

Ondernemersdag multifunctionele landbouw



*Nieuwe inzichten
Nieuwe kansen
Nieuwe business*

De ondernemer in zijn/haar markt: Een Big Fat Claim bouwen



Creëren van een Big Fat Claim

1. Claim
(Waar staat u en uw organisatie voor)
2. Een blikvanger
(die de interesse wekt)
3. Voordeel 1
(voor u als persoon/organisatie betekent dat.....)
4. Voordeel 2
(wat dit echt voor u betekent is)
5. Bewijsmateriaal
(referenties of successen die uw verhalen ondersteunen.....)
6. Resultaat omschrijving + toestemming om te onderzoeken
(of het voor deze persoon/organisatie ook een toegevoegde waarde heeft.....)



Big Fat Claim

Leger des Heils

Het Leger des Heils is met haar meer dan 2000 textielcontainers in ruim 300 gemeenten van Nederland dé specialist als het gaat om het inzamelen van kleding.

Door de jarenlange samenwerking met gemeenten heeft zij specifieke expertise ontwikkeld, waardoor gemeenten géén omkijken hebben naar het professioneel inzamelen van kleding. Voor onze relaties betekent dit dat zij kosten kunnen besparen en revenuen hierdoor terugvloeien in de gemeentekas.

Door het toewijzen van vergunningen aan het Leger des Heils, laat de gemeente zonder extra geldelijke investering zien dat zij maatschappelijk verantwoord bezig is en toch indirect de kwetsbare mens in de samenleving helpt. Dit laatste leidt tot een beter imago én een hogere acceptatie bij haar inwoners.

Graag onderzoeken wij in een persoonlijk gesprek samen met u de mogelijkheden voor uw gemeente, waarbij wij uiteraard uw wensen als vertrekpunt nemen. Onze ervaring leert dat een dergelijk gesprek maximaal 50 minuten van u tijd in beslag neemt.

Stap 1: Van wens naar voordeel!

Wensen Wonden Behoeften	Feiten	CLAIM (gebaseerd op wensen/behoeften/'wonden')	VOORDEEL 1. (wat dit voor u betekent is...)	VOORDEEL 2. (Wat dit echt voor u betekent is...)	BEWIJS

Voorbeelden van voordelen!

Wensen Wonden Behoeften	FEITEN	CLAIM (gebaseerd op wensen/behoeften)	VOORDEEL 1. (wat dit voor u betekent is...)	VOORDEEL 2. (Wat dit echt voor u betekent is...)	BEWIJS
Het levert niets op	Niet goed geld terug.	Wij garanderen 100 % succes.	Wij zijn echt gemotiveerd om de beste training ooit te geven, zodat wij zeker zijn dat wij ons geld krijgen (een trainer kan het zich niet veroorloven de kantjes ervan af te lopen).	U bepaalt na afloop van het traject of het de investering waard is geweest. U heeft dus 0 euro risico en 100 % maatwerk voor uw organisatie.	Staat bij ons in het contract, zonder specifieke afwijkingen!
Hebben zij voldoende ervaring?	Wij hebben meer dan 15.000 mensen getraind.		Is dat wij specifieke expertise hebben opgebouwd om ook uw mensen in beweging te krijgen.	Dat wij de leercurve van uw organisatie zo kort mogelijk kunnen houden met een minimale tijd- en geld investering.	Referentielijst.
Vervallen in oude patronen	Na het traject hebben alle deelnemers recht op 12 maanden telefonische ondersteuning van hun trainer + frequente evaluatie met opdrachtgever.	Duurzaam vernieuwen (i.p.v. terugvallen in oude patronen).	Wij maken mensen eigenaar van de ambitie waarbij de mensen zelf de regie in handen houden.	Is dat mensen geen ruimte krijgen om 'achter' in de bus te zitten, zodat u tijdens dit traject inzicht krijgt in uw A, B en C spelers.	Belevingsonder- zoek jaar na datum.
Het duurt lang voordat ik resultaat zie	Door onze veelzijdige expertise reiken wij mensen pragmatische handvatten aan, waarmee zij direct aan de slag kunnen.	Quick wins.	Is dat u op korte termijn resultaat ziet van uw investering.	Is dat de mensen intrinsiek gemotiveerd worden om meer te willen leren. De $K \times A = R$ (kwaliteit x acceptatie = resultaat) Weerstand minimaal.	Direct demonstreren tijdens dit intakegesprek.

Stap 2: Een eigen Big Fat Claim maken

1. Claim

2. Een blikvanger

3. Voordeel 1

4. Voordeel 2

5. Bewijsmateriaal

6. Aan de slag: voorstel om in contact te komen

De ondernemer in zijn/haar bedrijf: Maken van een gedragskompas



Gedragskompassen in de praktijk



- Een goed gedragskompas is zo *kort en simpel* mogelijk.
- Alle onderdelen van het kompas zijn *persoonlijk toepasbaar* voor iedere medewerker en manager van de organisatie
- Alle gedragscomponenten van het kompas hebben een *merkbare impact* op anderen (interne en/of externe klanten).
- De letters van het gedragskompas hebben zelf ook een positieve betekenis.





Gedragskompas



Stap 1: Bepaal het gedragskompas

- Wat doen we goed en moeten we meer doen om succesvol te zijn?
- Wat moeten we beter leren doen om succesvol te zijn?

Stap 2: Momenten van de waarheid

- Op welke momenten kunnen we onze collega's (intern) en klanten (extern) laten zien, horen en voelen waar we voor staan?

Stap 3: Bepaal het hoe:

- Welke afspraken (norm) maken we over wat we op deze belangrijke momenten doen?





Voorbeeld gedragskompas



S = service

U = uitstraling

S = snelheid

DE SUS-FACTOR





Gedragskompas (Voorbeeld!)



Momenten Waarheid	Passend leiderschapsgedrag
Intern - Overleg met familie - Sollicitatiegesprek ...	- We maken scherpe scheiding tussen werk- en familiezaken - We stellen elkaar de vragen: "Hoe is het gebeurd?" en "Wat heb je hier van geleerd?" (ipv "waarom heb je dat zo gedaan?") ...
Extern - Klant komt aan op erf - Klant komt met een klacht ...	- We luisteren altijd naar een klacht van een klant - We gaan niet in de verdediging, maar vragen wat een klant van ons verwacht ...

Mijn eigen gedragskompass



Workshop: eigen gedragskompas



Momenten Waarheid	Passend leiderschapsgedrag
Intern	•
•	•
•	•
Extern	•
•	•
•	•
	•
	•
	•

De ondernemer in zijn/haar vel: Dromen, denken en doen!

1. Waar zit je passie?

2. Als mislukking niet bestaat, wat zou je dan willen bereiken en creëren voor jezelf en je omgeving?

Hoe wil je herinnerd worden als mens?
Waarom ben jij op aarde?

3. Jouw “bullshit” stories

Welke negatieve/ belemmerende taalpatronen / focus / overtuigingen hebben ervoor gezorgd dat je in je comfortzone bleef, waardoor je persoonlijk of team succes saboteerde?

4. Consequenties!

Wat zijn de consequenties indien deze negatieve / belemmerende taalpatronen / focus / overtuigingen voort blijven bestaan?

Wat heeft dit je gekost relationeel, emotioneel, mentaal, spiritueel en financieel?
Het afgelopen jaar:

De afgelopen 10 jaar:

Wat gaat het je de komende 10 jaar “kosten” als dit verandert?

5. Geloof & Beslis!

Welke 3 beslissingen neem je mee voor de komende 12 maanden?

1.

2.

3.

Wat zijn je drijfveren / motivaties om dit te bereiken? (wat levert dit je op relationeel, emotioneel, mentaal, spiritueel en financieel)