



# DE ingrediënten VOOR succesvol ONDERNEMEN

DOOR > KIM VAN DER MEER & ROOS VISSER, Huidtherapeuten, HUVD | Expertisecentrum voor Huidprofessionals



ndernemen wordt in de huidzorg vaak gezien als het hebben van een eigen praktijk en dus het zijn van “eigen baas”. Niets is echter minder waar. Niet iedereen die eigen baas is, is ook ondernemer en andersom. Ondernemen is het hebben van een bepaalde instelling, van ondernemerszin als professional, ongeacht je vak of beroep. Ondernemen kun je dus in iedere context. Succesvol ondernemen begint bij iets doen wat je echt leuk vindt, iets waar je intens gelukkig van wordt en waar je daarom ook volledig voor kunt gaan. Zoals **Steve Jobs** terecht zei: *“I’m convinced that about half of what separates the successful entrepreneurs from the non-successful ones is pure perseverance. (Ik ben ervan overtuigd dat de helft van wat de succesvolle ondernemer van de niet-succesvolle onderscheidt, neerkomt op puur doorzettingsvermogen.)”*



# Wat beweegt mij en houdt mij **SCHERP?**



## » WIE IS JOUW HAAI?

Een belangrijke vraag die je jezelf moet stellen als ondernemer is dan ook, wat beweegt mij? Wat motiveert mij? Om dit te illustreren volgt hier een mooie anekdote. We nemen jullie mee naar Japan, het land waar het maken van goede sushi tot een ware kunst is verheven. Zoals jullie weten, valt of staat goede sushi met de versheid van de vis. Doordat steeds meer mensen sushi zijn gaan eten, raakten de wateren voor de kust van Japan overbevist, waardoor de vissersschepen steeds verder uit moesten varen om voldoende vis te vangen. De grote afstanden die ze hierbij moesten afleggen, maakten dat het soms dagenlang duurde voordat de gevangen vis aan land kwam. Je begrijpt, voor dagverse vis is dat niet zo handig. Daarom besloten de vissers om grote waterbassins op de schepen te maken.

De gevangen vis overleefde hierin totdat de schepen aanmeerden aan de kust. Op die manier konden de vissen ook na dagen op zee worden

verkocht als verse vis. Toch werkte dat trucje niet, want volgens de Japanners smaakte de vis niet vers. Op een dag kwam daar bij toeval verandering in.

Bij het legen van de netten in het bassin op de boot, kwam er per ongeluk een haai met de gevangen vis mee. De bemanning probeerde het dier uit alle macht uit het bassin te krijgen, maar vergeefs. De haai zwom vrolijk rondjes en at zijn buik rond aan de vissen in het bassin.

Bij aankomst aan de kust werd de overgebleven vangst verkocht en wat bleek?

De vis smaakte vers! Het opjagen van de vissen door de haai maakte dat de vissen in beweging bleven, wat zorgde voor de verse smaak.

De vissersschepen in Japan zijn sindsdien allemaal uitgerust met een waterbassin inclusief haai, om te voorkomen dat de vissen in het bassin blijven dobberen en de verse smaak verliezen. Je zou kunnen zeggen dat de haai de vissen letterlijk, maar ook figuurlijk deed bewegen. Nu is de vraag die jij als ondernemer aan jezelf zou kunnen stellen: wie is mijn haai? Wat beweegt mij en houdt mij scherp? Daar antwoord op vinden, is nog niet zo makkelijk, maar het zoeken naar het antwoord kan je zeker helpen op je weg naar succesvol ondernemerschap. Want wanneer je iets doet waar je echt in gelooft, dan ben je gemotiveerd om door te zetten, je grenzen te verleggen en net die extra stap te zetten.

## VRAAG EN AANBOD: WAT WIL JOUW MARKT?

Doen wat je leuk vindt en inzien wat jou beweegt zijn dus essentieel, maar niet voldoende om succesvol te ondernemen. Uiteindelijk ligt de sleutel tot succes bij het goed kunnen inspelen op vraag en aanbod. De kunst als ondernemer is om de behoefte van jouw doelgroep te herkennen of een bepaalde behoefte bij jouw doelgroep te creëren. Je kunt er als ondernemer voor kiezen om te gaan ondernemen binnen een bestaande markt,



JE KUNT ER ALS ONDERNEMER VOOR  
KIEZEN OM TE GAAN ONDERNEMEN BINNEN  
EEN BESTAANDE MARKT, OOK WEL DE  
'RED OCEAN' GENOEMD.

MET EEN UNIEK PRODUCT OF DIENST BEVIND  
JE JE IN EEN NIEUWE MARKT, OOK WEL DE  
'BLUE OCEAN' GENOEMD.

» ook wel de 'Red Ocean' genoemd. Binnen een bestaande markt zal je de concurrentie aan moeten gaan met andere ondernemers om je hoofd boven water te houden: het is eten of gegeten worden.

De droom van iedere ondernemer is echter om niet te hoeven concurreren op het gebied van, bijvoorbeeld, de prijs, zoals in veel klinieken in ons land gebeurt, maar om wel onderscheidend te zijn, waardoor concurrentie vanzelf irrelevant wordt. Met een uniek product of dienst bevind je je in een nieuwe markt, ook wel de 'Blue Ocean' genoemd. Je creëert bij jouw doelgroep een nieuwe vraag en jij kan als enige in het aanbod voorzien. *Elon Musk*, onder andere bekend van de oprichting van Tesla, is hier een mooi voorbeeld van. Musk heeft zowel als mens en als ondernemer, als doel om de wereld te verbeteren en duurzamer te maken. Toen Musk in 2008 algemeen directeur werd van het bijna failliete merk Tesla, investeerde hij als eerste in het ontwikkelen van 100% elektrische auto's, voorzien van de laatste technologische snufjes. Hij heeft daarmee een uniek product neergezet en creëerde voor Tesla een Blue Ocean. Doordat de auto's erg kostbaar waren, bestond hun doelgroep slechts uit een klein deel van de bevolking. Het was echter niet het doel van Musk om dat op korte termijn te veranderen. Wel wilde hij Tesla bereikbaar maken voor de middenklasse, zodat meer mensen 'zijn' elektrische Tesla konden gaan rijden en daarmee meer impact kon hebben op het behoud van het milieu. Het plan op langere termijn was vervolgens om de winst die Tesla behaalde met het verkopen van de eerste elektrische auto's, te investeren in het betaalbaar maken van de volgende generatie Tesla-modellen. Kortom, een uniek en goed doordacht concept,

ontwikkeld door een ondernemer met een duidelijke missie en een langetermijnvisie.

### FLEXIBILITEIT

Wij geloven dat naast doorzettingsvermogen en onderscheidend vermogen, flexibiliteit één van de belangrijkste kenmerken van een ondernemer is. Dat klinkt misschien vreemd, omdat we net nog beweerden dat je als ondernemer ergens in moet geloven en iets echt leuk moet vinden, om er voor 100% voor te gaan. Dat is ook zo, maar besef altijd dat je vandaag een goed idee kunt hebben en aan een bepaalde vraag kunt voldoen, maar dat de behoeften van jouw doelgroep morgen alweer anders kunnen zijn. Probeer dus niet koste wat het kost vast te houden aan jouw idee, product of dienst, maar blijf altijd kritisch, vernieuwend en flexibel. Ook iemand als *Elon Musk* moet steeds scherp blijven om niet alleen vernieuwend en onderscheidend te zijn, maar dit ook te blijven.

Wanneer je van plan bent om binnen de huidzorg te gaan ondernemen, dan is het belangrijk om te weten waar je kansen liggen. Kijk goed naar de behoeften van jouw cliënten en vorm een briljant idee, een idee waar je helemaal van overtuigd bent en heilig in gelooft. En dan komt de grootste uitdaging: het uitvoeren van je ideeën en plannen. Het hebben van nieuwe ideeën is niet genoeg om succesvol als ondernemer te zijn. Zorg dat het niet bij een goed idee alleen blijft, maar ga aan de slag. Het woord zegt het al: je bent ondernemer, dus neem een ondernemende houding aan, zodat je alle kansen ziet en benut.

Als ondernemers streven wij er met ons expertisecentrum naar om de huidzorg elke dag een beetje beter te maken. **We jump right! Jij ook? ♦**