

EEN DUIDELIJKE TOEKOMSTRICHTING VOOR JE BEDRIJF DOET JE GEDREVEN ONDERNEMEN

2 maart '23

Een duidelijke toekomstrichting voor je bedrijf doet je gedreven ondernemen. Klinkt dit jou heel theoretisch in de oren? Denk dan nog eens goed na. Want ook al gaan de zaken goed. Bedenk eens hoeveel uren jij als ondernemer nog **meewerkt aan de dagdagelijkse werking** van je bedrijf. En hoeveel uren je besteedt aan het **blussen van brandjes**. Dit zijn maar enkele voorbeelden van zaken die veel energie van jou vragen. Energie die er niet meer is voor andere dingen. Een **duidelijke toekomstrichting** is dus niet enkel een theorie. Het is **de sleutel om jezelf meer ademruimte te geven**. Ontdek hier hoe.

1. Neuzen in dezelfde richting

In een eerder blogbericht schreven we over [het gevaar van een team waarbij iedereen een andere kant opgaat](#). Voor je onderneming. En vooral ook voor jezelf als ondernemer. Net daarom is het belangrijk om duidelijkheid te scheppen voor iedereen. Een duidelijke toekomstrichting zet de neuzen in dezelfde richting. **Iedereen werkt naar hetzelfde doel toe**. Dat is ongelooflijk krachtig voor het **succes** van je bedrijf. En ontnemt je heel wat zorgen als ondernemer. Je zal voelen hoe er een pak van je schouders valt. Je zet niet langer elke dag je schouders onder je medewerkers. Het is net omgekeerd. Zij dragen jou.

2. Iedereen heeft duidelijke taken

Dit is zo belangrijk. Voor iedereen. Jij weet als leidinggevende wat iedereen doet en je **volgt gemakkelijk de stand van zaken op**. Jouw medewerkers weten op hun beurt heel duidelijk wat te doen. Ze verliezen geen tijd aan iets wat achteraf nutteloos bleek te zijn. Ze doen geen dubbel werk. **Alles is klaar en duidelijk**.

3. Meer oog voor noodzakelijke veranderingen

Een duidelijke toekomstrichting betekent niet dat je vast zit aan dat ene pad. Gelukkig maar. Want in een **snel veranderende wereld** moet je zelf ook elk moment voorbereid zijn op veranderingen. Gek genoeg zorgt een duidelijke toekomstrichting net wel voor die **wendbaarheid**. Waarom? Omdat iedereen de **juiste mindset** heeft om snel de noodzaak aan verandering op te pikken. En om zich hiervoor open te stellen. Jouw schip vaart op volle kracht aan volle koers. Komt er een hindernis? Dan gaat het volledige team zich inzetten om zo efficiënt mogelijk rond die hindernis te varen. Vaar je op dit moment allerlei kanten op? Dan ontstaat er paniek onder je bemanning en vaar je los die hindernis op.

4. Duidelijke communicatie

Misverstanden maken veel kapot. En in een bedrijf zonder duidelijke richting zijn er veel misverstanden. Waarom? Omdat iedereen start vanuit een andere insteek. Vanuit het eigen standpunt. Niet vanuit een **gemeenschappelijk standpunt** dat doorheen de volledige onderneming heerst. Een regendruppel op een heet terras reageert helemaal anders dan een regendruppel in een rivier. Dat is net hetzelfde met een boodschap die je doorgeeft aan een groep mensen. Vertrekt iedereen vanuit een ander standpunt, dan liggen de **interpretaties** ver uit elkaar. Vertrekt iedereen vanuit een gemeenschappelijke basis, dan zal de boodschap veel **eensgezinder** aankomen. Betekent dit dan dat iedereen alles op exact dezelfde manier interpreteert? Helemaal niet. Iedereen heeft sowieso een andere achtergrond en een andere manier van denken. Dat maakt het net boeiend. Hierdoor komen er frisse ideeën naar boven. Maar dankzij de duidelijke toekomstrichting blijven grote misverstanden achterwege.

5. Personeel houden

Personeel. Al jarenlang een hot topic. Al jarenlang een donkere wolk boven veel ondernemingen. De **angst om personeel te verliezen**. Want de medewerkers die uit zichzelf vertrekken zijn vaak de krachtige trekkers van jouw bedrijf. Niemand is onmisbaar? Toch wel. Want wie zal al het werk opvangen zolang die plek leeg blijft?

Je doet er dus best alles aan om jouw **teamleden aan boord te houden**. Je luistert naar wat ze nodig hebben. Je probeert zoveel mogelijk aan hun noden te voldoen. Dat is op zich goed. Maar het is amper een oplapmiddel. Een surplus. Wat écht telt is het **fundament**. De basis van je bedrijfsvoering. En daar is een duidelijke toekomstrichting een erg belangrijke factor in. Je creëert een sfeer van '**daar wil ik absoluut aan meewerken**'. Je creëert een werkplek waar pakken **minder stress** heerst. Een **motiverende werkplek** waar iedereen zich goed voelt. En waar iedereen vooral wil blijven.

6. Personeel aantrekken

Employer branding gaat veel verder dan een leuk filmpje, een uniek campagnebeeld of prikkelende vacatures. Employer branding gaat in de eerste plaats over het creëren van een **positief werkgeversimago**. The place to be. Het bedrijf waar de juiste kandidaten spontaan komen aankloppen. Een duidelijke toekomstrichting geeft je dat imago. Je bent een **stabiel en betrouwbaar** bedrijf dat goed weet waar je naartoe gaat. En hoe je dit waarmaakt. Mensen herkennen zich hierin. Ze voelen intuïtief een klik met jouw bedrijf. En zo trek je talent aan.

7. Klaar zijn voor de toekomst

Dit is een evident voordeel van een duidelijke toekomstrichting. Want je bent heel wat concurrenten een stapje voor. Terwijl zij nog in het hier en nu hangen, sta jij al veel verder. En zal je **sneller inpikken op opportuniteiten** die je nog vlotter naar je doel brengen. Denk bijvoorbeeld aan een bepaalde technologie. Prille nieuwkomers zijn vaak nog ver-van-het-bed voor vele bedrijven. Als jij dan de eerste bent om hier op te springen, dan sta je onmiddellijk veel verder. Tegen de tijd dat de rest de noodzaak inziet, ben jij al lang vertrokken.

8. Duidelijk kader om beslissingen te nemen

Beslissingen nemen. De eeuwige bron van twijfel. Doe ik er wel goed aan? Zouden we niet beter die budgetten nog eens dubbelchecken? Wat als ik er achteraf spijt van heb? Het zijn remmende factoren op je ondernemerschap. En op je onderneming. Met een **duidelijke toekomstrichting** veeg je die twijfel van de baan. Je moet jezelf maar 1 vraag stellen. Zal deze beslissing ons **dichter bij ons doel** brengen? Is het antwoord nee, dan gooi je het idee overboord. Is het antwoord ja, dan ga je er volop voor. Ook hier maken we even de sprong naar jouw medewerkers. Ook zij zullen veel beter bepaalde **beslissingen** kunnen **kaderen** als ze het zien in lijn van de uitgestippelde toekomstrichting. Meer nog, ze zijn veel beter in staat om **zelf beslissingen te nemen**. Dus ook bij hen minder twijfel en frustraties. Wat voor jou als ondernemer terug **meer gemoedrust** brengt.

9. Meer en trouwere klanten

Klanten hebben de keuze om aan te kopen bij wie ze willen. Wie geniet de voorkeur? Dat is voor iedereen anders. De goedkoopste. Degene met de beste dienst na verkoop. Degene die de beste kwaliteit levert. Wat het ook is, als je duidelijk aanbiedt wat ze zoeken gaan ze bij jou aankopen. Is het voor de klant toch niet zo duidelijk? Dan zoeken ze elders wat ze nodig hebben. Ook al voldoe jij veel beter aan wat ze willen dan je concurrent. Het klinkt gek, maar zo is het nu eenmaal. Mensen gaan op hun gevoel af. **Communiceer** je **duidelijk**, maak je waar wat je **belooft** en voldoe je aan alle **verwachtingen**? Dan heb je er een klant bij. Die zeker zal terugkeren. Alweer een **stimulus** voor jouw gedrevenheid als ondernemer.

10. Sterkere band met alle stakeholders

Bij jouw bedrijf zijn er meer partijen betrokken dan enkel je klanten en je medewerkers. Staat je bedrijf sterk voor de toekomst? Dan brengt dit je in een **goede onderhandelingspositie bij je leveranciers**. Het is volledig in hun belang om samen te werken met goede partijen die een sterke positie hebben. Terug een extra boost voor jou en je onderneming. Ook **aandeelhouders** zijn extra tevreden als je bedrijf succes boekt. Dat spreekt voor zich. Jouw duidelijke toekomstrichting is een win voor iedereen.

11. Aantrekkelijk voor investeerders

Last but not least. Hoe overtuig je investeerders om **in jouw bedrijf te investeren**? Je hebt veel te veel uren gespendeerd aan een prachtig financieel plan. Waarom bijten de vissen dan niet? Wellicht omdat je op een ander vlak tekort schiet. Maak jezelf geen illusies. Zonder een duidelijke toekomstrichting sta je niet sterk genoeg in je schoenen. En maak je geen goede beurt bij investeerders. Zo is het nu eenmaal. Dus vat de koe bij de hoorns, pak dit aan en doe jezelf en je KMO een plezier. Zet die **toekomstrichting** nu uit.



Over de schrijver

Eric Debacker

Eric Debacker is de drijvende kracht achter gedreven.be. Met een MBA als achtergrond heeft hij een jarenlange internationale business én KMO ervaring. Het promoten van strategisch ondernemen voor ondernemers is zijn ultieme doelstelling.