maak daarvoor eens een lijst met 50 mini-acties. Acties die niet meer dan 10 à 15 minuten tijd kosten. Denk aan het verzinnen van een naam voor een dienst, iets uitzoeken, contact met iemand leggen, iets lezen, 5 woorden bedenken die beschrijven wat jij kunt, een belofte die jij waar kunt maken voor je toekomstige klant, enzovoort.

Doe op dagen waarop je weinig tijd hebt, toch een mini-actie. Zo houd je het gevoel dat je vooruit komt en krijg je energie om door te gaan.

Tip 4: zie tegenslag als iets wat er af en toe bij hoort

Een tip waar lang niet iedereen op zit te wachten, heb ik gemerkt. En toch zie ik dat mensen die er zo naar kijken snel, grote stappen maken. Als je jezelf toestaat om fouten te maken, ondernemen ziet als een leerproces, je oprecht kunt genieten van ontwikkeling en niet alleen bezig bent met het uiteindelijke resultaat, laat je je minder snel ontmoedigen.

Wil jij op die manier naar tegenslag gaan kijken, maar vind je dat lastig? Doe dan eens de volgende opdracht:

- Bedenk 3 tegenslagen die je eerder in je leven hebt gehad
- Verzin bij iedere tegenslag hoe die jou of je leven positief heeft beïnvloed of wat je er allemaal van hebt geleerd.

Tip 5: weet wat je waard bent voor anderen

Hoe enthousiast je zelf ook bent over je plan, uiteindelijk zal het succesvol realiseren ervan afhangen van de waarde voor anderen. Hoe kunnen jouw kwaliteiten, talenten en passies het leven van anderen verbeteren? Goed om in gedachten te houden is dat mensen vooral geld en energie willen steken in producten of diensten die ze iets oplevert in de categorieën Geld, Gezondheid, Geluk, Gemak en Genot (de 5 G's).

Maak eens een lijst met de problemen die de mensen waarvoor jij wilt werken hebben. Lastig? Ga naar plekken waar je die mensen kunt ontmoeten en vraag het ze letterlijk: wat ervaar jij als jouw grootste probleem?

Tip 6: bepaal zelf wanneer je succesvol bent en wat jij belangrijk vindt

Voordat je met je plan van start gaat is het goed om te bedenken wat jij belangrijk vindt om het succesvol te noemen. We zijn nogal geneigd om te willen voldoen aan wat anderen een succes vinden. Ook is alles wat anderen (lijken te) doen in deze tijd heel zichtbaar, dus is de kans groot dat je je gaat vergelijken. Des te belangrijk dat je weet wanneer jij het geslaagd vindt wat je doet.

Vul de volgende zin eens 10 keer aan:
Mijn plan is een succes als

Tip 7: zorg goed voor jezelf

Ondernemen is ontzettend leuk, maar vraagt veel energie. Om energie te kunnen geven, moet je energie opdoen. Hard werken vraagt ook om voldoende ontspanning. Zowel lichamelijk als geestelijk. Wat heb jij nodig om met een ontspannen gevoel aan je droomplan te kunnen werken?

Benoem drie tot vijf zaken die voor jou echt belangrijk zijn en maak het je prioriteit om daarvoor te zorgen. Kijk hier iedere week naar en onderzoek hoe je voor elkaar kunt krijgen wat jij nodig hebt.

Over de auteur



Karianne Schippers ondersteunt en begeleidt (toekomstige) ondernemers bij het realiseren van hun mooie, soms gedurfde plannen. Zij zorgt dat ze helder voor ogen krijgen wat ze willen bereiken, waarom en hoe en helpt bij het maken van keuzes en ontdekken van wegen die echt bij ze passen.

Zo maken haar klanten van hun plan stap voor stap hun droomproject waarover ze helder, zelfverzekerd en overtuigend kunnen vertellen. In haar werk combineert Karianne haar ervaring als ondernemer en projectleider met haar ervaring als trainer en coach.

www.firmaklaarvoordestart.nl

Zeven tips voor een levende strategie

door Denise Cecile (B&B 't Gooi)



Strategie (incl. visie/missie) wordt over het algemeen gezien als iets dat speelt binnen de boardroom. Sommige zelfstandige professiona's (ZP'ers) hebben bij het opstarten van hun bedrijf een businessplan gemaakt, maar dat ligt daarna vaak diep in de kast weggestopt; doodzonde!

Een strategie is de vertaalslag van het beeld dat jij van je toekomst hebt en hoe je die wilt verwezenlijken. Het zou het kloppend hart van je bedrijf moeten zijn dat anderen inspireert.

De wereld is drastisch aan het veranderen. Creativiteit voor het tot stand brengen van nieuwe verdienmodellen is onmisbaar. 'Left-brain analytical thinking' is niet meer genoeg om met antwoorden te komen op uitdagingen van het bedrijfsleven. Daarbij bepalen ZP'ers steeds meer het beeld; we zijn zelf de boardroom en werkvloer ineens. Strategiebepaling is voor jou en mij essentieel geworden.

Het is dus de hoogste tijd om conventies over traditionele strategieontwikkeling te doorbreken. Ik nodig je uit om uit je hoofd te stappen en te gaan denken door te doen! Zet je gehele hersencapaciteit in, je 'linker-' en 'rechterhersen helft'. Een goede strategie is het resultaat van dit soort 'Integrative Thinking'.

Hieronder volgen tips om je strategieontwikkeling tot een creatieve, levendige sessie te maken.

Tip 1: kom in een 'state of play'

Bij creativiteit komt al snel 'out of the box' denken in ons op. Maar ga nu eens niet een 'box' uit, maar stap eens een 'box' in: a sandbox! Teken (om je te helpen) een groot kader op een stuk papier. Zo, dat stelt je fictieve zandbak voor; een omkaderd speelveld waarbinnen spel en experiment centraal staan; een veilige omgeving waarin er tijdelijk geen oordeel is of consequenties volgen. Je kunt dus gerust alles omgooien, graven en bouwen wat je wilt.

Welke zakelijke uitdagingen wil je aanpakken? Zet deze binnen het kader uiteen. Teken eventueel verbindingslijnen hiertussen. Ik werk zelf met 3M's: merk, markt, mens. Amuseer je, lach erom: ga spelen! Na dit 'uitje' laat je staan wat werkt en 'hark' je de rest mooi glad. Maak eerst nog snel een foto, er kan later blijken dat een 'gek idee' uit een speelsessie, eigenlijk het startpunt van je 'brilliant new concept' is.

Tip 2: verbreed je vizier

De grootste blokkade voor groei ben je zelf! Begin daarom bij het uitdagen van je huidige overtuigingen en denkpatronen. Je wandelt als het ware van de oplossing af en gaat verbreden. Je raakt net niet je oorspronkelijke vraag uit het oog, maar focust op van alles daaromheen. Dit voelt erg inefficiënt, maar is voor het ontwerpen van nieuwe visies en wegen juist effectief.

Pak wat kernwoorden die je in je kader hebt geschreven en begin een mindmap te maken, een veld van verbindingen, associaties, thema's etc. Denk aan ideeën, wijd daarin uit, wat is er allemaal mogelijk. Maar denk ook in problemen en wijd daar ook in uit! Vraag jezelf af: wat werkt niet, waarom niet? Welke elementen zijn gerelateerd aan dit probleem, wat zijn daar de eigenschappen van?

Tip 3: visualiseer

Maak ook gebruik van beeld. Dit heeft diverse voordelen. Je strategie is gelinkt aan je visie van de toekomst; een realiteit die nog niet bestaat waardoor het soms lastig is om deze extern te communiceren. Beeld is rijk aan informatie en is vaak beter in staat het verhaal te vertellen dat je voor ogen hebt.

Een ander voordeel is dat je er je rationele denkpatronen mee kunt doorbreken. Je wilt je intuïtie meer laten spreken in het proces. Geen idee waarom je een bepaalde afbeelding uitzoekt? Prima. Alleen omdat de reden of het nut ervan nog niet bij je bewustzijn is aangekomen, zegt niet dat het geen functie heeft; misschien komt deze klik later pas! Je onderbewuste is beter in staat de juiste keuze te maken dan jij denkt. Vertrouw op de analyse van je gehele brein, niet alleen van het rationele gedeelte.

Begin dus met verzamelen, ga scheuren en knippen en plakken. Je kunt de hulp invoeren van Google en Pinterest, of ouderwets met een moodboard of dummy-boekje werken. Verzamel alles wat je aanspreekt in relatie tot je vraag/bedrijf. Tijdens een sessie kan je deze visuals erbij halen en verwerken; bekijk nog eens waarmee je ze associeert en waarom het je aansprak. Hier kan verrassende informatie uit voortkomen.

Tip 4: werk schetsmatig

'Nothing you do in the sandbox is carved in stone!' Zet dus alles op papier en 'gum' niet uit. Als je gaat schetsen ben je aan het experimenteren, je zet lijn na lijn en tast af hoe de definitieve vorm eruit moet komen te zien. Datgene dat werkt benadruk je en wat niet werkt, daar breng je nog een laag over aan. Zo oefen je om meer flexibel en adaptief te zijn!

Tip 5: focus opnieuw

Na je speelse verbreding komt een moment dat je een nieuwe weg door ziet schemeren. Breng opnieuw focus aan. Voeg samen, kwantificeer en verbind. Distilleer de kern eruit en vorm je nieuwe concept.

Je hebt nieuwe inzichten en leuke verbanden verzameld om je hierbij te helpen. Ga niet direct terug naar de bekende weg. Kill your darlings is één van de moeilijkste stappen in conceptontwikkeling.

Je bent aan het oude gehecht, hebt geïnvesteerd erin en bent ermee verweven. Maar je hebt je ook ontwikkeld en nieuwe inzichten gekregen onderweg. Dwing jezelf om hier ook wat mee te doen.

Tip 6: bouw prototypes

Zodra je nieuwe concept scherp is gesteld, is het tijd om deze te verwezenlijken. Breng je idee van papier over naar de werkelijkheid: maak een prototype, een goedkoop testmodel van wat je voor open hebt. Door ideeën tastbaar te maken zie je wat nog verder uitgedacht moet worden. Het bouwen, improviseren en uitvoeren (doen!) activeert een ander deel van je hersenen en moedigt intuïtief, spelenderwijs werken aan. Hierdoor ervaar je beter wat wel en niet werkt. Fouten worden nu op het juiste moment gemaakt, wanneer ze nog oplosbaar zijn en de kosten nog te overzien.

Tip 7: test en herhaal

Met je prototype ben je nu in staat om je idee te testen in de praktijk. Doe dit snel en eenvoudig, met zo min mogelijk investeringskosten. Vraag hierbij actief naar feedback. Dit is niet makkelijk, omdat je je kwetsbaar voelt met je nieuwe idee. Maar het is wel erg leerzaam en het stelt je in staat snel te groeien. Het heeft geen zin om veel energie te stoppen in iets dat niet werkt.

Verwerk de feedback: was iets succesvol? Probeer dat zo snel mogelijk op te schalen. Ging iets niet goed? Vraag je in dat geval af hoe het wel zou moeten. Ga vanuit hier weer terug naar je tekentafel en begin je sessie met een nieuwe 'zandbak' vol uitdagingen.

Over de auteur



Denise Cecile is specialist in Design Thinking, een manier van werken die steeds populairder wordt binnen het bedrijfsleven. Ze vertaalt hierbij haar werk- en denkwijze als kunstenaar en ontwerper naar organisatie-vraagstukken.

Haar doel is om de balans tussen denken en doen in het bedrijfsleven terug te brengen en organisaties open te stellen voor een andere manier van samenwerken.

Denise heeft na het afronden van de kunstacademie een mastertitel in Communicatiewetenschappen behaald, aangevuld met een minor A&O psychologie (UvA). Haar specialisatie is Verandermanagement.

Een paar maanden per jaar werkt ze in haar atelier aan vrij werk en/of werk in opdracht.

www.blackboxstrategy.nl

Zeven tips om de zakelijke ladder te beklimmen

door Daniëlle Bieshaar (B&B Almere)



Je bent een professionele vrouw met verstand van zaken die 'corporate ladder' beklimt. Je weet dat de pasjes die je in "da club" gebruikt, hoe indrukwekkend ze ook mogen zijn, niet dezelfde bewegingen zijn die jou zullen helpen om verderop te komen in je carrière. In de corporate world zijn andere moves belangrijk.

Lees verder voor enkele tips die je misschien nog niet hebt overwogen om je verder te helpen.

Tip 1: laat je stem niet horen

Hé, hoezo? Ja, je hoorde het goed. Ik weet dat je overal om je oren geslagen wordt met het advies om jezelf te laten zien en horen, om je authenticiteit te laten blijken en mee te doen aan het spel met de grote jongens, enz. Ik hoor je en ik begrijp je verwarring volledig. Met dit punt bedoel ik niet dat je een muurbloempje moet worden of blijven. Ik heb het over goed getimede, strategische input. Je hoeft geen Saskia Spraakwaterval te zijn om hogerop in het bedrijfsleven te komen. Wel kan je zorgen dat je precies het juiste antwoord hebt op precies het juiste moment. Zo zorg je dat je opvalt.

Tip 2: maak geen oogcontact met mensen

Kijk anders naar hun ziel. Laat me het uitleggen voordat je afhaakt omdat dit wel heel zweverig wordt. Een heleboel mensen hebben een hekel aan mensen die naar hun staren. Daarnaast is het een kunst om goed oogcontact te maken met anderen, maar ik dwaal af... Het punt dat ik hier wil maken, is dat je je collega's moet leren kennen op een dieper niveau. Laten we zeggen dat je een bespreking hebt met Jan of Hettie van boekhouding. Waarom kies je, in plaats van alleen het gesprek te voeren op basis van hun specifieke rollen in de organisatie, niet voor een gewaagde aanpak? Wat dacht je van een oprecht gesprek voeren met je collega, een echte persoon met een leven buiten het kantoor, met hobby's en interesses waarover je kan praten? Dit is geen koetjes- en kalfjesgesprek, dit gaat over het tonen van oprechte interesse in die andere persoon. Het is een vaardigheid die charismatische mensen beheersen. Geef iemand het gevoel dat ze de enige en meest belangrijke persoon in de kamer zijn en dat jij als gesprekspartner volledig in hem opgaat met oprechte attentie. Even samenvatten: Doordringend staren is slecht, echt belang tonen is goed.

Tip 3: schiet niet iedereen altijd te hulp

Focus en specialiseren zijn essentieel voor jouw vooruitgang. Het klinkt goed om altijd als de behulpzame duizendpoot gezien te worden, niet waar? Nou, het zit namelijk zo. Het is je geraden om jezelf te profileren als de 'go-to' persoon binnen de organisatie voor dat specifieke onderwerp. Als je haantje de voorste bent voor elk project, heb je snel meer werk op je schouders dan je aankunt en kan je niet presteren op het moment dat het erop aankomt op die onderwerpen waarin jouw toekomst zit. Op den duur kan je in een identiteitscrisis terecht komen. Meesterschap volgt uit tijd en focus. Degene die veel petten op heeft, eindigt met een teruglopende haarlijn.

Tip 4: netwerk minder

Wees strategisch met je netwerkactiviteiten en het gebruik van je netwerk. Ja, iedereen is een potentieel contact, maar de kwaliteit van je connecties zijn het direct resultaat van de tijd en focus die je daarin steekt. Neem wat gas terug, ga op zoek naar diepe en blijvende connecties in de hele organisatie en zorg ervoor dat ze wederzijds zijn.

Tip 5: vergeet je vijfjarenplan

Wees flexibel met betrekking tot jouw traject naar de top. Groeien in het huidige zakelijke klimaat is allesbehalve veilig en al helemaal niet rechtlijnig, dus je moet je flexibel opstellen en kiezen voor de mogelijkheden die je in het verleden misschien links liet liggen. Misschien is jouw combinatie van vaardigheden perfect voor een positie waarbij je minder salaris krijgt of waarbij je een functie krijgt binnen dezelfde salarisschaal in een ander deel van de organisatie. Aan de oppervlakte lijkt dit een contra-intuïtieve zet. Echter, nieuwe vaardigheden en een nieuwe omgeving zijn nooit een slecht idee en het pad omhoog vanuit jouw nieuwe omgeving gaat wellicht sneller dan je denkt.

Tip 6: deel je mening niet

Participeer niet in het roddelcircuit. Wees in plaats daarvan oplettend, weet wat er speelt op de werkplek dat een direct effect heeft op je vooruitgang. Als je je netwerk goed gebruikt, heb je al een bron van nuttige informatie. Houd je lippen stijf op elkaar en benader het roddelcircuit als een plaats delict. Er valt daar niets te zien, loop gewoon door.

Tip 7: kom als laatste binnenlopen bij een vergadering

Dit is een geavanceerde Ninja-techniek die niet voor iedereen is weggelegd. Deze valt in de categorie van dramatische effecten, divagedrag of hoe je dat dan ook noemt. Dit is een techniek die je tot in de puntjes moet beheersen om succesvol uit te voeren. Ik ken iemand die deze techniek heeft toegepast in elke onderneming waar ze ooit heeft gewerkt. Helpt het een handje dat ze verbluffend mooi is? Uiteraard. Je moet je wel beseffen dat als je deze aandachtstrekkerij toepast, je deze moet kunnen ondersteunen met een gezonde dosis intelligentie en pasklare, nuttige oplossingen voor de problemen van je collega's.

Over de auteur



Danielle Bieshaar-George is oprichter van Citizen Jane. Ze coacht en adviseert professionele vrouwen die het beste uit zichzelf en hun functie willen halen. Hierbij wordt een mix gebruikt van life-style advies, persoonlijke reflectie en de laatste ontwikkelingen op het gebied van leiderschap en ondernemerschap.

Danielle heeft multidisciplinaire kennis door haar brede achtergrondervaring als internationale bedrijfsjurist, gecertificeerd fraude examiner, vertaler in vier talen en onderwijzeres. Haar werk is een gestructureerde samenvoeging van praktijkervaring, positieve psychologie, NLP en de laatste studies rondom werk en motivatie.

www.citizenjane.eu

Zeven ingrediënten voor een goede brainstormsessie

door Marijke Krabbenbos (B&B Amsterdam)



Je hebt vast wel eens gebrainstormd. Over een nieuw product, een nieuwe markt of over manieren om kosten te besparen. Soms alleen, in de auto of onder de douche en soms met een team, want hoe meer hoofden meedenken, hoe meer ideeën.

Toch is brainstormen een vaak misbruikt woord. Niet elke bijeenkomst waar vrij gedacht wordt, is een brainstormsessie. Bij een goede brainstorm hoort een aantal ingrediënten, dat lang niet altijd aanwezig zijn. Zoals niet elke vergadering een goede vergadering is, is ook niet elke brainstorm een goede brainstorm.

Hieronder zeven ingrediënten die er samen voor zorgen dat je brainstorm wél effectief verloopt.

Ingrediënt 1: deelnemers

Het is effectiever om niet in je eentje te brainstormen, maar met een groep van 5 à 10 mensen. En dan niet allemaal dezelfde type mensen, niet allemaal naaste collega's. Want die lijken te veel op elkaar. De ideale verdeling voor een goede brainstormgroep is:

40% mensen die alles van het probleem af weten, 20% mensen uit de organisatie maar van een andere afdeling en 20% mensen van buitenaf.

Dat kunnen klanten zijn of leveranciers, een stagiaire of een relatie uit je netwerk die in een heel ander terrein werkzaam is. Dat is wellicht wat ongewoon, maar werkt ook verfrissend en kan originele ideeën tot gevolg hebben.

Ingrediënt 2: spelregels

Een brainstormsessie is een werkvorm die afwijkt van werkvormen als vergadering, discussie of presentatie. Er zijn dan ook specifieke spelregels. De belangrijkste regel is: Stel je oordeel uit, schiet niet direct in de "Ja, maar"-houding.

In de ideegeneratiefase, het hart van de brainstormsessie, is het namelijk belangrijk om elk idee te omarmen. Elk idee is goed, de selectie komt later. Een mooie ambitie is "op naar de 100!", om er daarna de pareltjes uit te filteren. Eerst kwantiteit, dan kwaliteit en daarbij geldt, hoe vreemder, hoe liever.

Als we bij elk idee al over bezwaren en risico's en haalbaarheid gaan nadenken, slaat ons brein dood en lekt de energie weg.

Ingrediënt 3: opwarming

Is iedereen binnen, is de koffie ingeschonken en is het voorstelrondje gedaan? Laat dan de ideeën maar komen!

Helaas, zo werkt het niet. Het brein wil opgewarmd worden, net als de spieren in de sportschool. Zorg daarom voor luchtige en creatieve opwarmoefeningen die het associatief denken, het uitstellen van oordeel en de sfeer bevorderen. Daarna gaan de ideeën vanzelf stromen en kun je rijkelijk oogsten.

Een externe brainstormfacilitator heeft deze opwarmoefeningen in vele vormen paraat.

Ingrediënt 4: startvraag

Ons brein wil graag geprikkeld worden, dan gaat het vanzelf aan de slag. Vaagheid of te veel beperkingen is niet bevorderlijk voor ideegeneratie. Een goed geformuleerde, prikkelende startvraag is dan ook van groot belang. Zo'n startvraag is altijd een open vraag en begint met WAT....? of met HOE...?

De vraag moet helder en ambitieus geformuleerd zijn zonder al te veel beperkingen. Dus niet: Hoe kunnen we volgend jaar veel nieuwe klanten krijgen in het middensegment die nu klant zijn bij concurrent Y?

Maar: Hoe kunnen we volgend jaar 100 nieuwe klanten erbij krijgen?

Ook bij het formuleren van een goede startvraag kan een externe facilitator behulpzaam zijn.

Ingrediënt 5: ideegeneratie

Als de deelnemers lekker opgewarmd zijn en de hersenen goed gestretcht, kan de echte ideefase beginnen. De prikkelende startvraag maakt dat de het brein als vanzelf ideeën laat oppoppen. De meest efficiënte manier is om mensen individueel hun ideeën te laten opschrijven. Dat voorkomt dat de dominantere deelnemers het hoogste woord hebben en de stillere mensen niet aan bod komen. Voor verwerking van de vele ideeën is het fijn als dat op post-its gebeurt. Zorg voor stilte en concentratie, te veel praten verstoort.

Als iedereen zijn hoofd vol ideeën heeft geleegd, wordt het tijd voor creatieve denktechnieken. De eerste ronde ideeën zijn vaak nog wat voor de hand liggend. Met creatieve denktechnieken worden nieuwe ideeën aangeboord die vaak wat verder weg liggen, wat meer out-of-the-box. Een goede facilitator kan snel inschatten welke techniek het beste gaat werken. De meeste technieken worden groepsgewijs ingezet.

Het inzetten van associatiekaarten, een set kaarten met plaatjes, is een creatieve techniek. Laat de groep een plaatje zien, laat ze hardop associëren op dat plaatje en schrijf die associaties op. Vraag de deelnemers dan om nieuwe ideeën voor het vraagstuk te verzinnen op basis van de associaties. Gegarandeerd komen er nu andere en minder voor de hand liggende ideeën naar boven.

Ingrediënt 6: selectie

Ging bovenstaande stap goed, dan heb je nu een heleboel ideeën, 100 of meer is echt geen uitzondering na slechts 15 minuten geconcentreerd brainstormen. Daar moet orde in komen. Bovendien zijn de deelnemers nieuwsgierig naar elkaars idee! Laat ze de ideeën daarom kort voorlezen en probeer tegelijkertijd een beetje ordening aan te brengen. Dat kan collectief of met een klein groepje, de anderen hebben wellicht wel een pauze verdiend.

Let er bij het voorlezen op dat de ideeën niet toegelicht gaan worden, dat kost te veel tijd. De bedenker heeft wel eens de neiging het idee meteen te willen “verkopen” aan de groep. Daar gaat het nu niet om. Alleen laten voorlezen. Het horen van de ideeën zal waarschijnlijk bij de deelnemers weer tot nieuwe ideeën leiden, dat mag. Hoe meer, hoe beter!

Vervolgens dient er een selectie plaats te vinden, Ook hier zijn vele methoden voor. Het belangrijkste is dat je er van te voren over nadenkt. Wie gaat selecteren en hoe gaan we selecteren? Het is voor de deelnemers prettig om de sessie te eindigen met een top X van kansrijke ideeën, al dan niet al verder uitgewerkt.

Ingrediënt 7: vervolgstappen

Tot slot, bedenk vooraf hoe het verder moet met de ideeën. Een goede brainstorm levert nl. heel veel werk op. Als daar geen tijd voor ingepland is, als niemand er mee aan de slag gaat, is de brainstorm voor niets geweest en zullen de deelnemers een volgende keer minder enthousiast op de uitnodiging ingaan.

Plan dus vooraf tijd in voor de uitwerking en neem tijdens de brainstorm tijd om met elkaar vervolgspraken te maken. Bedank de deelnemers voor het meedenken en ga dan pas aan de welverdiende borrel.

Over de auteur

Marijke Krabbenbos is professional brainstormer. Ze is afgestudeerd bedrijfskundige (RuG). Na jaren bij banken te hebben gewerkt op het snijvlak van innovatie en marketing, waarin zij veelvuldig mocht brainstormen en ontdekte dat daar haar talent lag, heeft zij in 2006 Ideacompany opgericht, een bedrijf in ideeën.



Marijke begeleidt brainstormsessies voor groepen, brainstormt samen met individuen en verzorgt trainingen en workshops op het gebied van creatief denken, professioneel brainstormen en het ontwikkelen van goede ideeën.

Naast IdeaCompany heeft ze diverse eigen ideeën ontwikkeld en in de markt gezet, waaronder Bites & Business, een netwerk voor ondernemende vrouwen en Qolors, een kledinglijn met duurzame basics.

www.ideacompany.nl

Zeven tips om in een flow te komen

door Sigrid van Iersel (B&B Den Haag)



Herken je dit? Je hebt een idee en zit klaar om te beginnen.... en dan ga je toch liever opruimen, je administratie doen of een kop koffie halen voordat je 'echt aan het werk gaat'.

Je houdt van je werk en je bent gek op nieuwe dingen bedenken. Maar als je ervoor gaat zitten lijkt de stroom ideeën plotsklaps tot stilstand te komen. Je moet ineens een drempel over om daadwerkelijk te beginnen. Hoewel je heel goed weet hoeveel energie de uitvoering van je idee je oplevert en hoe belangrijk het voor je is, ga je toch liever allerlei andere zaken doen.

Vaak gaat het om taken die niet belangrijk zijn of best uitgesteld kunnen worden. Huishoudelijke klusjes bijvoorbeeld of alle sociale media nog eens checken. Maar omdat je de andere klusjes voortdurend voorrang geeft, schiet aan het einde van het liedje je geplande werk er bij in.

Herkenbaar? Je bent niet de enige die hier regelmatig last van heeft. Maar frustrerend is het wel. Daarom is het handig dat je weet hoe je snel de staat van flow bereikt, zodat je met volledige focus productief je ideeën uitvoert. Met onderstaande checklist kom je sneller en vaker in de flow. Dit bevordert niet alleen je productiviteit, maar ook je gevoel van welbevinden.

Tip 1: kies een passende uitdaging

Maak het jezelf niet te makkelijk maar ook niet te moeilijk. Als je taak te makkelijk is, zul je je snel vervelen en waarschijnlijk heb je dan weinig zin om te beginnen. Te veel uitdaging helpt ook niet. Dan is juist de drempel te hoog en raak je gemakkelijk gefrustreerd.

Je bent het meest in je element wanneer je iets doet waar je goed in bent en plezier in hebt. Het allermooist is het wanneer de uitdaging net wat groter is dan wat je tot nu toe deed. Kies dus een taak waarmee je je grenzen lichtjes oprekt. Dat geeft een kick!

Tip 2: kies je meest creatieve moment van de dag

Weet jij op welke uren je het meest productief bent? Houd een week lang een logboekje bij, waarin je noteert wanneer je alert of vermoeid bent. Vroeg opstaan is vaak goed voor de helderheid van geest. Kies dat moment uit als je vaste tijdstip voor creatieve werkzaamheden.

Maak er een gewoonte van om iedere dag op dat tijdstip aan het werk te gaan, want regelmaat helpt om gemakkelijker tot actie over te gaan. De schrijver Gustave Flaubert adviseerde: "Be regular and orderly in your life so that you may be violent and original in your work."

Tip 3: breng jezelf in de juiste werkstemming

De perfecte werkomgeving is voor iedereen anders. Zoek een ruimte op waarin jij gemakkelijk in de juiste stemming komt om echt aan de slag te gaan.

Sommige creatieve personen gedijen bij geroezemoes in grand café's, anderen creëren liever een speciale plek waar ze zich terugtrekken. Een plek waar ook andere mensen aan het werk zijn, kan ook zeer stimulerend zijn om zelf echt aan de slag te gaan.

Experimenteer met muziek om uit te vinden waar je lekker op werkt. Muziek is een creativiteitstrigger, omdat elke vorm van muziek associaties oproept. Een goede keus is *Canto Ostinato* van Simeon ten Holt omdat deze muziek je in een vast ritme brengt. Mijn persoonlijke favoriet is *Canon in D* van Johann Pancebel.

Tip 4: schep een ritueel

Creëer een ritueel dat de start markeert van je creatieve werk. Als je zo'n ritueel nog niet hebt, dan bedenk je er zelf één. Gebruik bijvoorbeeld een favoriete pen, notitieblok, computerprogramma, schildersdoek of ander gereedschap voor je geplande activiteit. Schenk jezelf thee of koffie met een bijzondere smaak, zo mogelijk in een mok die je voor deze activiteit reserveert. De geur geeft je hersenen het sein dat het creatieve werk gaat beginnen. Renate Dorrestein werkte bij een van haar romans steeds in dezelfde trui, waardoor ze meteen de draad kon oppakken.

Tip 5: spreek jezelf toe

Zeg tegen jezelf: "Ik ben niet echt aan het werk aan dit stuk, ik kijk er alleen even naar." Natuurlijk houd je jezelf voor de gek met zo'n opmerking. Maar het eigenaardige is dat je voor je brein hiermee toch de drempel verlaagt. Je raakt in een meer ontspannen stemming die nodig is om met je werk te beginnen.

Tip 6: schakel afleidingen uit

Je blijft langer in de flow als je geen andere zaken aan je hoofd hebt. Zet een kan met water, koffie of thee naast je neer en zorg voor iets te eten. Zet je mobiel op stil, schakel je e-mail uit en zorg dat je een tijd lang niet gestoord wordt op je werkplek. Komen er allerlei gedachten in je hoofd op die niets met je directe (creatieve) werk te maken hebben? Schrijf ze op een apart vel en leg het papier weg. Later kun je deze punten nog eens nalopen en uitwerken.

Tip 7: begin gewoon

Dwing jezelf om een beginnetje te maken. Al weet je nog niet precies wat je wilt gaan doen, er zijn ook al wat dingen die je al wél weet. Ga wat schilderen, fotograferen, schrijven, muziek maken of wat je maar van plan was om te gaan doen. Zie het als een 'warming up', al gaandeweg kom je tot concretere ideeën. Als je geen hoge verwachtingen koestert, verlaag je voor jezelf enorm de drempel om aan je werk te beginnen.

Kortom: ga aan de slag en voor je het weet ben je volop bezig met de uitvoering van je idee. Als de flow je te pakken heeft, kom je er niet snel meer uit. Dan ga je vliegen!

Over de auteur



Sigrid van Iersel is schrijver, journalist en concept-ontwikkelaar in Den Haag. Ze studeerde Nederlands en werkte vijftien jaar als dagbladjournalist. Via haar bedrijf Verhaallijnen begeleidt ze overheidsorganisaties bij de inzet van (persoonlijke) verhalen bij communicatie-activiteiten.

Ze publiceerde onder meer de boeken Lenig Denken (over creatief denken) en Toverballen voor het Brein (over het gebruik van verhalen). Ook is ze de bedenker van de Ideeënsafari en de on-line cursus Excelleren met ideeën.

www.verhaallijnen.nl

Zeven tips voor adviseren met invloed voor HR-professionals

door Rose Bönig (B&B Amsterdam)



Het gaat er niet alleen om dat een manager zijn cijfers en feiten keurig op een rijtje heeft en dat hij zorgt dat de taken op een goede manier gedaan worden. Het gaat er ook om hoe dit proces tot stand komt. Hoe wordt er binnen een team gecommuniceerd? Is er voldoende transparantie? Wordt er op een directe manier en respectvol gecommuniceerd? Voelt ieder zich betrokken in het team?

De manager zorgt voor een constructieve en respectvolle communicatie. Zolang alles van een leien dakje gaat is er geen probleem. Maar zodra medewerkers in de weerstand komen moet de manager 'aan de bak'.

Roepen dat een medewerker eerst moet doen wat jij hebt opgedragen is niet meer van deze tijd, uitzonderingen natuurlijk daargelaten. Voor een manager heeft het weinig zin om op zijn strepen te gaan staan. Het is de opgave voor de manager om erachter te komen waar de weerstand van de medewerker vandaan komt. Het is heel goed mogelijk dat de weerstand veroorzaakt wordt door het gedrag van de manager zelf. Voor een manager is het noodzakelijk om hierachter te komen. En als dan duidelijk is geworden dat dit inderdaad het geval is, is dat dan erg? Nee, waar mensen werken, worden fouten gemaakt en een manager is tenslotte 'één van ons'. Erger is het als de manager uitgaat van zijn eigen gelijk en signalen van zijn medewerkers pas wil bespreken onder zijn voorwaarden. En nog vervelender is het als de manager suggesties van de medewerker helemaal niet wil bespreken en al heel snel wil overgaan tot uiterste maatregelen, zoals bijvoorbeeld werkweigering.

Eén van de taken van de manager is het coachen van zijn medewerkers en zorgen voor een werkomgeving, waarin medewerkers zich veilig, betrokken en gehoord voelen. Zo komt er een verbinding tot stand voor een effectieve en constructieve samenwerking met behoud van zakelijkheid.

Een voorbeeld

Marieke is als P&O-er door zowel de manager (Peter) als de medewerker (Petra) benaderd over een al langer bestaand en regelmatig terugkerend samenwerkingsprobleem tussen manager en medewerker.

Marieke heeft beide verhalen aangehoord en ze stelt voor om vanuit een mediation aanpak tot een driegesprek te komen, waarbij zij optreedt als regisseur van het proces.

Beide partijen gaan akkoord. Het gesprek vindt plaats. Aan het einde van het gesprek zegt de manager: "Ik wil dat in het gespreksverslag wordt toegevoegd, dat ik op een zo kort mogelijke termijn een functioneringsgesprek met Petra wil." en hij tikt hierbij een aantal keren met zijn wijsvinger op de tafel om zijn wens kracht bij te zetten.

Marieke hoort dit rustig aan en zegt: *"Peter, dat doe ik niet en dat zal ik je uitleggen. Jij had op elk moment een functioneringsgesprek met Petra kunnen hebben en dat kan nog steeds, dat staat los van (de intentie) van dit gesprek."*

Omdat Marieke de dominantie van Peter maar al te goed kent (hij opereert vanuit een machtspositie), heeft zij zich goed voorbereid en heeft zich voor- genomen om in een gelijkwaardige positie te blijven: de bovenpositie (vanuit de Roos van Leary) om zo de gelijkwaardigheid te handhaven. De partijen gaan uit elkaar onder de afspraak dat beide betrokkenen het gespreksverslag van Marieke af wachten. Als Marieke zo ver is laat zij Peter weten een afspraak te willen maken, maar Peter weigert. Peter wil geen zaken meer met Marieke doen en vraagt de directie om een andere P&O-er.

Hoe ga je nu met al die verschillende en soms tegengestelde belangen om? Dat is lang niet altijd een makkelijke opgave. Stel je je formeel op en wijs je consequent naar 'het beleid' en de regeltjes? Vertel je wat er allemaal niet kan? Of kijk je ook naar mogelijkheden?

Hoe neem jij de manager, die jij adviseert, mee in jouw verhaal? Of ga je er vanuit: managers wil is wet? Hoe ver gaat jouw verantwoordelijkheid binnen de afspraken van integraal management. Weet je wat de manager belangrijk vindt en waarom?

Ongewenst gedrag. Hoe doorbreek je dat dan? Moet je angstig in een hoekje wegkruipen of op je strepen gaan staan? Je eerste reactie zal zijn, dat jij - net als de ander - ook je eigen belang op deze manier gaat verdedigen. Heel begrijpelijk, maar het kan anders. Hoe kun je je zodanig opstellen, dat je de situatie positief kunt beïnvloeden?

Stel dat dit je overkomt, wat doe je dan?

De case van Marieke en Peter is een mooi praktijkvoorbeeld voor het werken met 'de Roos van Leary'. Dit communicatiemodel gaat er vanuit dat je bewust ander gedrag kunt inzetten om ander gedrag bij de ander uit te lokken.

Wat had Marieke in dit geval anders kunnen doen om een goede relatie met haar manager te kunnen behouden en tegelijkertijd resultaten te behalen in het samenwerkingsprobleem?

Ook al had Marieke niet die intentie, Peter heeft haar uitlating opgevat als een aanval en dus een rol vanuit de tegenpositie. Weliswaar is de uitlating van Marieke wel geplaatst vanuit een bovenpositie (wat zij zich ook had voorgenomen) maar is ze vergeten dit vanuit een samenpositie te doen, waardoor ze de verbinding had kunnen handhaven.

Zeven tips voor een effectieve adviesrelatie

Tip 1: ken de belangen van de manager

Tip 2: weerstand ontstaat meestal door onbegrip. Wees daarom helder over elkaars wederzijdse doelen en sta stil bij de onderliggende overtuigingen

Tip 3: negeer nooit de vooronderstellingen van je manager en negeer ook nooit je eigen vooronderstellingen!

Tip 4: sta open voor de overtuiging van de ander, ook al ben je het er niet mee eens

Tip 5: schep een gunstig klimaat voor overeenstemming en creëer speelruimte

Tip 6: baseer je voor een effectieve adviesrelatie op het werkelijke gedrag in plaats van op het gewenste gedrag

Tip 7: veranderen begint bij jezelf, waarmee je ander gedrag uitlokt bij de ander

Over de auteur



Rose Bönig coacht vrouwelijke HR-professionals binnen de (semi-)overheid bij het versterken van hun adviesrol, zodat zij als serieuze en invloedrijke gesprekspartner van het management kunnen opereren.

Als ervaren coach en senior HRM-adviseur kent zij de uitdagingen die gepaard gaan met veranderingsprocessen en het soms moeizame evenwicht in de relatie tussen HR-professionals, managers, directie en medewerkers. De HR-professional wordt regelmatig uitgedaagd om die relatie positief te beïnvloeden. Met haar kennis en ervaring wil Rose hieraan bijdragen.

www.bonigcoaching.nl

Zeven ingrediënten voor een goede kinder-app

door Liselotte van Wickeren (B&B Amsterdam)



We leven in een gedigitaliseerde wereld. Websites, on-line software en apps richten zich in toenemende mate op kinderen. Het wordt daarom steeds belangrijker dat digitale producten voor deze jonge doelgroep zich op positieve wijze gaan onderscheiden. Een goede gebruikerservaring, oftewel *user experience* (UX), is hierbij onmisbaar.

Een goede UX voor kinderen gaat verder dan die voor volwassenen. Naast de verschillen tussen kinderen en volwassenen is het belangrijk je bewust te zijn van en rekening te houden met de enorme verschillen binnen de leeftijdsgroep van kinderen tot 12 jaar.

Er zijn verschillende aspecten die bijdragen aan een goede gebruikerservaring voor kinderen en tegelijkertijd aan een succesvol en gebruiksvriendelijk product. Waar moet je op letten bij het ontwerpen van digitale media voor kinderen? We delen in dit artikel graag zeven belangrijke ingrediënten voor een goede app voor kinderen. Deze zeven ingrediënten zijn ook toe te passen wanneer je websites of (educatieve) on-line software wilt ontwerpen voor kinderen.

Ingrediënt 1: entertainment

Om te beginnen moet een app voor kinderen leuk zijn. Anders dan volwassenen, gebruiken de meeste kinderen digitale media grotendeels voor vermaak. Kinderen verwachten een hoge entertainment-factor en hebben een lage tolerantie wanneer hier niet aan wordt voldaan. Wanneer je hen teleurstelt en geen leuke en verrassende ervaring geeft, zullen kinderen snel interesse verliezen en op zoek gaan naar een alternatief. Biedt je app wel voldoende entertainment dan zorgt dit ervoor dat deze (1) eerder en vaker gedownload wordt en (2) wordt aanbevolen aan vrienden.

Ingrediënt 2: aantrekkelijk design

Vervolgens is de aantrekkelijkheid van je app erg belangrijk. Waar volwassenen digitale media gebruiken voor een hoger doel, hebben kinderen externe motivatie nodig bij het gebruik. Deze motivatie kan een aanbeveling van een vriendje zijn of het ontwerp van de app zelf. Een leuk en mooi ontwerp kan de nieuwsgierigheid van kinderen prikkelen en hen motiveren om je app te gaan gebruiken. Na het eerste gebruik blijft visuele aantrekkelijkheid nog steeds belangrijk, maar niet het enige ingrediënt om kinderen te blijven boeien.

Ingrediënt 3: gebruiksvriendelijk

De gebruiksvriendelijkheid van je app heeft ook invloed op zijn populariteit. Houd er rekening mee dat kinderen tegenwoordig opgroeien met digitale media. Zij "spreken de digitale taal". Waar volwassenen zich soms geïntimideerd kunnen voelen door digitale media en aan zichzelf beginnen te twijfelen, zullen kinderen de schuld altijd neerleggen bij de app zelf.

Kinderen hebben weinig geduld en een lage tolerantie. Als je app niet werkt op de manier die zij verwachten - als de app niet intuïtief is - zullen kinderen niet de moeite nemen om de instructies te lezen (ervan uitgaande dat ze al kunnen lezen) of geen extra tijd besteden om het uit te zoeken. Apps die gebruiksvriendelijk zijn en dus overeenkomen met de fysieke en cognitieve vaardigheden en de verwachtingen van de leeftijdsdoelgroep, zijn effectiever.

Ingrediënt 4: geschikte content

Naast het visuele ontwerp en de gebruiksvriendelijkheid, speelt de content een belangrijke rol als het gaat om het creëren van waardevolle digitale media voor kinderen. Zorg ervoor dat de inhoud van je app overeenkomt met de interesses en mentale modellen van je leeftijdsdoelgroep. Content die te eenvoudig is zal snel saai worden gevonden. Tegelijkertijd hebben kinderen moeite zich te concentreren op te complexe content. Gezien de snelle ontwikkeling van kinderen onder de 12 jaar, is het essentieel voor een goede app om zich te richten op een specifieke leeftijdsdoelgroep. Wanneer op meer dan één leeftijdsdoelgroep wordt gericht binnen dezelfde app, is het belangrijk om meerdere niveau's van complexiteit te bieden.

Ingrediënt 5: passend interaction design

Een belangrijk verschil tussen kinderen en volwassenen is hun lichamelijke ontwikkeling. Kinderen zijn veel kleiner dan volwassenen, wat de manier van het benaderen van digitale media en de interactie ermee beïnvloedt. Naast de fysieke grootte, hebben kinderen ook een beperkte fijne motoriek. Ook dit heeft invloed op hoe ze omgaan met bijvoorbeeld een app. Bij het ontwerpen van je app is het essentieel om hiermee rekening te houden en te zorgen voor een passend *interaction design*.

Ingrediënt 6: neem ervaring mee

Terwijl volwassenen meestal al jarenlange ervaring hebben met digitale media, ontbreekt deze ervaring bij (jonge) kinderen. Bij het ontwerpen van digitale ervaringen is een intuïtief ontwerp belangrijk. Maar bedenk dat de intuïtie van kinderen en dat van volwassenen iets heel anders is. Volwassenen kunnen hun kennis en ervaring van navigeren en het gebruiken van een menu-structuur op de ene site makkelijk toepassen op andere digitale media. Kinderen missen vaak deze algemene ervaring. Elke digitale ervaring wordt afzonderlijk gezien en zo ook de interacties die deze met zich meebrengen. Een duidelijk en intuïtief ontwerp, dat niet afhankelijk is van uitgebreide voorkennis, is daarom een must.

Ingrediënt 7: bied leermogelijkheden

Kinderen zijn van nature nieuwsgierig. Ze willen leren en doen dit door middel van spelen. Digitale media bieden eindeloze mogelijkheden om in te spelen op het verlangen van kinderen om te leren door te spelen. Bied kinderen de mogelijkheid te leren van je app. Interessante en nieuwe content kunnen je app leuk en boeiend maken. Hierbij blijft het belangrijk om rekening te houden met de vaardigheden en wensen en behoeften van je leeftijdsdoelgroep. Overweeg voor langdurig gebruik om meerdere niveau's te bieden binnen je app, waarbij elk nieuw niveau een nieuwe uitdaging geeft die het spannend houdt.

Met bovenstaande ingrediënten ben je goed op weg om ervoor te zorgen dat jouw app inspeelt op de behoeftes, mogelijkheden, verwachtingen en capaciteiten van kinderen.

Om zeker te weten dat je app aansluit bij deze, zeer diverse, doelgroep, raad ik je aan om kinderen daadwerkelijk te betrekken bij het ontwerp-proces. De enige manier om zeker te weten dat een product niet alleen is ontworpen **voor** kinderen, maar ook **door** kinderen, is om kinderen door middel van gespecialiseerd UX-onderzoek te betrekken.

Over de auteur



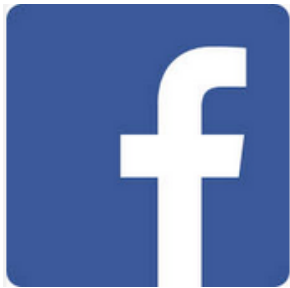
Liselotte van Wickeren studeerde Functionele Psychologie aan de Universiteit van Leiden, waar ze zich specialiseerde in de interactie tussen mensen en systemen. Liselotte heeft ervaring in het uitvoeren van UX onderzoek voor zowel commerciële als educatieve bedrijven. Samen met Sabina Idler is zij bezig om Child-Centered Design onder de aandacht te brengen en UXkids op de kaart te zetten.

UXkids is het enige bedrijf in Nederland dat is gespecialiseerd in User Experience (UX) advies en onderzoek met kinderen. UXkids helpt bij het maken van onderbouwde ontwerpbeslissingen door objectief advies en onderzoek.

www.uxkids.nl

Zeven tips voor meer bereik met je Facebook-pagina

door Masja Slootweg (B&B Haarlem)

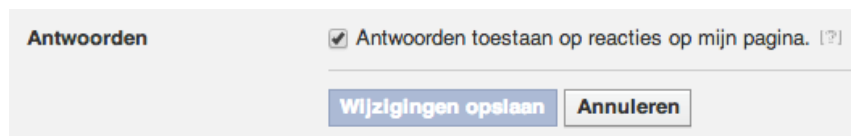


Facebook is één van de meest ingewikkelde social media platformen die er is. De berichten die je vanaf je pagina verstuurt, komen namelijk nooit 100% aan bij je fans. Het bereik ligt zelfs maar tussen de 6% en 16%!

In dit artikel vind je zeven tips om je bereik op je Facebookpagina te vergroten, zonder te hoeven adverteren.

Tip 1: interactie is key!

Facebook vindt nieuws waarde van een bericht belangrijk. Als er reacties, likes of shares zijn op een door jou geplaatst bericht, ziet Facebook dat als nieuws waarde. Om dit mechanisme verder te activeren, is het slim zélf te reageren (vanuit je pagina of je persoonlijk profiel) op de reacties van je fans. Zo ontstaat er interactie, waardoor jouw Facebookbericht aan nog meer fans getoond wordt. Let op: zet hiervoor het vinkje aan bij antwoorden op reacties via 'pagina bewerken/ instellingen/ algemeen/ antwoorden'.



Tip 2: tag andere pagina's in je bericht

Je kunt in een bericht op je Facebookpagina andere pagina's 'taggen'. Dat betekent dat je een andere pagina noemt in je bericht. Op het moment dat je de naam van deze pagina intikt, verschijnt er een pop-up zodra Facebook de naam herkent. Je kunt dan deze naam selecteren. De naam van de andere pagina wordt blauw. Door het noemen van een andere pagina, bereik je ook (een deel) van de fans van die pagina! Uiteraard tag je altijd een pagina waarvan de fans interesse kunnen hebben in jouw dienst of product! Let op: om dit te realiseren moet je eerst de pagina die je wilt taggen, liken (leuk vinden) vanuit je Facebookpagina (niet vanuit je persoonlijk account). De andere pagina krijgt daar trouwens geen melding van.



Tip 3: plaats berichten met foto's of video's

Een bericht op je Facebookpagina bereikt meer fans als je aan je bericht een foto of een video toevoegt. Facebook ziet dat als extra nieuwswaarde, wat dus een positief effect heeft op je bereik.

Tip 4: check regelmatig je Facebook statistieken

Door regelmatig je statistieken te checken kun je zien welke berichten de meeste reacties kregen en dus een hoog bereik realiseren. Door dit te analyseren leer je wat wel en niet werkt en pas je dat wat werkt vervolgens toe op je toekomstige berichten.

Tip 5: plaats berichten die interactie oproepen

Nu je weet dat interactie belangrijk is voor het verhogen van het bereik van je berichten, kun je daarop inspelen. Plaats dus vooral berichten die veel interactie oproepen. Zodra mensen reageren, zien ook hún vrienden dat ze hebben gereageerd en bereik je dus meer mensen dan alleen (een deel) van je fans. Je kunt dan denken aan:

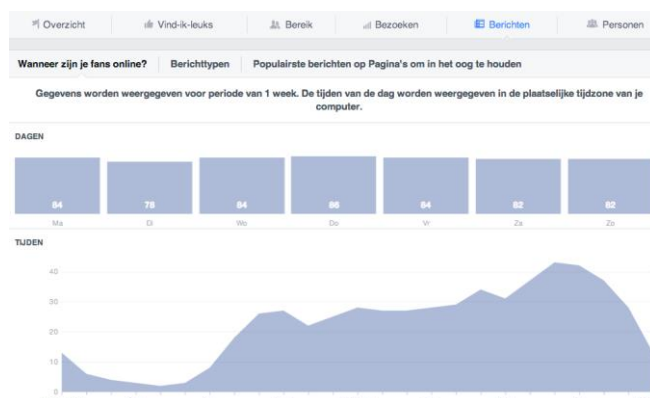
- het stellen van vragen
- een quiz maken
- je fans een keuze voorleggen (kiezen jullie A of B?)
- vraag om reactie, likes of shares

Tip 6: reageer als pagina op updates van andere pagina's

Je kunt als pagina reageren op berichten van andere pagina's. Zo zien ook hun fans jouw reactie en kun je jezelf als expert op jouw vakgebied neerzetten. Misschien liken ze jouw pagina, nu je ze nieuwsgierig hebt gemaakt. Daarmee verhoog je ook weer je bereik.

Tip 7: plaats berichten als jouw fans on-line zijn

In je statistieken onder 'berichten' kun je zien wanneer jouw fans op Facebook zitten, op welke dag en welk tijdstip. Door hier rekening mee te houden en je berichten vooral dan te plaatsen als je meeste fans on-line zijn, bereik je meer van je fans. Onderstaand overzicht geeft het gemiddelde aan van de week. Door op een dag te gaan staan, verspringt de grafiek naar de tijden van die dag en kun je het verschil met het gemiddelde bekijken.



Over de auteur



Masja Slootweg is social media adviseur bij SocialMet. Zij adviseert ondernemers en bedrijven over hun social media strategie en on-line communicatie. Ze geeft Facebook- en Twittertrainingen en presentaties. Naast haar eigen bedrijf werkt Masja als communicatieadviseur bij ViVa! Zorggroep waar ze verantwoordelijk is voor de uitrol van de social media strategie, het plaatsen van de content op de diverse platforms, het enthousiasmeren van de collega's en het geven van trainingen.

www.socialmet.nl

Zeven tips om je webwinkel vindbaar te maken

door Gwendoline Teske (B&B Amsterdam)



Een zichtbare, vindbare én succesvolle webwinkel krijgen is helemaal niet zo simpel als het in eerste instantie lijkt. Maar niet alleen jij loopt te tobben over je vindbaarheid hoor! 63% van alle webwinkels vindt het verbeteren van de online vindbaarheid hun grootste marketing en sales uitdaging (bron: Shopping 2020).

Hoeveel webwinkels hebben we nu eigenlijk in Nederland? De online markt lijkt al jaren gestaag te groeien en lijkt geen last te hebben van de crisis. Het aantal webwinkels blijft stijgen. Thuiswinkel.org schat dat er in 2012 al zo'n 45.000 webwinkels waren; de Kamer van Koophandel houdt het op slechts 26.500 (2013).

Maar... 1 op de 5 webshops stopt al in het eerste jaar en 25% stopt binnen twee jaar. Veel! Duidelijk is dat je iets bijzonders moet bieden om te overleven.

In dit hoofdstuk deel ik de zeven beste tips om je webwinkel snel en makkelijk vindbaar te maken. Dat is helemaal niet zo ingewikkeld als je eenmaal weet hoe je het moet aanpakken. Wees niet bang, je hoeft geen fancy-pancy computernerd te zijn, begin gewoon met een aantal van deze aanpassingen en dan kom je al een heel eind. Je kunt namelijk zelf al een hoop doen om je ranking te verbeteren en daardoor ook meer binnenkomende bezoekers via Google te vangen. Als je het goed toepast in je webwinkel, dan zul je meer bezoekers krijgen via zoekmachines, zonder ervoor te betalen!

Tip 1: Gebruik zoekwoorden, veel en vaak

Je zal moeten beginnen met zoekwoorden en zinnen die je potentiële klanten in zoekmachines gebruiken. Bijvoorbeeld: als je een webshop hebt in babyartikelen en je verkoopt leuke kasten voor in de babykamer, dan kun je het woord 'kasten' gebruiken. Het probleem is dat je daarin niet de enige bent, waardoor het bijna onmogelijk is om te concurreren tegen de groten der webwinkels.

Hoe dan? Gebruik de Google Zoekwoordplanner of kijk bij Google wat die als automatische aanvulling laat zien als je een zoekwoord invult. Je zult al snel vinden dat 'kasten kleine babykamer' of 'babykamer inspiratie' vaak gezocht worden maar nog niet zo'n hoge concurrentie hebben. Ga dan deze groepjes van woorden zo veel mogelijk in je winkel verwerken, zet ze op je beginpagina, in de titels, in de over ons pagina, etc. Hoe vaker je ze gebruikt, hoe eerder je voor Google opvalt. En ja, ik hoor de sceptici al brommen: "overladen met zoekwoorden zal juist tegenwerken, voor de bezoekers leest het niet lekker.."

Maar ik zeg ook niet "overladen met". En ga ook niet raar schrijven. Schrijf het alsof je het tegen je leukste klant hebt, die net zo enthousiast is als jij over je producten!

Tip 2: Titel van je producten

Een titel van een product of merkpagina moet pakkend, concreet en vindbaar zijn. En ook opvallend, herkenbaar en niet vaag. Denk er aan: laat je bezoekers niet nadenken. In één oogopslag moeten ze weten of ze goed zitten.

In de titel zet je de zoekwoorden waar je artikel over gaat. Niet overdrijven natuurlijk, de leesbaarheid blijft belangrijker dan het tevreden houden van Google. Probeer je belangrijkste woord vooraan te zetten. Zet ook (een variatie op) de titel boven het artikel; de zogenaamde H1-tag.

Vergeet niet dat de titel niet te lang mag zijn: ga uit van 64 tekens, want in de Google zoekresultaten worden niet meer dan 67 tekens weergegeven en breekt het daarna af met ... Dus verspil geen kostbare plek aan: 'welkom bij de hipste' of 'een grote collectie van'.

Tip 3: Titel van je productfoto's

Vaak vergeten, maar heel belangrijk. Verkoop je hippe merkkleding? Niemand zoekt op IMG04587. Of Art.5487b. Maar wel op 'Vingino roze baby t-shirt'. Zo word je beter gevonden in Google afbeeldingen. Zorg voor een uitgebreide beschrijving; hoe gedetailleerder, hoe beter.

Tip 4: Snelheid van je site

Internetters hebben haast! Google hecht steeds meer waarde aan de laadtijd en de snelheid van een website. Uit onderzoek is gebleken dat als een bezoeker langer dan 4 seconden moet wachten tot de pagina klaar is met laden, de kans groot is dat hij al weg is, op zoek naar een snellere oplossing. Dus: hoe hoger de laadtijd van je webshop is, des te lager de conversie.

De meest voorkomende oorzaak? De te grote afbeeldingen die je site vertragen.

Tip 5: Unieke productomschrijvingen

Kwaliteit, daar houdt Google van. Als je een bedrijfswebsite hebt, dan ligt het voor de hand om zelf de teksten te verzinnen. Maar wat als je vele honderden producten in je webwinkel hebt en rechtstreeks van de leverancier worden geleverd? Dan is het het makkelijkst om de teksten van die leveranciers 1 op 1 over te nemen.

Niet doen! Het is funest voor de waarde van je winkel. Wat je moet doen is unieke productomschrijvingen maken, aantrekkelijke blogs, maar ook informatieve persberichten. Wees creatief. Bezoekers lezen gemiddeld slechts 28% van je tekst, dus maak het aantrekkelijk en duidelijk waar het over gaat.

Tip 6: Gebruik *deep links*

Nee, niet gelijk gillend wegglikken! *Deep links* zijn gewoon linkjes in je webshop die verbonden worden aan een andere dieper liggende pagina in je winkel. Bij voorkeur één van de pagina's die jij belangrijk vindt. Zo krijg je een stevig net waarin je webshop hangt.

Hoe? Lees je website eens goed door en kijk waar je die *deep links* kunt plaatsen. Heb je bijvoorbeeld een pagina geschreven over een bepaald kinderkledingmerk, dan kun je daarin een deel van een zin linken die gaat over een item dat je verkoopt; zoals bijvoorbeeld dit 'hippe roze babyjurkje'.

Tip 7: Social media

Social Media, niet meer weg te denken, maar voor veel webwinkels nog een lastige opgave. Zoekmachines waarderen sociale media steeds meer, dus het is van belang je daar in te verdiepen. Niet alleen Facebook en Twitter, maar ook Google+ speelt een steeds belangrijkere rol.

Plaats unieke inhoud die ook nog eens aantrekkelijk is om te delen, zoals leuke video's, prachtige sfeerfoto's, verhalen van blije klanten en vernieuwende ideeën van merken in je vakgebied. Gebruik Social Media niet om alleen maar om reclame te maken voor jezelf, maar ook om je collega's webwinkeliers een keer in het zonnetje te zetten.

Ik zal je verklappen: sociale media en reviews zijn de sleutel tot Google-succes. Google laat in de lokale zoekresultaten de reviews zien die in Google+ zijn opgegeven. En als je bedenkt dat 40% van de mobiele zoekopdrachten voor een lokaal bedrijf zijn, is het essentieel voor jouw webwinkel om a) je aan te melden bij Google+, b) je site mobielvriendelijk te maken, en c) als de wiedeweerga reviews te gaan verzamelen van blije klanten.

Want zeg nu zelf: hoe vaak laat jij je aankoop beïnvloeden door de beoordelingen van anderen..?

Over de auteur



Gwendoline Teske is de eigenaar van de Webshop Academy. Afgestudeerd als Medisch Bioloog (MSc.) ligt haar hart bij de neuromarketing en volgt ze alle nieuwe ontwikkelingen op gebied van e-commerce op de voet.

De Webshop Academy richt zich op het helpen van webwinkels bij hun on-line vindbaarheid en zichtbaarheid en je kunt er alles leren over o.a. content marketing, social media en zoekmachine optimalisatie.

<http://www.webshop-academy.nl/>

Zeven tips bij telefonische acquisitie

door Marie-Claire van Poelje (B&B Utrecht)



Telefonische acquisitie behoort niet bij iedere ondernemer/verkoper tot de top 7 van favoriete werkzaamheden. Herkenbaar? Toch is de telefoon pakken nog steeds een van de beste manieren om nieuwe klanten te vinden en omzet te genereren.

Een goede voorbereiding is de sleutel tot succes en zorgt dat jij bij jouw potentiële klant aan tafel komt. De eerste belangrijke stap voor telefonische acquisitie is om jezelf de volgende vragen te stellen:

1. Waarom wil ik dat mijn potentiële klant zaken met mij gaat doen?
2. Wat speelt er in de branche van mijn potentiële klant?
3. Heb ik voldoende achtergrondinformatie van mijn potentiële klant?
4. Hoe kom ik aan een goede prospectlijst?
5. Stuur ik van te voren een mailing?
6. Wanneer ga ik bellen?
7. Hoeveel afspraken wil ik maken en wanneer wil ik ze?

Nu je deze zeven vragen voor jezelf hebt beantwoord, ga ik jou helpen om in zeven stappen de afspraak bij je potentiële klant te krijgen.

Ik leg je stapsgewijs de gespreksstructuur uit en laat je zien hoe ik zelf vanuit mijn onderneming Driven Sales and Support een acquisitiesprek aan de telefoon voer.

Tip 1: begroeten van je contactpersoon

Zodra de telefoon door jouw potentiële klant wordt beantwoord, begin je met de begroeting; *"Dag mevrouw Gordijn, mijn naam is van Marie-Claire van Poelje van Driven Sales and Support, goedemiddag!"*

Door dat je 'goedemiddag' aan het eind van je introductie zegt, nodig je de prospect uit om het gesprek met je aan te gaan.

Tip 2: controleren op beslissingsbevoegdheid van je contactpersoon

Via social media en dergelijke heb je uitgevonden wat de verantwoordelijkheden van je prospect zijn. Het kan af en toe voorkomen dat deze informatie niet meer actueel is. Zorg daarom dat je dit altijd in het eerste telefoongesprek controleert, door een vraag te stellen als: *"Ben ik bij u op het goede adres als het gaat om het vinden van nieuwe klanten?"*

Je hebt een gesloten vraag gesteld en de potentiële klant kan deze vraag alleen met JA of NEE beantwoorden. Kortom: je weet nu of je het gesprek wel of niet met deze persoon verder kan gaan voeren.

Tip 3: aangeven waarom je belt

Hierin vertel je aan je potentiële klant waarom je belt. Geef bijvoorbeeld een probleem aan dat in de betreffende branche of markt speelt. *"Mevrouw Gordijn, veel ondernemers/verkopers hebben een hekel aan koude telefonische acquisitie. 'Cold calling' wordt vaak gezien als lastig, niet leuk en eng. Daardoor blijft het liggen. Herkent u dit ook, mevrouw Gordijn?"*

Door te vragen of mevrouw Gordijn dit probleem herkent, nodig je de potentiële klant uit om haar pijnpunt uit te leggen. Dat biedt jou de kans om daarop in te spelen: een unieke gelegenheid om je dienst/product uit te leggen en een afspraak met je prospect te maken.

Tip 4: elevator pitch en voorstel voor een afspraak.

De potentiële klant herkent dit pijnpunt en geeft aan dat zij toch nieuwe klanten nodig heeft. Daarom kan je nu uitleggen waarom jij de potentiële klant kan helpen. Als eerste ga je het pijnpunt wegnemen bij je prospect. Vervolgens noem je jouw USP (Unique Selling Points) om een oplossing te bieden voor het probleem van je potentiële klant.

"Driven Sales and Support gaat de telefonische acquisitie uitdaging graag voor u aan. U wordt geholpen om afspraken bij uw potentiële klanten te krijgen, waardoor u een goedgevulde sales-pijplijn krijgt en uw omzet gegarandeerd blijft. Tijdens een vrijblijvend gesprek leg ik u graag uit hoe Driven Sales and Support te werk gaat en worden een aantal ideeën aangereikt om uw sales-pijplijn gevuld te houden."

Je ziet dat ik de pijnbestrijding heb uitgelegd, mijn USP heb genoemd en ook dat ik tijdens een vrijblijvend gesprek met de potentiële klant gratis advies zal geven.

Tip 5: maken van een afspraak

De potentiële klant wil je graag persoonlijk spreken. Stel de afspraakdatum voor door middel van een keuzetechniek. Dit is slim voor je agendabeheer en je geeft de prospect een keus tussen twee data. Probeer de afspraak binnen de komende drie weken te maken.

"Als ik kijk naar de komende maand, schikt het u dan volgende week dinsdag in de ochtend of donderdag 28 augustus in de middag?"

Tip 6: afspraak bevestigen

Dit is het moment waarop je controleert of je met de prospect op kantoor afspreekt. Vergeet niet de afspraak per mail te bevestigen.

"Okee, mevrouw Gordijn, wij spreken af bij u op de zaak. Ik bevestig dit per mail. Waar kan ik de bevestiging naartoe sturen?"

De afspraak bevestig je vervolgens dezelfde dag nog per e-mail aan je potentiële klant.

Tip 7: positief afscheid nemen

Nu bedank je de potentiële klant voor de afspraak en bevestig je mondeling nogmaals de afspraak.

"Dank u wel! Ik wens u een prettige dag, graag tot ziens op donderdag 28 augustus a.s. om 15 uur!"

Ik wens je veel succes met het benaderen van je potentiële klanten. Onthoud één ding goed: telefonische acquisitie is niet aan de telefoon verkopen, maar afspraken maken met nieuwe klanten!

Over de auteur



Marie-Claire van Poelje, oprichtster van Driven Sales and Support, heeft jaren ervaring in telefonische acquisitie. Met veel plezier benadert zij nieuwe klanten voor haar opdrachtgevers en maakt afspraken met de juiste beslisser.

Daarnaast kan Marie-Claire ingezet worden op leadgeneratie, marktonderzoek en als begeleider of adviseur van acquisitiestrategie en -uitvoering.

Ook traint en coacht zij teams in koude acquisitie!

www.drivensales.nl

Zeven tips voor een verleidelijke website

door Petra Noordhuis (B&B Twente)



De tijd dat een website een digitaal visitekaartje of een on-line brochure was, is al lang voorbij. Je website informeert actief, onderhoudt de relatie met je (potentiële) klanten en hij prikkelt bezoekers om actie te ondernemen en te kopen. Dat is in ieder geval wel de bedoeling. Als dat nog niet het geval is, lees dan even verder.

Tip 1: zoekt of gij zult vinden?

Je klanten moeten je niet *zoeken*, ze moeten je *vinden*. Schrijf dus zoekmachinevriendelijke teksten, ook wel SEO-teksten genoemd. En ben je zelf geen schrijver, huur dan een tekstschrijver in die dit voor je doet. Het is een investering, maar (afhankelijk van wat je doet) heb je die er met één betalende klant weer uit.

Maak gebruik van social media om naar je website te verwijzen. Prikkel je lezers met een teaser om door te klikken naar je website en als ze daar eenmaal zijn, hou ze dan vast.

Vermeld je websiteadres overal: op pennen, je e-mail handtekening, je PR producten en je auto. Zorg voor een duidelijke domeinnaam, die je klanten zonder gokken juist kunnen spellen.

Laat je bedrijf en dus jezelf zien. Profileer jezelf als expert door actief deel te nemen aan LinkedIn groepen, verstuur regelmatig persberichten en hou eens een praatje op een bijeenkomst.

Tip 2: wees authentiek, persoonlijk en een tikkie anders

Mijn eigen webbouwer stuurde me een nieuw concept ontwerp van mijn website met de opmerking: 'Dit is een foutje van de ontwerper, hij had de briefing niet helemaal begrepen. Maar ik wil het je toch even laten zien.' En toen ik de bijlage opende dacht ik: Bingo! Hij is kleurrijker dan meestal geadviseerd wordt en het lettertype is ook niet zo zakelijk, maar het past wel bij me. En daar gaat het om.

Je klant wil weten wie je bent. Hij doet geen zaken met je bedrijf, maar met jou. Dus laat zien wie je bent, plaats een foto op je website en vertel waar je voor staat. Blog over de dingen die je bezighouden en plaats nieuws. Geef jezelf een gezicht en zorg ervoor dat ze dat niet meer vergeten.

Ik heb drie auto's laten bestickeren met een levensgrote cartoon van mezelf en iedereen draait zijn hoofd om als ik voorbij rijd (ja, dat komt echt door de stickers, niet door mijn rijgedrag). En het werkt!

Spreek je lezer direct aan. Wijd niet te veel uit over hoe goed je producten of diensten zijn, maar benoem het probleem van je klant. Waar ga je hem mee helpen? Welk probleem ga je oplossen? Je lezer wilt weten: What's in it for me? Dat je kwaliteit levert voor een redelijke prijs, dat leest hij al op de sites van je concurrenten. Dus doe het anders en kruip in de huid van je klant.

Tip 3: zorg voor leesbare teksten

'Vroeger' was het zo dat je goed gevonden werd door een zoekmachine, als je je zoekwoorden maar vaak genoeg gebruikte. Dat het gedrochten van teksten waren, dat nam iedereen (inclusief Google) op de koop toe. Gelukkig is Google van mening veranderd en speelt de leesbaarheid van teksten ook een grote rol. Daarbij kun je letten op de volgende punten:

- gebruik titels en subtitels, die je lezer verleiden om verder te lezen
- gebruik alinea's, die ongeveer 4-5 regels lang zijn.
- schrijf foutloos Nederlands
- vermijd werkwoorden als 'worden' en 'zullen' etc. Ze maken je teksten passief
- gebruik opsommingstekens
- schrijf zoals je praat. Je lezer heeft het idee dat hij met je in gesprek is en dat geeft een vertrouwd gevoel
- vermijd jargon en formeel taalgebruik.

Natuurlijk vindt niet alleen Google het prettig als je leesbaar schrijft. Je bewijst je lezer er ook een grote dienst mee.

Tip 4: gebruik goede foto's

En met goede foto's bedoel ik niet de te perfecte Amerikaanse stockfoto's, met stralende gefotoshopte modellen. Als je foto's van je bedrijf of jezelf plaatst, laat die dan maken door een professional. Het is tenslotte je eerste indruk en die moet gewoon goed zijn. Bij amateuristische selfies vanaf je vakantieadres zal je klant vermoeden dat je diensten of producten ook niet zo professioneel zijn.

Je lezer is gek op foto's. Zijn ogen worden er naar toe getrokken of hij wil of niet. Plaats dus een belangrijke boodschap in de buurt van de foto. Je kunt zelfs een beetje manipuleren door de richting van de foto (bijvoorbeeld de kijkrichting van de ogen of een wijzende hand) naar de boodschap te laten wijzen waarop je de aandacht wilt vestigen.

Tip 5: zorg voor een banaantje

Bezoekers willen maar één ding: klikken op een knop die opvalt. Met een duidelijke call to action (ook wel 'banaan' genoemd) op alle pagina's, zorg je ervoor dat bezoekers gelijk vinden wat ze zoeken. Want weblezen moet vooral efficiënt zijn. Help je lezer om zijn doel zo snel mogelijk te bereiken en om actie te ondernemen, voordat hij zich bedenkt.

Plaats op je pagina's een opvallende boodschap, bijvoorbeeld:

- Neem vrijblijvend contact met ons op
- Binnen een uur een scherpe offerte
- Download hier de brochure

Maak deze boodschap duidelijk zichtbaar door middel van kleur, een button of een beeld. Zorg ervoor dat de blik van je lezer erop valt. Een goede locatie is bijvoorbeeld rechts op je scherm, iets boven het midden. De ogen van je lezer bewegen namelijk in een F-vorm over je pagina. Horizontaal en vertikaal staan meestal de menubuttons, dus het kleine horizontale pootje van de F is een goede locatie voor een aandachtstrekker.

Tip 6: ga voor kwaliteit

Ik snap dat je neefje gratis en voor niks een leuke website in elkaar knutselt, maar heeft hij ook verstand van Internetmarketing? Weet hij wat je bezoekers willen? Of doet hij wat hij zelf leuk vindt?

En je collega die in de redactie van het personeelsblaadje zit schrijft inderdaad best leuk, maar zorgt zij er met haar teksten ook voor dat je goed vindbaar bent? En dat lezer een koper wordt?

Als je zelf kwaliteit levert, straalt dat dan ook uit. Bezuinig waarop je wilt, maar niet op je eerste indruk.

Tip 7: ga hand in hand

Neem je klant bij de hand en leid hem door je website heen, naar de plaats waar je hem wilt hebben: bijvoorbeeld de contact- of bestelpagina. Sluit elke pagina af met een link naar deze pagina's en verleid hem daar met een uitsmijter om contact met je op te nemen of een bestelling te plaatsen.

Over de auteur



Petra Noordhuis is tekst- en webschrijver. Daarnaast houdt ze zich bezig met communicatie in de breedste zin van het woord.

Sinds 1998 werkt ze als zelfstandige vanuit haar bedrijf Tekst en de rest. Haar missie is lezers met woorden prikkelen, een spiegel voorhouden, laten lachen en tot nadenken aanzetten.

Daarnaast helpt ze ondernemers om zichtbaar te worden. Als nieuwsgierige single dook ze in de soms bizarre wereld van de vrijgezellen en de datingsites. In januari 2014 verscheen haar debuut 'Je bent wat je date en andere singleleed'.

www.tekstenderest.nl

Zeven tips voor on-line vindbaarheid: SEO

door Ingelise de Jongste (B&B Amsterdam)



Je kunt een prachtige website hebben, maar als die on-line niet (goed) vindbaar is, dan heb je er niet veel aan. Wie je bedrijf al kent, komt wel bij jou terecht, maar alle onbekende potentiële klanten, vinden je site niet. En dat is zonde.

Daarom is het belangrijk dat je website naast mooi ook vindbaar is. Voor bezoekers én voor zoekmachines.

Het vindbaarheidsgeheim on-line heet SEO, Search Engine Optimization. Dat klinkt complex maar betekent niet meer dan het zo goed mogelijk vindbaar maken van een website. Zodat wanneer mensen hun zoektermen intypen in Google, ze óók jouw site vinden. En niet pas op pagina 8.

Te vaak wordt SEO over het hoofd gezien, zelfs door webontwerpers. Niet alle ontwerp bureaus hebben zich verdiept in vindbaarheid. Ook dat is zonde.

Natuurlijk, SEO is een specialisatie. En er zijn ingewikkelde verhalen te vertellen over SEO, maar de basis is eigenlijk niet zo moeilijk.

Zo kun je zelf heel veel doen. Of je kunt je webmaster aansporen om een aantal essentiële stappen te zetten.

Voor natuurlijke vindbaarheid (dus niet de betaalde Ad Words) zijn verschillende factoren van belang. Hieronder staan zeven belangrijke waarmee je meteen zelf concreet aan de slag kunt. In willekeurige volgorde.

Tip 1: structuur

Hoe vaak gebeurt het niet dat je op een website de weg kwijt raakt, omdat subpagina's een extra menu hebben dat op de homepage niet te vinden is?

Daarom moet de structuur van je website helder zijn. Wanneer de structuur goed is, kunnen Google & Co namelijk alle pagina's van je website vinden en indexeren. Dat is belangrijk want dan nemen ze de inhoud van je subpagina's mee in zoekresultaten. En dat vergroot de kans dat potentiële klanten jouw website te zien krijgen als ze on-line gaan zoeken naar product of dienst. Een sitemap is hier ook zinvol bij.

Tip 2: URL

www.kokosnoten.nl/index2.php: Veel websites hebben in de URL informatie staan die zinloos is voor vindbaarheid. Wat betekent tenslotte index2?

De URL is het adres van een website en ook subpagina's hebben hun eigen adres. Wanneer je in de URL relevante zoekwoorden verwerkt die inhoudelijk slaan op de betreffende pagina, dan is dat ontzettend handig.

Zorg er daarom voor dat je URL slim is opgebouwd. In dit voorbeeld zou in de URL van een subpagina kunnen staan
.nl/import_en_export_tropische_producten.

Tip 3: meta tags- titles & descriptions

`<title>Welkom op onze homepage</title>`: Veel websites missen een goede *title* en *description* in de broncode. Dat is een gemiste kans, want ze zijn cruciaal voor je vindbaarheid. Zoekmachines gebruiken deze informatie om websites te indexeren. Je kunt dus met *title* en *description* sturen waarop je graag gevonden wilt worden.

Vroeger hechten zoekmachines veel waarde aan Meta Tag Keywords, een opsomming van zoekwoorden. Tegenwoordig spelen die nauwelijks meer een rol: ze werden zo misbruikt dat je altijd uitkwam bij porno, of je nu zocht op koelkast of kip.

Dat neemt niet weg, dat keywords op veel websites toch in de broncode te vinden zijn. Dat is handig voor jou, want het kan zomaar zijn, dat je bij je goed vindbare concurrent een kant-en-klaar lijstje vindt van zoekwoorden die jij weer mooi kunt verwerken in je *title* & *description*.

Je kunt voor opbouw, lengte en inspiratie voor *titles* en *descriptions* kijken in de broncode van de (sub)pagina's van www.dggraphicdesign.nl.

Broncode vinden? Klik met je rechtermuis op een pagina en kies voor 'paginabron bekijken' of 'view source'.

Tip 4: zoekwoorden

Zoekwoorden zijn die woorden waarop je graag gevonden wilt worden. Om uit te vinden welke voor jouw dienst of product relevant zijn, doe je onderzoek.

Inventariseer wat jij belangrijk vindt, bedenk waarop jouw (potentiële) klanten of opdrachtgevers zoeken, maak gebruik van informatie uit de statistieken van je website en/of meetinstrumenten als Google Analytics, check welke zoekwoorden in zoektochten veel gebruikt worden (aantal resultaten in Google & Co) én een hele fijne, bekijk welke relevante zoektermen er in de broncode van je concurrenten staan.

De zoektermen verwerk je vervolgens in je metatags en in de teksten op je website.

Als je één product of dienst hebt, is het makkelijker om in zoekresultaten bovenaan te komen staan. Is je aanbod breed, dan kan nodig zijn om te kiezen waarop je het liefste gevonden wilt worden.

Voorbeeld: Een internationaal castingbureau biedt voice-overs en acteurs in allerlei talen. Ze willen het liefst vindbaar zijn op alles, van Chinese stem tot Pools acteur. Ze zeiden: De website van concurrent X is beter vindbaar dan wij op 'Engelse voice-over'. En dat klopt, want concurrent X kan alles inzetten op die ene dienst, omdat ze daarin gespecialiseerd zijn.

Tip 5: content

Uiteindelijk gaat het om content. Dat vinden zoekmachines ook. Relevante, inhoudelijke informatie telt positief in de *Ranking*. Homepages zonder tekst hebben een achterstand op het gebied van vindbaarheid.

Ook vindt Google het fijn als er zo nu en dan iets verandert. Daarom is een Actueel/Nieuws sectie goed voor je vindbaarheid.

Een blog is ook handig. Het biedt wisselende content en geeft je de gelegenheid om naast je vaste teksten extra tekst op je site te zetten, met extra zoektermen, waarop je vervolgens ook weer vindbaar wordt.

Heb je een statische website, waarop niet vaak iets verandert, maar die uitstekend in elkaar steekt, dan is dat ook prima. Als je basis goed is, ben je een heel eind.

Tip 6: links

Linkbuilding is een typische SEO term. In een notendop houdt het in, dat zoveel mogelijk websites een link op nemen naar jouw site. Sommige links 'wegen zwaarder' dan anderen, bijvoorbeeld omdat de link komt vanaf een website met veel bezoekers en een hoge *ranking* in Google. Maar elke link is er één.

Hoe creëer je links?

1. Zoek uit welke (verzamel)websites geschikt zijn om een link naar jou op te nemen.
2. Neem contact op met de webmaster, dat kan vaak via een formulier, met de vraag een link te plaatsen.

Elke webmaster beslist zelf over nieuwe links en niet iedereen is even snel.

Tip: Check op de pagina wie de site onderhoudt en spreek de webmaster bij naam aan.

Tip 7: geduld

Verbeteren van je vindbaarheid is een proces en het laten stijgen van je website in zoekresultaten vergt geduld.

Hoe lang een website on-line is, weegt mee in ranking, maar geschiedenis kun je niet forceren. Traffic telt, maar een lokaal accountantskantoor zal nooit zoveel bezoekers trekken als Lowlands.

Dus: stel realistische eisen.

Tot slot, er zijn bedrijven actief die gouden bergen beloven. Wanneer iemand zegt dat je op positie 1 kunt komen te staan met een zoekwoord als CD, dat 3 miljard resultaten heeft, dan is dat niet waarschijnlijk. Sommigen maken bovendien gebruik van methoden die door Google beschouwd worden als spam.

Gebruik dus naast deze zeven ingrediënten ook je gezonde verstand.

Over de auteur



Ingelise de Jongste studeerde geschiedenis (Uva) met een specialisatie in vrouwen-en filmgeschiedenis, woonde in Frankrijk en deed een toneelopleiding in de Verenigde Staten. Nu werkt ze als trainingsacteur. Als ervaren, tweetalige actrice is ze inzetbaar voor rollenspellen op alle niveau's in zowel trainingen als assessments.

Daarnaast is ze mede-eigenaar van reclame ontwerp- en adviesbureau DG Graphic Design. DG Graphic Design combineert creatieve vormgeving met complexe technische mogelijkheden. DG Graphic Design doet alles in-house: zowel off-line als on-line, van verzinnen tot vormgeven tot vindbaarheid.

Binnen DG Graphic Design is ze de creative director en houdt ze zich o.a. bezig met tekstschrijven en SEO. Ook is ze medewerker van de geschiedeniskalender van het Historisch Nieuwsblad.

www.ingelise.nl

www.dggraphicdesign.nl