

Hoera, het is crisis

Je hebt crisis en diepe shit nodig
om de bakens te verzetten



Dit vakblad noemt zich 'het andere vakblad voor de boomkwekerij'. Belangrijke info voor ons als vakblad, maar niet zozeer belangrijk voor deze pagina, waarop ik geacht wordt iets zinnigs te zeggen over de sector. De benaming 'het andere vakblad' is natuurlijk lekker vaag, en wij moeten maar hopen dat dit aankomt bij de andere kant. Wij bedoelen er in ieder geval mee dat we honderd procent bereik hebben in de sector. Iedereen die boomkweker is, ontvangt het blad gratis en leveranciers mogen een bescheiden abonnementsbedrag betalen. Dat is in dit verband niet zo belangrijk, maar voor ons is het een voorwaarde voor de doelstelling van het bedrijf. Door een bereik van honderd procent hebben wij een uniek verhaal richting adverteerders, die het geheel moeten ophoesten.

Ga op zoek naar de onderscheidende factoren waardoor je in staat bent om beheerst te groeien en een gezond rendement kunt draaien

Waarom vertel ik dat nu allemaal? Wat wij doen met Boom in Business is niet veel anders dan wat iedere boomkweker met zijn bedrijf doet. Ga op zoek naar de onderscheidende factoren waardoor je in staat bent om beheerst te groeien en een gezond rendement te draaien. Dat is het simpele verhaal, maar, zoals Cruyff altijd zei: voetballen is heel simpel, maar het moeilijkste wat er is, is simpel voetballen. Dat geldt natuurlijk ook voor ondernemen. In de dagelijkse hectiek van orders, papierwerk en personeel dat ziek, zwak of misselijk is, is het niet altijd makkelijk om het schip op koers te krijgen en te houden.

Persoonlijk hadden wij de crisis en een aantal pijnlijke ontslagen nodig om uit te dokteren wat de juiste route voor Boom in Business is. Zolang de oplossingen uit het verleden nog een beetje werken, ben je als ondernemer snel geneigd om maar gewoon de schouders eronder te blijven zetten, ook al weet je diep in je hart wel dat het eigenlijk een doodlopende straat is. Je hebt crisis en diepe shit nodig om de bakens te verzetten. Nogmaals, ik wil hier niet de betweterige journalist uithangen die, lekker veilig binnen de grenzen van een A-viertje, de waarheid in pacht meent te hebben. Ik probeer uit te leggen hoe het mij als ondernemer is vergaan.

Het aardige van ondernemen op deze manier is dat de uitkomst voor iedereen weer anders is. Boomkwekerijen zijn, net als uitgeverijen, zo klein, dat het bedrijf vaak meer een afspiegeling is van de ondernemer dan andersom. Dat maakt het een leuk avontuur, maar vooral ook een zoektocht, die goed te verkopen is aan de mensen om wie het gaat. En dat zijn natuurlijk jouw klanten en – ook niet onbelangrijk – de medewerkers.

Met vriendelijk groet,

Hein van Iersel (hein@nwst.nl)
Hoofdredacteur



Be social

Scan of ga naar:

www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-5708