



Arjen de Koning

"Ook in de rallysport wil ik graag de beste zijn"

Ondernemen
met social media

ALTIJD WILLEN WINNEN

Uw organisatie als "Top Bedrijf"?

PA

Arjen de Koning:



“Het gaat echt niet om veel diploma’s. Je moet karakter tonen en betrokkenheid”.

Met enige trots laat Arjen de Koning het hoofdkantoor van zijn bedrijf Paradigit aan de Hooge Zijde in Eindhoven-Noord zien. In de enorme hal bruist het van activiteiten. De heftruckchauffeur laveert voorzichtig langs torenhoog opgestapeld pc-benodigdheden. Omvangrijke pak-

ketten worden verzendklaar gemaakt. Complete pallets met Paradigit-artikelen verdwijnen in een grote vrachtwagen. Medewerkers zijn minutieus bezig op een herstelafdeling. Ver weg gestopt, aan het einde van de bedrijfshal, toont de Paradigit-directeur nog even zijn hobby: rallywagens. Arjen de Koning bezit onder meer de 'Delorean' van 'Back to the Future'. Maar hij is vooral sponsor van de Paradigit ELE-Rally en ook zelf een enorme rallyfanaat. Met volle glinstering in zijn ogen: "Ook in de rallysport wil ik graag de beste zijn".

Met zijn Paradigit heeft Arjen de Koning (1969) de top al gehaald. In 2004 werd hij uitgeroepen tot 'Entrepreneur of the year'. En bij 'Beste Winkelketen van het jaar' in de categorie 'computerspecialzaken' heeft hij al vier keer de trofee in de wacht gesleept. "Wij sturen heel bewust op klanttevredenheid. Juist dat zorgt in belangrijke mate voor omzet, voor inkomsten. Klanttevredenheid zit in ons DNA".

PARADIGIT

“Ondernemen is topsport”

Eigen kracht

De succesvolle Eindhovense zakenman heeft een eenvoudige filosofie. Uitgaande van zijn eigen gedrevenheid, zijn eigen passie. “Ieder mens, op welk niveau dan ook, slaagt pas als hij overtuigd is van zijn eigen krachten. Het gaat echt niet om veel diploma’s. Je moet karakter tonen en betrokkenheid”. Arjen de Koning kiest zijn medewerkers dan ook heel zorgvuldig. Voor de werkvloer wil hij alleen maar mensen die reactief zijn. Aan de leidinggevend

toenmalige minister van financiën het pc-privé project af. Dat betekende voor Paradigit een omzetsdaling van 35%. Arjen de Koning in sporttermen: “Toen begon voor mij de tweede helft. De uitdaging om dat verlies goed te maken. Door overnames zijn we nog sterker uit de strijd gekomen en fors gegroeid”.

Beslissingen

De historie van het bedrijf kent vele belangrijke momenten. Middels het scholenproject SKOOL wordt alles wat

Voor Arjen de Koning vele momenten van knopen doorhakken. “Besluiten nemen is niet zo moeilijk. Ze op de juiste manier communiceren is van belang. Zeker als het over mensen gaat”.

Rallyrijden

Voor Arjen de Koning is werken genieten. Vooral van de samenwerking met mensen. Hij hecht daarbij aan een heldere communicatie, vooral om te kunnen prikkelen, uitdagen, motiveren. En tegelijk zorgt hij ervoor dat hij alles



stelt hij hoge pro-actieve eisen. En een groep creatieve medewerkers staat voor veranderingen in het bedrijf. “Passieve en negatieve mensen worden hier uitgebannen!”.

PC-privé

Paradigit is in 1992 ontstaan. Samen met zijn partner Noortje heeft Arjen de Koning het bedrijf binnen twee decennia gebracht waar het nu staat: twintig filialen, 450 medewerkers, een onderwijs- en zakelijke afdeling en een omzet van bijna 150 miljoen euro. In 2004 was er even een terugval. Van de ene op de andere dag schafte de

een onderwijsinstelling op computergebied nodig heeft geregeld door Paradigit. Arjen de Koning: “De parel van onze organisatie”. Onlangs is SKOOL gekopieerd naar de zakelijke markt onder de naam ‘REMCOH’ (remote, control, help). En al langer draait ISL automatisering met een totaaloplossing voor applicatie- en data beschikbaarheid. “Onze slogans zijn voor het onderwijs ‘Zorgeloos leren’, voor de zakenwereld ‘Zorgeloos werken’ en voor de particulieren ‘Zorgeloos genieten’”. Het zijn allemaal belangrijke stappen gebleken in het korte Paradigit bestaan.

onder controle heeft en houdt. Hij vergelijkt het met zijn hobby rallyrijden. “Zonder mijn copiloot ben ik nergens. Bij Paradigit zeg ik wat uitgevoerd moet worden. Tijdens de rally moet ik luisteren naar mijn copiloot”. Naast sponsoring van de ELE Rally rijdt Arjen de Koning zeker acht keer per jaar zelf een rally. In Nederland en België met af en toe een uitstapje naar Engeland en Finland. “De kick is om continu alles onder controle te houden. Ondernemen en rallyrijden hebben duidelijk raakvlakken”.

Door Geert van den Eijnden



Net even anders...



Als ondernemers zijn we gewend om dagelijks topprestaties te leveren. Zo staan ondernemers vaak onder hoge druk, wordt de lat zowel op zakelijk als op persoonlijk vlak doorgaans erg hoog gelegd en moeten belangrijke beslissingen worden genomen die meestal een grote groep mensen aangaan. Ondernemers zijn kortom doelgerichte, hardwerkende mensen, met een passie om hun eigen prestaties en natuurlijk de prestaties van hun bedrijf telkens weer te verbeteren.

Ondernemers en sporters hebben vanuit dit oogpunt in feite veel gemeen. 'Ondernemerschap is topsport' is dan ook een spreuk die men steeds vaker hoort. Naast het feit dat zowel binnen de sport- als de bedrijfswereld mentaal en fysiek vaak uitzonderlijke prestaties worden geleverd, vullen sport en ondernemerschap elkaar naadloos aan. Denk maar aan de vele business-to-business activiteiten van bedrijven tijdens sportevenementen en aan de stijgende integratie van de sport binnen de bedrijfscultuur. Het een kan niet zonder het ander, zeg maar.

Ik hoef u natuurlijk niet te vertellen dat onze provincie jaarlijks het platform vormt voor tal van inspirerende sportevenementen, die telkens weer duizenden tot tienduizenden bezoekers weten te trekken. Zodoende vormen deze evenementen voor veel ondernemers en netwerkers een uitstekende uitvalsbasis om zowel zakelijk als privé hun relatiekring uit te breiden. Denk maar eens aan evenementen als de Paradigit ELE rally, de Concours Hippique en de AFAS Tennis Classics, drukbezochte evenementen die inmiddels zelfs internationale bekendheid genieten.

Onze Brabantse provincie ademt eenvoudigweg sport uit. Vandaar dat voor deze uitgave van Brabant Breed is gekozen voor het thema 'Sport en ondernemen'. Dit thema vormt dan ook de rode draad door de artikelen. In de coverstory leest u een inspirerend verhaal van niemand minder dan Arjen de Koning. Als directeur van het ICT imperium Paradigit Computers en als hoofdsponsor van de jaarlijkse ELE Rally weet Arjen als geen ander hoe het is om zowel op ondernemersvlak als op sportief vlak uitmuntende prestaties neer te zetten. Verder treft u tal van interessante artikelen aan met unieke tips en trucs voor uw organisatie.

Van belang tot slot om te vermelden is dat de artikelen in Brabant Breed vanaf deze editie niet enkel zowel per post als digitaal te lezen zullen zijn, maar dat het magazine écht interactief zal worden doordat gebruik zal worden gemaakt van de bestaande social media. Zo zullen ondermeer stellingen uit de artikelen discussie-items vormen binnen de Brabant Ondernemt LinkedIn Group, kunnen documenten worden gedownload, kan Brabant Breed worden gevolgd via Twitter, en nog veel meer. Bent u benieuwd? Op pagina 6 leest u meer over de verschillende mogelijkheden. Doe er uw (sportief) voordeel mee!

Met ondernemende groet,

Niels Vanaken

Bestuurslid Stichting Brabant Ondernemt



Deze QR code verwijst u rechtstreeks naar het digitale magazine Brabant Breed. Voor verdere uitleg over de QR code zie pagina 6.



Uitgenodigd voor het WK in Zuid-Afrika? Pas op!

De WK 2010 komen eraan. De sponsors zullen ook dit keer veel kaarten mogen weggeven. Hoe dien je fiscaal nou precies om te gaan met dit soort reisesjes.



Ondernemen met sociale media

Wilt u uw kennis en kunde delen om in contact te komen met nieuwe kennissen en kunde? Dan kunt u sociale media zien als een nieuwe manier van netwerken.



Uw organisatie als "Top Bedrijf"?

Top Bedrijven kiezen feilloos de beste strategie doordat ze buitengewoon kennis hebben van de markt.



LinkedIn als actueel en interactief relatiesysteem

LinkedIn gebruiken begint allereerst met een actueel, relevant en representatief profiel met als doel contact maken met mensen die uw expertise nodig hebben.

Coverstory	2-3
Arjen de Koning: "Ondernemen is topsport"	
Voorwoord	4
Brabant breed goes social	6
Juridisch	7
Internetondernemer wees gewaarschuwd!	
Accountancy	8-9
Sporten! Leuker kunnen we het niet maken	
Bedrijfs Hulpverlening	10
Bedrijfsopleidingen die je ogen openen	
Notarieel	11
Structurele herziening ondernemingsrecht	
Marktonderzoek	12-13
Wat is uw missie	
Medisch	14
Vitale medewerkers voor vitale organisaties!	
Overheid	16-17
Ondernemen met social media	
Financieel	18-19
Transparant en laagdrempelig advies	
Redactioneel	20-21
Heeft u de mini al gespot?	
Telecom	22
Telecomnota hoger dan verwacht?	
Events	24-25
Wat zakelijk golfen kan betekenen	
Office	26-27
Altijd willen winnen	
Innovatie	28-29
Een idee! En dan?	
Coaching	30-31
Uw organisatie als "Top Bedrijf"?	
Financieel	32-33
Microfinancieringstraject	
Social Media	34
Hoe actueel is uw LinkedIn profiel?	
Redactioneel	36
Personato & goede doel	
Communicatie	37
Idea-engineering	
Netwerken	38
Samenwerkingsverbanden via Brabant Ondernemt	
Colofon	39

Legenda

- De verdere inhoud van het artikel kunt u online lezen.
- U kunt online aanvullende documentatie downloaden.
- Er is een LinkedIn profiel gekoppeld
- Er kan online verder gediscussieerd worden over het artikel via de Brabant Ondernemt LinkedIn groep.
- Er is een inhoudelijke tip bij het artikel toegevoegd.
- Er is een website link toegevoegd aan het artikel
- Er is een Twitter account gekoppeld.

'Social' Brabant Breed... een nieuw recept!

Steeds meer vinden individuen en organisaties elkaar wereldwijd via het internet en vormen zij sociale en zakelijke netwerken om onderling kennis te delen en van elkaar op de hoogte te blijven. Steeds meer groeit het besef dat het tijdperk van eenrichtingsverkeer voorbij is. De bijzondere waarde van 'social media' zoals bijvoorbeeld LinkedIn, Twitter en MySpace wordt in toenemende mate ontdekt. Feit is dat wie effectief wil communiceren niet meer om de bestaande social media heen kan.

Omdat kennisdeling het meest belangrijke doel is van Brabant Breed, wil zij als vooruitstrevend medium natuurlijk niet achterblijven op deze ontwikkelingen. Als eerste zakelijk magazine in Nederland wordt Brabant Breed vanaf deze uitgave dan ook volledig interactief!



Wat verandert er voor de lezer?

De lezer zal het magazine Brabant Breed zowel per post als digitaal (blijven) ontvangen. In beide versies van het magazine zullen naast de artikelen een of meerdere symbolen terug te vinden zijn, elk met een eigen functie. Via deze symbolen zal de interactie tussen de lezers onderling maar ook tussen de lezers en de adverteerders aanzienlijk verhogen.

Zo zullen de volgende symbolen terug te vinden zijn:



Er is een inhoudelijke tip van het artikel toegevoegd.



Lees online verder. De verdere inhoud van het artikel kunt u online lezen.



Er zijn documenten toegevoegd aan het artikel. U kunt online deze aanvullende documentatie downloaden.



Er is een website link toegevoegd aan het artikel



Er is een discussie toegevoegd aan het artikel. Er kan online verder gediscussieerd worden via de Brabant Onderneemt LinkedIn Group.



Er is een LinkedIn profiel gekoppeld.



Er is een Twitter account gekoppeld.

Wat verandert er voor de adverteerder?

De toegevoegde waarde voor de adverteerder laat zich wel raden! Door de 'lees verder' functie is de adverteerder niet langer gebonden aan de beschikbare ruimte in het magazine zelf, maar kan hij de lengte van zijn artikel zelf bepalen. Ook kunnen documenten die verband houden met het artikel (bv. PowerPoint presentaties, diagrammen of stappenplannen) door de lezer eenvoudig worden gedownload.

Doordat de adverteerder een stelling ter discussie aan de Brabant Onderneemt LinkedIn Group kan voorleggen, zal de adverteerder extra publiciteit krijgen onder een grote en toenemende groep lezers. Tot slot kan de lezer via de LinkedIn en Twitter module makkelijk in contact treden met de adverteerder. Een win-win situatie dus!



QR codes

"QR codes (Quick Response codes) zijn tweedimensionale barcodes die je met je mobiele telefoon kunt scannen. De code kan met een simpel stukje software eenvoudig omgezet worden in tekst of een domeinnaam. Een QR of barcodereader is gratis te downloaden via www.qrcode.nl.

QR codes maken de cross-over van print naar mobiel internet eenvoudig en zijn voor zowel de adverteerder als de eindgebruiker interessant. Het gebruik van QR codes is nu nog uniek in Nederland.



Internetondernemer wees gewaarschuwd!

Van oudsher is de consument een partij die vergaande wettelijke bescherming geniet. Onder de huidige Nederlandse wetgeving is de consument die een aankoop doet bij een webshop wellicht echter nog beter beschermd dan de conventionele consument. Dit is een goede zaak voor consumenten maar ook voor ondernemers die, via een webshop, zaken doen met consumenten. Voor de ondernemer brengt de juridisch sterke positie van de consument echter tegelijkertijd ook risico's met zich mee.

Gegevensverstrekking

Artikel 46a e.v. van boek 7 van het Burgerlijk Wetboek (BW) legt de internetondernemer een fors aantal verplichtingen op voor wat betreft de door hem aan de consument te verstrekken gegevens. Het betreft onder andere de verplichting de consument inzicht te geven in de identiteit van de verkoper, de belangrijkste kenmerken van het product, de prijs alsmede de door de consument te betalen belastingen, eventuele kosten, de wijze van aflevering, de wijze van betaling en de minimale duur van de overeenkomst.

Kosteloze ontbinding

Uiterlijk bij de aflevering van de zaak dient de consument erop gewezen te zijn dat de overeenkomst binnen 7 dagen na ontvangst van de zaak en zonder opgaaft van redenen kan worden ontbonden. Laat de ondernemer dit na, dan heeft de consument het recht om nog tot drie maanden na ontvangst de overeenkomst te ontbinden. De consument mag hiervoor dan, behalve de kosten voor het terugzenden, geen kosten in rekening worden gebracht.

Eventueel reeds door de consument betaalde bedragen moeten binnen 30 dagen na ontbinding kosteloos aan hem worden terugbetaald.

Dwingend recht!

Artikel 7:46j lid 1 BW verklaart de regels van de artikelen 7:46a BW e.v. van dwingend recht, zodat in het koopcontract, dan wel in de algemene voorwaarden, niet ten nadele van de consument van de regels van artikel 7:46a e.v. mag worden afgeweken.

Voorlichting voorkomt teleurstelling!

Onlangs werd door de kantonrechter aangenomen dat een consument nog gerechtigd was een door hem bestelde cursus ruim een maand na aanvang van de cursus te ontbinden. De stelling van de wederpartij dat de consument toch tenminste de inmiddels verschaft lessen diende te betalen werd daarbij door de kantonrechter niet gehonoreerd.

Als men via een webshop zaken doet met een consument is het voor de internetondernemer dan ook aan te bevelen dat hij zich juridisch goed laat

voorlichten. Dit voorkomt teleurstellingen wanneer de consument op een later moment een in eerste instantie zeker lijkende koopovereenkomst alsnog (kosteloos) ontbindt.



TIP

Door de consument tijdig goed te informeren voorkomt de ondernemer veel problemen achteraf.



Michael Filemon
Advocaat
m.filemon@holla.nl

Holla Advocaten
Beukenlaan 46
5651 CD Eindhoven
Tel: (06) 2956 7187
www.holla.nl

holla
advocaten

Uitgenodigd voor het WK in Zuid-Afrika? Pas op!

Sporten! Leuker kunnen w



De WK 2010 komen eraan. De sponsors zullen ook dit keer veel kaarten mogen weggeven. Een kaartje voor een voorronde kost al snel 100 euro en een kaartje voor het WK voetbal in Zuid Afrika heeft al snel een waarde (inclusief ticket) van meer dan 1000 euro. Hoe dien je fiscaal nou precies om te gaan met dit soort reisjes? Is er sprake van een belast voordeel en zo ja, bij wie en hoe wordt het belast? Waar moet u op letten?

e het niet maken

Het is van belang om te weten of de aangeboden reis c.q. wedstrijd een specifiek zakelijk karakter heeft zoals bijvoorbeeld een lezing of een bezoek aan een onderneming. In het geval het zakelijk is, is het namelijk vrijgesteld. Als dat niet het geval is, kan de aanbieder van de reis ervoor kiezen om de fiscale gevolgen van de reis voor zijn rekening te nemen. Dit doet hij door de loonbelasting af te dragen over de waarde van de reis. Omdat de afdracht van de loonbelasting plaatsvindt via de eindheffing kan de totale heffing uitkomen op zo'n 75%, wat het reisje als relatiegeschenk dus bijna tweemaal zo duur maakt. Indien de aanbieder geen loonbelasting afdraagt dan zal de geféteerde zelf de fiscale gevolgen aan moeten geven. In de praktijk gebeurt dit laatste meestal niet, maar de belastingdienst zal bij de sponsors van het wk de informatie opvragen, omdat ze het niet leuker kunnen maken.

Golfen met relaties?

De laatste regenbui is overgetrokken, de lucht is weer blauw, kortom, tijd om de golfclubs weer uit de kast te halen en uw relaties en personeel mee naar de golfbaan te nemen. Ook bij deze leuke activiteit dient aan de btw gevolgen gedacht te worden. Wanneer u uw personeel of relaties een middagje meeneemt naar de golfbaan, bijvoorbeeld om de relatiebanden aan te halen of de saamhorigheid tussen u en de personeelsleden te vergroten, moet u niet alleen denken aan uw handicap maar ook nog eens aan de belastingdienst. In een uitspraak van Hof 's-Hertogenbosch is beslist dat ook al was het aannemelijk dat het bezoeken van de golfbaan noodzakelijk was om relaties te ontvangen en op deze wijze met hen contact te houden, er toch

sprake is van het geven van ontspanning of het geven van een relatiegeschenk.

Dit heeft als consequentie dat omzetbelasting niet aftrekbaar is op deze kosten. Op grond van het BUA zijn dergelijke prestaties uitgesloten van BTW aftrek indien binnen een jaar meer dan 227 euro (exclusief BTW) per zakenrelatie of personeelslid is uitgegeven. Gezien het bedrag zal het voor de aftrek van BTW wel meevallen voor de zakenrelaties (tenzij zij regelmatig meegevraagd worden) maar zal het personeel al snel boven dit bedrag uitkomen.



Tip

Als u zakelijke relaties uitnodigt, u uitgenodigd wordt voor het wk of gaat golfen met zakenrelaties, win dan even advies in.

Bedrijfsfitness

Naast de onplezierige gevolgen van het WK en het golfen, heeft de belastingdienst ook nog een aardigheidje voor de sportieve personeelsleden "bedrijfsfitness". Onder bedrijfsfitness wordt verstaan de conditie- of krachttraining van werknemers die georganiseerd of geïnitieerd wordt door de werkgever en die plaatsvindt onder deskundig toezicht. De verstrekking of vergoeding van bedrijfsfitness is onbelast als voldaan is aan de volgende voorwaarden:

- De deelname staat open voor 90% of meer van alle werknemers of voor 90% of meer van alle werknemers met dezelfde arbeidsplaats. Deze arbeidsplaats mag niet zijn gelegen in de woning van een van deze werknemers.
- De bedrijfsfitness vindt plaats op 1 van de volgende 3 plaatsen:
 1. in een vestiging van uw bedrijf of instelling
 2. in een fitnesscentrum dat u voor al uw werknemers hebt aangewezen.

In dit geval mag u voor de organisatie van de fitness een tussenpersoon inschakelen. Het is voldoende als u de fitnesslocatie aanwijst.

3. in vestigingen van 1 fitnessbedrijf waarmee u een overeenkomst hebt gesloten. In dit geval is een contract met een tussenpersoon niet voldoende. U moet als werkgever een overeenkomst sluiten met een fitnessbedrijf: een bedrijf dat de fitness zelf verzorgt.

Als u meer dan 1 vestiging hebt, gelden de 2 laatstgenoemde mogelijkheden per vestiging. U kunt dus per vestiging een fitnesscentrum aanwijzen of een overeenkomst sluiten met 1 fitnessbedrijf op grond waarvan uw werknemers kunnen fitnessen in elke vestiging van dat fitnessbedrijf.

Let op! De vergoeding of verstrekking is belast, als alleen de grootaandeelhouder en zijn eventuele partner gebruikmaken van de bedrijfsfitness. Een grootaandeelhouder is iemand die, al dan niet samen met zijn partner en zijn bloed- of aanverwanten in de rechte lijn, direct of indirect aandeelhouder is voor minstens eenderde gedeelte van het geplaatste aandelenkapitaal.



Mr. Jean-Pierre van Duppen
Vennoot
Jeanpierre.van.duppen@rsw.nl

RSW Accountants & Belastingadviseurs
Postbus 221
5700 AE Helmond
Tel : (0492) 55 07 75
www.rsw.nl

RSW  accountants
belastingadviseurs
consultants

Hé hallo, doe je ogen eens open!!!

Motiverend en doeltreffend, de kernwoorden voor een plezierige opleiding verzorgd door EHBHV-opleidingen. Een bedrijf dat is ontstaan vanuit de behoefte om de, vanuit de ARBO-wet veelal verplichte, EHBO- en BHV- en Veiligheid opleidingen positief te laten ervaren. Onze kracht is om de deelnemers interactief de theoretische en praktische kennis zich eigen te laten maken.

Bedrijfsopleidingen die je ogen doen openen

Een humoristische inslag houdt de deelnemers 'bij de les', waardoor ze de vaak serieuze en vaak saaie lesstof beter onthouden



Bas Woudenberg

Eigenaar / ondernemer
info@ehbhv.nl

EHBHV Opleidingen
Kapellerweg 17
5707 JR Helmond
Tel: (0492) 785 578
www.ehbhv.nl

"Als beginnende EHBO-er heb ik, Bas Woudenberg, les gehad bij een vereniging op de traditionele manier. De instructrice las voor en gebruikte een viltbord. Later werd het viltbord vervangen door een overheadprojector, de lesstijl verandert nauwelijks. Nadat ik het eenheidsdiploma EHBO had, ben ik als bestuurslid actief gebleven bij de vereniging. Hier kreeg ik de kans de opleiding tot EHBO-instructeur te volgen. Met beide handen nam ik de uitdaging aan om nu zelf invloed te kunnen uitoefenen op de wijze van lesgeven. En dat is gelukt, ik slaagde met de lovende woorden van de examencommissie; 'als er zo in Nederland weer lesgegeven wordt dan wordt het weer leuk om EHBO te krijgen.' Een humoristische inslag houdt de deelnemers 'bij de les', waardoor ze de vaak serieuze en vaak saaie lesstof beter onthouden.

Ik breng mijn ondernemingsdrang in de praktijk en het begin van EHBHV Opleidingen is een feit. We richten ons met name op opleidingen en herhalingen BHV en EHBO voor bedrijven,

zowel in- als ex-company. Er wordt nauw samengewerkt met freelance instructeurs. Er wordt gewerkt volgens de



TIP

Durf dingen net iets anders te doen.

programma's van erkende instanties, zoals oa. het Oranje Kruis en het NIBHV. Daarnaast specialiseren wij ons in 'maatwerk'. Elk bedrijf heeft zijn eigen specifieke bedrijfsrisico's die, in goed overleg, worden opgenomen in een individueel lesprogramma. Er wordt vaak gewerkt in kleine groepen, waardoor er veel persoonlijke aandacht is voor de cursisten en iedereen de praktische handelingen goed kan oefenen. Deze kleinschaligheid maakt het voor het MKB mogelijk om te voldoen aan de eisen die de Arbo-wet stelt aan veiligheid. Er is onlangs een speciaal programma opgesteld voor het MKB door het NIBHV. Wij zijn een van de eerste opleiders die dit programma gaat aanbieden."



Structurele herziening ondernemingsrecht

Einde 2009 zijn voor het ondernemingsrecht belangrijke wetsvoorstellen door de Tweede Kamer aangenomen. Hiermee heeft de wetgever een forse sprong voorwaarts gezet voor wat betreft de modernisering van het ondernemings- en het vennootschapsrecht. De exacte datum van invoering is echter nog onbekend. Hierbij alvast een voorproefje van de belangrijkste wijzigingen voor de besloten vennootschap (b.v.)

Wetsvoorstel vereenvoudiging en flexibilisering bv-recht

Dit wetsvoorstel beoogt minder dwingend en meer regelend recht. Hierdoor ontstaat meer vrijheid van inrichting van de vennootschap. Ook wordt het kapitaalbeschermingsrecht ingrijpend gewijzigd. Daartoe wordt het minimumkapitaal (van € 18.000,-) afgeschaft. Ook komen de bank- en de accountantsverklaring bij storting op aandelen te vervallen.

"De gedachte achter het wetsvoorstel is dat indien misbruik van rechtspersonen wordt bestreden, handhaving essentieel is."

Andere belangrijke wijzigingen zijn: (i) het vervallen van de verplichte blokkering van de overdraagbaarheid van aandelen, (ii) een regeling voor het opleggen van kwalitatieve verplichtingen aan aandeelhouders (iii) verruiming van de mogelijkheden om schriftelijke besluitvorming te laten plaatsvinden, (iv) verbetering van de wettelijke geschillenregeling (v) de invoering van

de mogelijkheid om in de statuten te voorzien in stemrechtloze of winstrechtloze aandelen of in een flexibele verdeling van stemrecht, (vi) een verduidelijking van de regeling voor certificaathouders, en (vii) een flexibilisering van de mogelijkheden tot benoeming en ontslag van directeuren en commissarissen.

Afschaffing verklaring van geen bezwaar bij oprichting en statutenwijziging van NV's en BV's

Ook is recent door de Tweede Kamer aangenomen het wetsvoorstel waarbij onder andere de verklaring van geen bezwaar die vereist is voor oprichting en statutenwijziging van NV's en BV's komt te vervallen. Het wetsvoorstel beoogt niet alleen afschaffing van het preventief toezicht, maar vervangt dit door een doorlopende controle op rechtspersonen. De gedachte achter het wetsvoorstel is dat indien misbruik van rechtspersonen wordt bestreden, handhaving essentieel is.

Aandachtspunten

De beoogde datum van inwerkingtreding van de hierboven omschreven

wetsvoorstellen is zoals al gemeld nog niet bekend. Na de vaststelling door de Tweede Kamer volgt eerst nog behandeling in de Eerste Kamer. Voor de meeste voorstellen geldt bovendien dat nog een invoeringswet of overgangswet dient te worden vastgesteld, alvorens de wet in werking zal treden. Uitgangspunt zal zijn dat de wetsvoorstellen niet verplichten tot aanpassing van de statuten maar een gesprek hierover met uw notaris is zeker een aanrader.



Mr. Maarten Segers
Notaris
segers@notarisnodig.nl

Schäfer Notarissen
Rusbroeclaan 28
5611 LV Eindhoven
Tel.: (040) 266 06 60
www.notarisnodig.nl

Wat is uw missie bij klantcontact?

Een tevreden klant of een loyale klant...

Tevreden klanten dragen bij aan de winst van de onderneming. Klanttevredenheid is veelal een van de KPI's, die bedrijven gebruiken om inzicht te krijgen in de kwaliteit van hun organisatie. Vanuit het bedrijf worden aan klanten vragenlijstjes voorgelegd waarin de respondent zich niet altijd hoeft te herkennen. De vragen weerspiegelen min of meer het interne proces van het bedrijf en niet het denkproces van de klant (laat staan de beleving van de klant). Inmiddels zijn de gedachten over klanttevredenheid verder ontwikkeld en is aangetoond dat klantloyaliteit een wellicht nog belangrijker driver is. Dit artikel geeft aan dat het begint bij klanttevredenheid maar dat alleen is nooit genoeg. Het gaat om klantloyaliteit en de bereidheid van klanten om jou bij een ander aan te bevelen.

Natuurlijk is klanttevredenheid van groot belang, en dit geldt niet alleen in de sectoren die het maken van winst als doel hebben, ook in de not-for-profit sector is het essentieel. Het team van Markteffect heeft op basis van haar ervaring met klanttevredenheidsonderzoeken voor tientallen bedrijven de volgende feiten verzameld:

- » Tevreden klanten blijven langer klant.
- » Tevreden klanten kopen meer.
- » Tevreden klanten zorgen voor nieuwe klanten.
- » Tevreden klanten komen met constructieve voorstellen voor verbeteringen.
- » Tevreden klanten accepteren dat ze niet altijd de laagste prijs betalen.
- » Tevreden klanten geven je informatie over de concurrentie.
- » Bedrijven waar de klanten een 7,5 scoren voor tevredenheid hebben wel 20% hogere bedrijfsresultaten dan bedrijven waar klanten een 6 scoren!
- » Bedrijven waar de klanten een 8,5 scoren voor tevredenheid hebben een autonome groei op basis van mond-tot-mond reclame van meer dan 5%! Dit zijn de loyale klanten!

Feiten die er dus niet om liegen!

Het meten van de tevredenheid van klanten, zowel in B2C als in B2B, vereist een nauwkeurige en objectieve aanpak. Alleen door het stellen van de juiste vragen krijgt het bedrijf resultaten die bruikbaar zijn om zich te verbeteren. Ook de rapportage van de resultaten



Quote van Frank van Gool -

Directievoorzitter OTTO Work Force

"OTTO Work Force is de grootste internationale arbeidsbemiddelaar van Nederland. Tevredenheid en loyaliteit van onze klanten en uitzendkrachten is een van de peilers onder het succes van OTTO. Door continue onze dienstverlening te monitoren, onder andere in een intensieve samenwerking met Markteffect, houden we de organisatie scherp en boeken we voortdurend progressie".



behoeft aandacht. Het is lastig om positieve zaken te onderscheiden, veel analyses focussen op de negatieve punten, ofwel de verbeteringspunten. Interpretaties door eigen mensen zijn vaak gekleurd en ongewild doordrongen van eigen meningen.

Natuurlijk is men zich bewust dat dit de zaken zijn waarmee men intern aan de slag zal moeten, maar het zijn de positieve punten die aangeven hoe je tevreden klanten creëert. Rapportage door bijvoorbeeld een bureau als Markteffect zorgt ervoor dat dit ook inzichtelijk wordt gemaakt.

Een tevreden klant of een loyale klant

Niet alleen de tevredenheid is een punt, ook de bereidheid van de klant om terug te keren en om op te treden als ambassadeur, fan of promotor van een bedrijf, product, dienst of evenement is een belangrijk aspect van klanttevredenheid en de daaraan gekoppelde groeimogelijkheden van een bedrijf. Het gaat dan om loyale klanten. De laatste

jaren heeft het begrip Net Promoter Score (NPS) furore gemaakt. Met behulp van de NPS kan deze bereidheid in een cijfer worden uitgedrukt en als voorspelende waarde voor toekomstige autonome bedrijfs groei worden gebruikt. Moderne onderzoeksbureaus, zoals ook Markteffect, hebben ervaring in het meten van de NPS van bedrijven, diensten, producten en evenementen en kunnen de scores vergelijken, benchmarken met andere bedrijven met vergelijkbare bedrijfsactiviteiten of klanten. Reichheld, de ontwikkelaar van de NPS, is voorstander van het stellen van één vraag. Wij stellen altijd voor meer vragen te stellen om zo meer inzicht te krijgen in het hoe en waarom.

Waarom is een klant (niet) loyaal?

Nu we hebben beschreven hoe we klanttevredenheid en klantloyaliteit meten is het natuurlijk van groot belang om te begrijpen waarom deze klant tevreden en loyaal is. Bij klanttevredenheid zien we in veel onderzoeken een interessante discrepantie tussen hetgeen klanten denken dat ze belangrijk vinden en hetgeen ze echt laten meewegen in hun waardering. Natuurlijk kan dit door de klant te vragen "welke aspecten van onze dienstverlening zijn voor u belangrijk?", de klant zal vaak de redelijk voor de hand liggende antwoorden geven op deze vraag. Het onderscheid tussen de aspecten valt hierdoor weg. De statistiek biedt hier uitkomst: Met behulp van een zogenaamde regressie-analyse kan in kaart worden gebracht welke aspecten voor de klant echt belangrijk zijn. Bekeken wordt wat hun invloed is op de algemene tevredenheid.

Extra dingen kunnen worden gedaan om de klant echt te begrijpen: de klant ontmoeten, vragen stellen en goed luisteren. Wij (Markteffect) maken steeds vaker een klanttevredenheidsonderzoek compleet door een of meerdere ronde tafel gesprekken met klanten aan een klanttevredenheidsmeting toe te voegen. Ronde tafel gesprekken die in een neutrale omgeving worden georganiseerd, worden opgeluisterd met enkele lekkere hapjes en een drankje voor de ontspannen sfeer. Zelfs hele diners worden op deze manier aangeboden. En niet te vergeten, een goed gesprek heeft een goede ervaren en neutrale gespreksleider die ervoor zorgt dat alle aspecten aan bod komen zonder in koffietafelpraat te verzanden. De resultaten van deze ronde tafel gesprekken zorgen voor het verhaal achter de resultaten van de klanttevredenheids-onderzoeken. Deze beide resultaten geven het bedrijf handvatten om beleid te ontwikkelen gericht op het loyaal maken van de klanten.

Klanttevredenheid is een doel, klanttevredenheidsonderzoek is een vak, klantloyaliteit is een missie en loyaliteitsonderzoek is een professie die alleen een gedreven en gepassioneerde professional goed begeleidt om tot echte resultaten voor uw organisatie te komen: loyale klanten!



Maarten van Nieuwland
Marktonderzoeker
maarten@markteffect.nl

Markteffect B.V.
Keizersgracht 21C
5611 GC Eindhoven
Tel: (040) 239 22 90
www.markteffect.nl

Vitale medewerkers voor vitale organisaties!

Sport en Ondernemen

Het St. Anna Ziekenhuis in Geldrop en Eindhoven heeft veel expertise en een goede naam op het gebied van sport en bewegen. Daarnaast neemt het belang van sport en bewegen hard toe door de vergrijzing en welvaartziekten. Daarom heeft het St. Anna Ziekenhuis in 2007 alle krachten op het gebied van sport en bewegen gebundeld in het medisch sportgezondheidscentrum TopSupport.

Voor bedrijven wordt het steeds belangrijker dat medewerkers gezond en vitaal zijn en blijven. Uit onderzoek van TNO-Arbeid en NOC*NSF blijkt namelijk dat een gezonde, sportende werknemer productiever is en een beduidend lager ziekteverzuim heeft dan gemiddeld. Steeds meer bedrijven zien dit ook in.

Daarom heeft TopSupport de gezondheidsscan voor werknemers ontwikkeld. Door middel van deze gezondheidstest wordt de gezondheidstoestand van uw

werknemer in kaart gebracht en op basis van de resultaten worden leefstijladviezen gegeven met betrekking tot voeding- en beweegadviezen. Om de werknemer daadwerkelijk in beweging te krijgen en houden kan uw medewerker deelnemen aan een beweegprogramma dat specifiek voor uw bedrijf wordt samengesteld. Hierdoor kan uw werknemer op een verantwoorde manier (gaan) sporten en is er een toename van de gezondheid van uw werknemer en productiviteit voor u als werkgever.

Voordelen van en voor een vitale en gezonde werknemer:

- Daling verzuimpercentage
- Meer ontspannen personeel en afname van ervaren stress
- Fitter, gezonder en daardoor productiever personeel
- Toename tevredenheid onder personeel
- Positief imago van uw bedrijf

TopSupport begeleidt inmiddels steeds meer bedrijven, waarvan de directie het



TIP

Geef als directeur-eigenaar zelf het goede voorbeeld, laat zien dat u zelf ook met uw gezondheid bezig bent. Dit kan heel eenvoudig, door bijvoorbeeld niet met de lift naar boven te gaan, maar met de trap te gaan. Door zelf het goede voorbeeld te geven, zullen medewerkers eerder geneigd zijn dit ook te doen.

belangrijk vindt om hun medewerkers vitaal te houden. We kunnen Preventief Medisch Onderzoeken aanbieden, in verschillende vormen. Van topsporters tot breedte sporters en van directeurs van grote multinationals tot een keuringstraject voor alle medewerkers. Belangrijk voor TopSupport is dat we programma's kunnen aanbieden die passen bij de vraagstelling en de behoefte van de klant. Wij kunnen actief met u meewerken aan het vitaliseren van uw medewerkers en organisatie.



Hans Lotgerink
Directeur
h.lotgerink@st-anna.nl

TopSupport
Antoon Coolenlaan 1
5644 RX Eindhoven
Tel: (040) 286 41 44
www.topsupport-anna.nl



Wij zijn erbij!

Adverteer rondom de vele sportevenementen op Omroep Brabant en profiteer van extra hoge kijkcijfers!



Unicef Open



AFAS Tennis classics



Tilburg Ten Miles



Marathon Eindhoven



Vierdaagse door Cuijk



Tour de France door Woensdrecht



Veldrijden Hoogerheide



Exotic Green Rally



GP Lierop



Dakar Rally



www.omroepbrabant.nl/reclame

Nick Bookelaar
040 - 2949346



**Omroep
Brabant**

blijft je verrassen



Gratis software die zorgt voor vrijheid

Ondernemen met social

Indien Facebook een land was, dan was het na China en India het derde grootste land. Elke minuut wordt er 24 uur aan videomateriaal geüpload via Youtube. LinkedIn heeft in Nederland meer dan 25.000 interesse groepen. Facebook wordt steeds vaker bezocht op internet dan Google. We gebruiken internet niet meer voor het vinden van informatie, maar steeds meer voor het delen van meningen en ervaringen met online vrienden en met ons netwerk.

Heeft u als ondernemer daar wat aan?

Heeft u als ondernemer reeds voldoende eigen kennis en opdrachten? Dan is sociale media waarschijnlijk niets voor u.

Wilt u uw kennis en kunde delen om in contact te komen met nieuwe kennissen en kunde? Dan kunt u sociale media zien als een nieuwe manier van

netwerken, borrelpraat, werven van personeel en acquisitie als aanvulling op fysieke ontmoetingen.

Als u als ondernemer eenvoudig contact wilt houden met uw netwerk en uzelf wilt presenteren aan het netwerk van uw relaties, gebruik dan LinkedIn, een



TIP

- sluit aan bij onderwerpen die bij uw bedrijf, product en merk passen.
- Bedenk eerst het doel en gebruik dan de tool.
- Werk = Prive = Werk
- Uw mening telt tot de volgende tweet.
- Als je me volgt, dan volg je me!

goed gevuld profiel en maak een bedrijfspagina aan. Meer over LinkedIn is te lezen verderop in dit magazine.

Bent u het zat om telkens maar weer een gebruikershandleiding mee te sturen? Plaats dan een instructievideo op YouTube en uw klanten kunnen altijd terecht bij de laatste versie. Of plaats foto's op de fotosite Flickr en laat eenvoudig zien hoe uw product het beste functioneert.

Heeft u de waarheid in pacht, of bent u continu op zoek naar nieuwe kennis en kennissen? Sluit aan bij groepen op LinkedIn of neem eens een kijkje op Higherlevel. Door te zoeken op een onderwerp komt u vaak snel bij kennissen met kennis terecht. Zo kan een vraagstuk snel en effectief opgelost worden. Natuurlijk kan niet alles via internet. Alleen is via zo'n platform

media

een eerste stap snel gezet. En door het beantwoorden van vragen van collega ondernemers, laat u op een hele natuurlijke manier zien waar u goed in bent.

Wilt u nog een stap verder gaan met kennisdelen. Start een blog over de vraagstukken die u bezig houden. Een blog geeft u de kans om meer diepgang en achtergrond informatie te geven over een onderwerp. En een artikel kan eenvoudig worden voorzien van video en foto. Heeft u geen zin in het typen van meer tekst? Met Twitter beschikt u slechts over 140 aanslagen om uw boodschap, mening en vooral verwondering te delen.

Is uw kennis met geen woorden te beschrijven?

Gebruik Mindmeister om uw ideeën te verwerken in een mindmap. Of laad uw presentatie op via Slideshare, een soort YouTube voor powerpoints. Slideshare is echt geweldig en wordt heel goed gevonden via Google. Via de Slideshare App kan uw presentatie ook geplaatst worden op uw LinkedIn profiel.



Tip

- Download het werkboek sociale media via: <http://bit.ly/brabantbreed1>
- In 10 stappen een betere profilering op internet: <http://bit.ly/brabantbreed2>
- Eén van de 5000 presentaties over sociale media: <http://bit.ly/brabantbreed4>
- Kijk voor alle links en voorbeelden van ondernemers op www.woid.nl

Download ook de Slideshare toevoeging voor powerpoint 7, zodat u direct vanuit Office uw presentatie kunt uploaden. Artikelen in PDF formaat kunt u ook kwijt op Slideshare. Nog mooier is het om deze te plaatsen op Issuu. Hier maakt u van uw boek een digitaal tijdschrift. Wilt u het interactieve van Issuu, combineren met een presentatie? Dan is Prezi mogelijk iets voor u.

En ik hoef niet meer uit te leggen dat u op deze websites ook weer inspiratie kunt opdoen en nieuwe kennis kunt vinden.

Gaat dit allemaal ontzettend veel tijd kosten?

Dat ligt aan u. Veel digitale informatie staat nu in uw PC of Laptop onzichtbaar voor iedereen, niets te doen. Door het plaatsen van deze informatie op internet verspreidt u uw boodschap op de wijze die u verkiest. Op het moment dat het past bij uw strategie. Een bijkomend voordeel is dat informatie efficiënter uitgewisseld wordt.

En ook voor het efficiënter werken bestaan een aantal hulpmiddelen.

In google docs kunnen meerdere personen tegelijkertijd werken aan één en hetzelfde document. Dat scheelt veel heen en weer gmail en geëmmet met verschillende versies. Op Huddle kun u een online projectomgeving inrichten. Met Tungle kunnen klanten eenvoudig een afspraak inplannen in uw agenda wanneer u heeft aangegeven beschikbaar te zijn. Met Skype kunt u online

met één of meerdere personen gratis bellen. En heeft u veel buitendienst medewerkers? Met Yammer (een interne Twitter omgeving) creëert u eenvoudig een intranet/blog/vraagbaak plek. Toegankelijk voor alleen uw werknemers.

Ondernemen met sociale media kost tijd, maar u krijgt er inspiratie, kennis en kennissen er voor terug. Door te beginnen met delen gaat u vanzelf vermenigvuldigen.



Detlef La Grand
Innovatieadviseur
dlg@syntens.nl

Syntens
Postbus 2078
5600 CB Eindhoven
Tel: (088) 444 0 444
www.syntens.nl



Bookelaar geeft transparant, laagdrempelig en financieel advies

De winst zit vooral in onze persoonlijke, onderscheidende aanpak

Administratie, belastingaangiften, salarissen... té vaak denken ondernemers nog niet verder bij financieel beheer. Zonde, vindt financieel adviesbureau Bookelaar. "Goed financieel advies gaat veel verder en omvat alle belangrijke geldzaken. Bovendien denken veel mensen nog te veel in 'hokjes'. Bij financieel advies draait het juist om persoonlijk maatwerk. Elke situatie is anders en verdient dus ook een uniek advies. Daarin zit de winst voor onze klanten," is de stellige mening van directeur John Bookelaar.

"Als iemand hier de deur uit gaat, weet hij écht hoe een product in elkaar steekt."

Veelomvattend

Zowel particulieren als bedrijven kunnen bij Bookelaar terecht voor een compleet pakket aan financieel advies. Het komt regelmatig voor dat mensen aangenaam verrast zijn door de diversiteit in dienstverlening van het adviesbureau. "Vaak hebben mensen niet in de gaten wat allemaal tot hun financiële pakket behoort. Natuurlijk denkt iedereen meteen aan administratie, boekhouding en belastingaangiften. Maar ook verzekeringen, hypotheek en pensioenvoorzieningen horen bij een goede financiële planning. Groot voordeel is dat wij kunnen adviseren over alle aspecten van de financiële 'huishouding' van bedrijven en particulieren. Juist daardoor kunnen we dwarsverbanden leggen tussen de verschillende financiële aandachtspunten. Dat vormt onze belangrijke meerwaarde. Zeker in bijzondere gevallen - zoals bij bedrijfsopvolgingen, echtscheiding of erfenissen - is het verstandig om alle zaken eens goed op een rij te zetten. Daarnaast is het voor bedrijven erg belangrijk om op basis van betrouwbare en financiële gegevens en eerlijke adviezen de koers voor de komende periodes vast te leggen," legt John Bookelaar uit.

producten inhouden en wat ons financieel advies is. Als iemand hier de deur uit gaat, weet hij écht hoe een product in elkaar steekt," aldus John Bookelaar. "Deze ervaring geeft ons op de huidige markt een voorsprong. We zijn al gewend om op deze zakelijke basis te werken binnen een overigens verder zeer persoonlijke relatie met onze klanten."

Fiscaal abonnement

Veel klanten staan enigszins huiverend tegenover het nieuwe systeem. Ze vrezen dat ze voor elke vraag een rekening gaan krijgen. Maar zo werkt het bij Bookelaar beslist niet. "We willen laagdrempelig werken. Daarom bieden we interessante abonnementen aan. Daarbij voeren we voor een vooraf vastgesteld jaartarief een aantal diensten uit en beantwoorden we alle vragen die bij die dienstverlening horen. Daardoor willen en kunnen we snel reageren op veranderende omstandigheden of prangende vragen. Ook binnen een abonnement kiezen we trouwens heel bewust voor maatwerk. Want de persoonlijke situatie is en blijft het uitgangspunt van al onze werkzaamheden!"

Wilt u weten wat Bookelaar in uw persoonlijke situatie kan betekenen? Neem dan gerust contact op!

Omslag

Bookelaar Financieel Adviesbureau telt tien medewerkers, die allemaal een gedegen opleiding hebben gevolgd. Ook heeft het bedrijf een gecertificeerd financieel planner (FFP'-er) en twee erkende hypotheekadviseurs in dienst. Deze erkenningen zijn een waarborg voor de integriteit, kwaliteit, deskundigheid en ervaring van Bookelaar op deze terreinen. Overigens vormen deze eigenschappen het fundament van het succes van Bookelaar. Maar het adviesbureau gaat een stap verder. "De nieuwe Wet op het financieel toezicht (Wft) stelt eisen aan de betrouwbaar-

heid en transparantie van financiële dienstverleners, zoals administratiekantoren, accountants, financiële planners en hypotheekverstrekkers. Een belangrijke omslag is dat het provisie-systeem verdwijnt, wat de onafhankelijkheid van financieel adviseurs beter waarborgt. Klanten krijgen dus voortaan een factuur voor advies en andere dienstverlening. Juist dat bevordert de transparantie in onze branche. Omdat wij al jarenlang financieel advies verstrekken, zijn we al gewend aan deze onafhankelijke werkwijze. Net als het feit dat we iedereen in begrijpelijke taal kunnen uitleggen wat financiële



John Bookelaar
Directeur
jbookelaar@bookelaar.nl

Bookelaar Financieel
Adviesbureau B.V.
Dikkenbergstraat 1
Postbus 1750
5602 BT Veldhoven
Tel: 040 – 235 85 85
www.bookelaar.nl



ACCOUNTANTS &
BELASTINGADVISEURS

Heeft u 'm

Wie heeft de Mini Cooper van Brabant Onderneemt nog niet gespot in het Brabantse straatbeeld of op een van de vele regionale evenementen? Met zijn opvallende rode kleur vormt deze stijlvolle auto reeds een aantal jaren het paradepaardje van het zakelijk platform en is zij inmiddels onlosmakelijk verbonden met de werking van Brabant Onderneemt.

Sinds de Mini Cooper in 2008 haar intrede heeft gedaan, hebben inmiddels een groot aantal bedrijven en instellingen gebruik gemaakt van de herkenbaarheid en de unieke Brabantse uitstraling van het promotievoertuig. De vele positieve reacties tonen aan dat de Mini Cooper haar doel niet gemist heeft!

Per 1 maart van dit jaar is de Mini Cooper van een nieuwe belettering voorzien en pronken de bedrijven opnieuw met hun logo op de stoere vierwieler. Let u volgende keer extra goed op wanneer u een rode auto voorbij ziet rijden. Het zou zo maar eens de Mini Cooper van Brabant Onderneemt kunnen zijn...



al gespot?



holla
advocaten



heijmans



Telecomnota € 500,- hoger ...?@#!



TIP

E-mail op uw toestel, dat is mooi en dat tegen acceptabele kosten. Voor nog geen 10 Euro per maand onbeperkt datagebruik in Nederland. Maar pas op! In het buitenland versturen of ontvangen van documenten vanaf uw toestel kost al snel € 2,00 per verbruikte Mb!

Voordat u met vakantie gaat:

- kijk kritisch naar uw abonnementsvorm;
- zorg voor de juiste instellingen van uw toestel.

De telecomtechnologie ontwikkelt zich in een razend tempo en dat daarmee voordelen te behalen zijn, willen de leveranciers maar al te graag laten weten. Met veel tam tam wordt de aandacht getrokken met spectaculaire, maar tegelijk ondoorzichtige aanbiedingen. Daar sta je dan als ondernemer: je weet hoe belangrijk telecommunicatie voor je bedrijf is, maar welke keuze moet je maken...

KCT bekijkt onafhankelijk en vanuit ondernemersperspectief de mogelijkheden met communicatietechniek. Onafhankelijk van telecomleveranciers en op basis van jarenlange ervaring, werkt KCT naar een optimale telecomomgeving. Dit doet KCT op een open en heldere manier, met als doel een langetermijnrelatie.

KCT - TelecomScan

De basis voor een optimale telecomomgeving is de telecomscan. Deze scan omvat een inventarisatie en analyse van de mobiele telefonie, de vaste (telefoon-)lijnen, de data- en internetverbindingen en de telefooncentrale(s). Ook nevenvestigingen, thuiswerkplekken en/of mobiele werkers worden hierin opgenomen. De telecomscan geeft inzicht in het telecomgedrag en de -kosten.

Een grote kostenpost: Mobiele Telefoon

Een groot gedeelte van de communicatiekosten komt voor rekening van de

De markt voor mobiele telefonie is complex, ondoorzichtig en volop in beweging.

mobiele telefonie en deze kostenpost neemt nog altijd toe. De markt voor mobiele telefonie is complex, ondoorzichtig en volop in beweging. Denk bijvoorbeeld aan de kosten voor mobiel gebruik tijdens de vakantie en dan vooral de datakosten. KCT helpt u de optimale keuze te maken en neemt tevens het beheer van telecom uit handen. Maak een afspraak 06-17848383 voor een vrijblijvende Telecomscan.



John Koelen

Eigenaar
info@kct-communicatie.nl

KCT-communicatie
Eeuwelsestraat 1
5674 NR Nuenen
Tel: (06) 17 84 83 83
www.kct-communicatie.nl



De zaak op zak met KPN: mobiel bellen, agenda en onbeperkt e-mail & internet

Nu 1 jaar ~~27,60~~
13,80 /mnd

Nokia E72



Vanaf € 0,-

- Qwerty-toetsenbord en geavanceerde muis
- Gratis mobiele navigatie
- Altijd up-to-date door push e-mail en agenda

Nokia N97 mini



Vanaf € 0,-

- Uitschuifbaar Qwerty-toetsenbord met kantelbaar touchscreen
- Gratis mobiele navigatie
- Gepersonaliseerd startscherm

HTC Touch Pro2



Vanaf € 0,-

- Uitschuifbaar Qwerty-toetsenbord met kantelbaar touchscreen
- Gesprekken, sms en e-mail per contact geordend
- Windows phone met Word, Excel, PowerPoint

Deze actie loopt van 1 mei t/m 30 juni 2010. Vraag naar de voorwaarden. Genoemde prijzen zijn excl. btw.
Deze actie geldt bij een 2-jarig BedrijfsFlexibel abonnement i.c.m. een 2-jarig Pocket Internet Zeker abonnement.



KCT-communicatie

Eeuwsestraat 1

5674 NR Nuenen

T 06 - 17 848 383

F 0847 - 275 628

E info@kct-communicatie.nl

I www.kct-communicatie.nl



HET EERSTE JAAR
50% KORTING
OP JE BEL + SMS + WEB ABONNEMENT

vodafone

Wat zakelijk golfen kan betekenen voor uw onderneming?



Golf is niet alleen maar een recreatieve sport. Het is de luxe lunch van de moderne beroepsbevolking, dé levendige plek waar zaken worden gedaan. Zakelijk golfen in Nederland heeft de afgelopen jaren volop zijn intrede gedaan. Duizenden bedrijven, van MKB tot multinational, zetten de golfsport succesvol in om duurzame relaties op te bouwen met nieuwe en bestaande klanten.

Naast dat golf een plezierig tijdverdrijf is, is één van de belangrijkste redenen voor ondernemers, dat op de golfbaan de basis kan liggen van grote zakelijke successen. Bij bestuursvoorzitters oftewel CEO's uit de Verenigde Staten is het gebruikelijk dat zij hun personeel stimuleren om golflessen te volgen. Langzamerhand is de mening van veel zakelijke golfers dat ook in het Nederlandse bedrijfsleven de beheersing van het golfspel bijna onmisbaar geworden is.

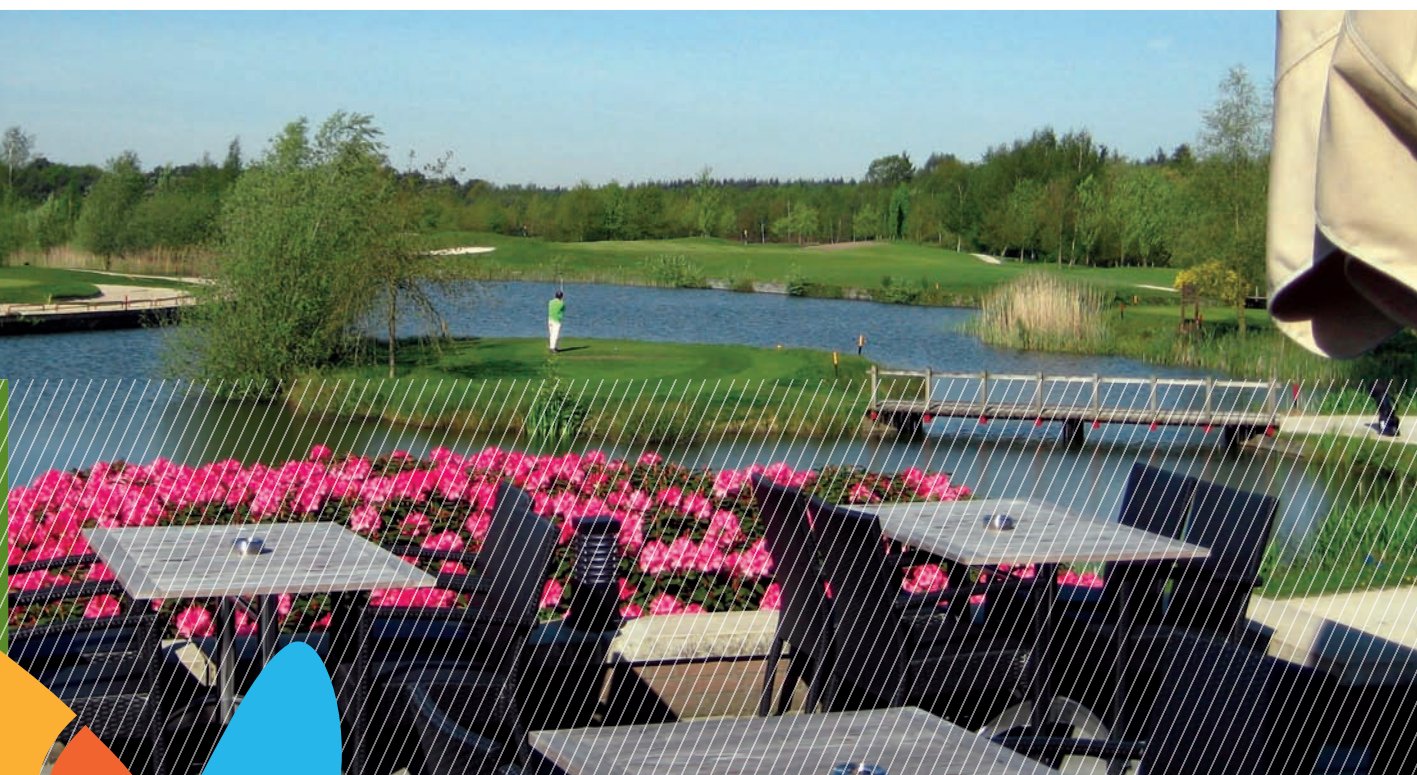
Maar niet alleen het zakelijk golf kent zijn triomfen. De psychologie van het golfen is intrigerend. Je leert nergens iemand zo goed kennen als tijdens een partijtje golf. Het is niet voor niets dat het bedrijfsleven daarom de golfbaan heeft gevonden als plaats om zaken te doen. Een ontspannen en vaak bijzonder mooie omgeving, een leuk spel, heerlijk eten en (het belangrijkste) een waanzinnig inzicht in de belevingswereld van je relatie. Waar anders krijg je in vier uur

het inzicht of iemand volgens de regels speelt of sjoemelt, of iemand sportief is, met het mes op tafel speelt, iemand anders een kans geeft, competitief is, zichzelf overschat of juist onderschat? Tijdens het golfen leer je iemands persoonlijkheid meer kennen dan tijdens een gewoon gesprek. Uit de praktijk blijkt dat deals dan ook zijn gestrand door slecht gedrag op de golfbaan. Een speler die smijt met zijn clubs wekt weinig sympathie. En daar is

het rondje golf nou juist wel voor bedoeld.

In hoeverre bent u in staat een band te smeden met uw flightgenoten? Bent u een goede gastheer? Verstaat u de kunst het anderen naar de zin te maken? Allemaal vragen die een zakelijke relatie zichzelf moet stellen voordat hij zijn relatie uitnodigt op de golfbaan. Tijdens een zakelijke afspraak op de golfbaan is het niet van belang de deal te sluiten tijdens de 18 holes durende ronde. Dit weerhoudt u ervan te genieten van de omgeving en daarmee kunt u uw partner een ongemakkelijk gevoel geven. En dit is wel het laatste wat u wilt bereiken met een zakelijk rondje golf. Als BurgGolf zouden wij zakelijk golfend Nederland hiervoor wat tips mee willen geven. Zo is geduld een schone zaak. Haast u niet met het sluiten van deals voor de 5e hole of na de 15e hole. Dit komt uw speeltempo niet ten goede. Zes uur op een golfbaan rondlopen is te lang. Zakelijk golfen is een zes uur durend verkooppraatje, maar dit is inclusief het kopje koffie vooraf en een





drankje of diner na de tijd. Behandel relaties zoals zij behandeld willen worden. Besteed aandacht aan de persoonlijkheid. In verdere onderhandelingen zullen ze u wel beter leren kennen. Leg de focus op resultaten, en met de resultaten bedoelen we niet de golfscore. Denk voor het begin van de ronde goed na over wat u hoopt dat uit

Tijdens het golfen leer je iemands persoonlijkheid meer kennen dan tijdens een gewoon gesprek.

deze zakelijke afspraak komt. Werk doelen uit en hoe u van plan bent deze te bereiken op de golfbaan. Het is een essentieel onderdeel voor het zakelijk golfen, het is de sleutel tot succes. Net als een pre-shot routine voor een goede



prestatie tijdens een rondje golf. Uit onze ervaringen is gebleken dat veel ondernemers op zoek zijn naar manieren om het golfspel nog effectiever in te zetten voor de groei van hun onderneming. BurgGolf biedt het bedrijfsleven optimale kansen als het gaat om zakelijk golfen. Niet alleen door te zorgen voor aantrekkelijke speelmogelijkheden op acht fantastische golfbanen, maar ook door een actieve golfbusinessclub, golfopleidingen, restaurant- en vergadermogelijkheden, etc. Kortom BurgGolf

verzorgt alle facetten om het zakelijk golfen tot een succes te maken, waardoor u en uw relaties onbekommerd kunnen genieten.



Willemijn Lips
Manager
willemijn@Burggolf.nl

BurgGolf Gendersteyn Veldhoven
Locht 140
5504 RP Veldhoven
Tel: (040) 230 01 34
www.burggolf.nl



TIP

Zakelijk golfen:

Geef uw relaties de mogelijkheid te genieten en geniet er zelf ook van. Dan volgt succes vanzelf!


BurgGolf

Voor sportman Remko Bicentini zijn voetbal en ondernemen onlosmakelijk met elkaar verbonden. De voormalig NEC speler richtte Bicentini Training & Advies op om hierin zijn werkzaamheden als trainer en zijn stichtingen in onder te brengen. Voor zijn werk reist hij zeker zes keer per jaar af naar Nederlandse Antillen. Dan gaan zijn mobiel en notebook met Wi-Fi en internet overal abonnement natuurlijk mee. 'Zowel voor de stichtingen als voor mijn trainerschappen ben ik altijd bereikbaar, telefonisch of via internet.' Wat hij doet om tot rust te komen? 'Ook sporten, daarmee voel je je fitter en daardoor ben je gemakkelijker de persoon die je wilt zijn.'

Topsport en ondernemen

Altijd willen winnen

Op vijfjarige leeftijd begon Remko zijn sportcarrière bij s.v. Hatert in Nijmegen. Daarna ging het snel. Op zijn twaalfde werd NEC zijn club, waar hij nog geen vier jaar later een contract als betaald voetballer mocht ondertekenen. 'Als je al zo jong op hoog niveau sport leer je veel over discipline en doorzetten, dat probeer ik nu als trainer van de Beuningse Boys en de Nederlandse Antillen ook aan mijn jongens over te brengen.' Rond zijn 35ste begon Remko zich te verdiepen in het trainersvak. Geen slechte keuze want het bracht hem tot assistent bondscoach van het nationale

team van de Nederlandse Antillen. Leen Looijen zag zijn talent en ervaring en nam hem op in zijn technische staf.

Dit betekent wel dat er regelmatig afgereisd moet worden naar de Nederlandse Antillen. Maar ook daar blijft zijn werk doorgaan en is er regelmatig contact met het thuisfront, via e-mail en skype. 'Het voordeel van een notebook met Wi-Fi en Skype is dat ik in het buitenland gewoon kan doorwerken zonder dat ik van dure buitenlandse internet- beldiensten gebruik hoeft te maken.' Ook voor zijn andere werkzaamheden is hij veel onderweg in Nederland zelf, waar hij via een dongel met internet overal werkt, gewoon voor een vast bedrag per maand. 'Voor de stichtingen en mijn spelers wil ik altijd bereikbaar zijn, het is voor mij ondenkbaar dat ik niet zou kunnen bellen of mailen als ik dat wil.'

Willen winnen

'Het klinkt cliché maar ondernemen is topsport en topsport is ondernemen. Ik leer mijn spelers altijd dat je met sport omgaat zoals met je werk, en vice versa. Je moet altijd willen winnen, en dat

vereist training, discipline en de ambitie om er het beste van te maken.' Bicentini weet uit eigen ervaring dat succes niet alleen een kwestie is van geluk. 'Of je nou topvoetballer wilt

'Voor de stichtingen en mijn spelers wil ik altijd bereikbaar zijn, het is voor mij ondenkbaar dat ik niet zou kunnen bellen of mailen als ik dat wil.'

worden of een succesvolle onderneming wilt opzetten, je moet bereid zijn veel tijd en moeite te willen investeren in je doel. Je moet gewoon altijd willen winnen, daar draait het om.'

Caribbean Stars

Dat winnen niet altijd alleen eigenbelang hoeft te zijn blijkt uit het feit dat Bicentini de Fundashon Bicentini en de Dutch Carribbean Stars oprichtte. De Fundashon Bicentini is een Stichting die zich op de Nederlandse Antillen inzet om kansarme en bijzondere jongeren de kans te geven zich te ontwikkelen door te sporten. De Fundashon is bezig met de bouw van een groot sportcentrum op Curacao waar jongeren dan terecht



Remko Bicentini



kunnen en les kunnen krijgen. 'Sporten is zo belangrijk voor je ontwikkeling. Je voelt je er fitter door en hierdoor blijf je zowel geestelijk als lichamelijk sterk. Dat geldt niet alleen voor topsporters en ondernemers, maar juist ook voor jeugd.' De Dutch Caribbean Stars is een voetbalstichting die deelneemt aan benefietwedstrijden met in Nederland spelende voetballers afkomstig uit de Nederlandse Antillen en Aruba. De opbrengsten hiervan komen ook ten goede aan sportprojecten voor jeugd op de Nederlandse Antillen en Aruba. 'Deze Stichtingen zijn erg belangrijk voor mij, we zijn constant bezig met het werven van ambassadeurs en sponsors. De websites zijn hier een belangrijke spil in, die zijn toch het visitekaartje.'

Passie

Bicentini kan als sporter niet zonder zijn mobiel en zijn notebook. 'Ik ben veel onderweg maar ook als ik op het voetbalveld sta wil ik bereikbaar zijn en mail kunnen ontvangen en sturen.' Als trainer kan hij veel van zijn ervaring doorgeven aan 'zijn' voetballers. Voor hem is het ideaal dat zijn passie, voetbal, ook zijn werk is. 'Ja, voetbal is,



TIP

Internet Overal

Overal online werken is geen kunst meer tegenwoordig, maar het moet wel geregeld worden. Bovendien is het zonde om een compromis te moeten sluiten als het gaat om de snelheid van internet. Juist onderweg is het belangrijk dat je snel en probleemloos kunt mailen, surfen en skypen. Door te klankborden met ondernemers kwam Tech Depot met het 'Internet Overal' pakket. Bij aankoop van de nieuwste notebooks kun je een betaalbaar internetabonnement afsluiten zodat alles in een keer geregeld is. Voordeel is ook dat er binnen Nederland een vast maandbedrag is, dus geen verrassingen aan het einde van de maand. Op www.techdepot.nl staat halverwege de homepage een banner naar meer informatie over 'Internet Overal'.



Paul Bergsma
Director Tech Depot Europe
paul.bergsma@officedepot.com

na mijn gezin en familie, het belangrijkste in mijn leven. Zo lang ik wil blijven winnen op zakelijk gebied weet ik dat het goed zit.'

Meer informatie?

www.techdepot.nl
www.fundashon-bicentini.org
www.dc-stars.nl

Techdepot.nl
Office Depot Europe B.V.
Columbusweg 33
5902 RG Venlo
Tel.: (0900) 33 44 44 44
www.techdepot.nl

TECHDEPOT
an Office DEPOT company

Regelmatig hoor je: "Ik heb een idee!", maar ja en dan? Er zijn ideeën genoeg, maar in de praktijk wordt er vaak niets mee gedaan. Zonde, want veel ideeën zijn juist erg goed te realiseren. De vraag is alleen: hoe pak je dat dan aan? Van brainstorm tot concept en van marktonderzoek tot productie: tips over hoe je van je idee een succesvol product kunt maken.

Iedereen heeft wel eens een idee. En dan?

Het begint natuurlijk allemaal met een gezonde ambitie en de juiste motivatie. Afhankelijk van wat je met je idee wilt, moet je je eerst afvragen óf je het idee verder wilt realiseren. Als je daarop kunt antwoorden met "ja", kun je de volgende stappen zetten om dichterbij de realisatie van je idee te komen.

Stel je vervolgens de vraag: "Wat heb ik ervoor over?" Zowel qua tijd, als qua investering in euro's. Als dat helder is,

zul je je een doel moeten stellen en moeten onderzoeken of het idee misschien al bestaat. Dit betekent dat je eerst een tijdsinvestering moet doen voordat je geld gaat investeren. Surf eens op het internet en probeer in verschillende richtingen te zoeken. Kom je niets tegen? Dan is er een kans dat jouw idee uniek is. Praat ondertussen met zo min mogelijk mensen over je idee, of alleen met diegenen die je echt vertrouwt.

Daarna is het belangrijk je af te vragen of het product een technische vernieuwing is. Zo ja, dan zijn er kansen om het te octrooieren. Daarnaast zijn er nog mogelijkheden om het model of het concept te beschermen. Hiermee voorkom je dat anderen er met jouw idee vandoor gaan. Let wel op, want al deze vormen van bescherming kunnen aardig wat geld kosten.

Heb je grondig vooronderzoek gedaan? Dan kun je de volgende stap zetten: het schrijven van een business case. Maak een duidelijke beschrijving van je idee

en vul het aan met zoveel mogelijk tekeningen, afbeeldingen en informatie die je op het internet of elders hebt gevonden. Orden dit goed in een document. Vraag je hierna goed af hoeveel je ervoor over hebt om verder te gaan en hoe groot je de kansen van je idee inschat.

Van brainstorm tot concept en van marktonderzoek tot productie: tips over hoe je van je idee een succesvol product kunt maken

Nog steeds enthousiast en vastberaden je idee daadwerkelijk te willen en kunnen realiseren? Dan is het tijd een externe partij in te schakelen die je verder kan helpen met de bescherming en uitvoering van je idee of concept. Houd daarbij ook rekening met de stappen die daarna op je af zullen komen. Hoe ga je het bijvoorbeeld produceren? En wie gaat het kopen, of verkopen?



Thijs Dorssers
Partner
thijs.dorssers@tdfc.eu

TDFC
Muntplein 14- 0658
5611 TZ Eindhoven
Tel : (040) 266 15 27
www.tdfc.eu



putch[®] 4-in-1 Golfaccessoire



Pitchmarks repareren



Groeven schoonmaken



Marken golfbal



Grip drooghouden

[®]
putch

Wat is de Putch?

De Putch is een nieuw, functioneel golfaccessoire dat iedere golfer binnenkort bij zich zal dragen. Het is een klein, Nederlands product met eindeloze mogelijkheden. Zo combineert de Putch de bekende pitchvork en balmarker, met een clubhoofdreiniger en gripdrooghouter. Deze laatste functie is een unieke toevoeging op het reeds bestaande product en zorgt ervoor dat de grip van de club droog blijft op het moment dat deze even weggelegd moet worden.

Hoe werkt het?

De vier functies op een rijtje:

- 1 Pitchmarks repareren
- 2 Groeven clubblad schoonmaken
- 3 Bal markeren
- 4 Grip van de golfclub droog houden

De Putch als brandingtool

De Putch is hét ideale middel om uw brand te promoten. Het product is voorzien van een afneembare balmarker welke kan worden voorzien van elk gewenst logo of design. Daarmee is de Putch uitermate geschikt als relatiegeschenk.



De personal Putch biedt u als sponsor de kans om uw merk tijdens golfevenementen op een originele en onderscheidende manier onder de aandacht te brengen. En dat niet alleen, want de Putch heeft een blijvend hoge attentiewaarde. Op iedere golfbaan is een speler verplicht een pitchvork en balmarker bij zich te hebben. Door het duurzame karakter en het eenvoudige systeem waarmee de Putch aan de tas bevestigd kan worden, zal uw merk ook daarna nog lange tijd zichtbaar zijn op de Nederlandse greens.

Kijk voor meer informatie op www.putch.nl





Perfectionisme, discipline, een hecht team en een bevlogen coach

Uw organisatie als "Top

Top Bedrijven kiezen feilloos de beste strategie doordat ze buitengewoon kennis hebben van de markt. Ze weten de strategie te realiseren door die in detail te vertalen naar de operatie en deze gedisciplineerd uit te voeren, ondersteund vanuit een hechte cultuur en bevlogen leiderschap. Als één element ontbreekt, wankelt het hele bouwwerk. Als de cultuur niet strookt met het beleid, wordt de strategie niet effectief uitgevoerd.

In sporttermen uitgedrukt hebben Top Bedrijven:

1. Hun oog op het spel, namelijk de klant en de lange termijn, financiële doelen zijn secundair; winst is een voorwaarde voor continuïteit en groei, maar geen doel op zich. Top Bedrijven streven langdurig succes na, geen korte termijn resultaat. Ze rusten bovendien niet op hun lauweren, ondanks hun spectaculaire succes, maar blijven continu verbeteren.
2. Inzicht in het speelveld: een buitengewoon inzicht in de klant en de werkvloer; Top Bedrijven doen er

alles aan om hun klanten door en door te begrijpen en zetten daarbij alle middelen in. Daarnaast hebben ze een helder inzicht in de operatie, ook in de hogere managementlagen. Vaak is het topmanagement oorspronkelijk afkomstig van de werkvloer en is er intensief contact tussen het topmanagement en diezelfde werkvloer. De sleutel zit in de combinatie: doordat klantwensen én operationele afwegingen helder zijn, weten Top Bedrijven niet alleen wat hun klanten willen, maar kunnen ze dat ook op de werkvloer waarmaken.



Bedrijf”?

3. Een 'tweebenige' strategie: ze zijn scherp op kwaliteit én kosten en schalen slim op; Top Bedrijven blinken echter tegelijk uit in meerdere kwaliteitsaspecten én in kosten-beheersing; net zoals topvoetballers niet meer links- of rechtsbenig zijn, maar 'tweebenig'. Top Bedrijven 'mikken precies raak' bij het bepalen welk product ze tegen welke prijs in de markt zetten. Ze maken vervolgens duidelijke keuzes in welke competenties zij moeten uitblinken om die positionering te realiseren en zetten alle nodige middelen en expertise in om daarin een voorsprong te houden.
4. Een feilloze uitvoering: door hoge eisen, gedelegeerde verantwoordelijkheid, een hecht team en een bevlogen coach. Minstens zo belangrijk als het formuleren van de juiste strategie is het effectief en slagvaardig kunnen uitvoeren daarvan. Daarbij zijn zowel de 'harde kant' (organisatie, aansturing, processen) als de 'zachte kant' (cultuur, leiderschap) van belang.

De 'harde' kant van implementatie: perfectionisme en discipline

Top Bedrijven weten hun strategie tot in de haarvaten van het bedrijf door te voeren door tegelijk zowel strak als flexibel te zijn en hebben een kader van perfectionistische eisen die ze intensief trainen en communiceren. Deze eisen zijn vaak op schrift gezet in een document dat als 'de bijbel' van die organisatie fungeert. Tegelijk zijn ze binnen die kaders sterk decentraal georganiseerd met veel verantwoordelijkheid op het laagste niveau, waardoor ze openstaan voor inbreng van onderaf en voor nieuwe kansen en innovaties.

De 'zachte' kant: een hecht team en een bevlogen coach

Top Bedrijven hebben een sterke, vitale cultuur. Er is een drang tot voortdurend vernieuwen en verbeteren, waarbij falen mag. Teamgeest wordt sterk benadrukt, het vertrouwen in de eigen mensen is groot.

Het leiderschap is bevlogen en persoonlijk betrokken en staat dicht bij de werkvloer. De leiders onderscheiden zich door vijf paradoxen, vijf combinaties van ogenschijnlijk tegenstrijdige eigenschappen:

- Obsessieve gedrevenheid en tegelijk uitzonderlijk weinig angst om te falen;
- Met twee benen in de praktijk en tegelijk een 'helikoptervisie' op de toekomst;
- Intensief de eigen ideeën 'zenden' en tegelijk goed kunnen luisteren;
- Perfectionistische eisen stellen aan mensen en tegelijk goed kunnen delegeren;
- Fantastische producten willen maken en tegelijk een oprechte hekel hebben aan verspilling.

Deze tekst is een samenvatting vanuit het boek "Good to Great" van Jim Collins en lessen van langdurige succesvolle bedrijven, "Zomerspelers" van Carol Velthuis. 3Masters wenst u veel sportieve momenten en natuurlijk de uiteindelijke overwinning.



Jan Vermeulen
Partner
j.vermeulen@3Masters.nl

3Masters BV
Zandoerleseweg 18
5507 NJ Veldhoven
Tel: (0622) 901 892
www.3masters.nl

3 M A S T E R S
Haal meer uit uw mensen,
uw talenten van morgen!

Hoe krijgt een ondernemer zijn financiering rond?

Ondernemen is investeren in jouw sport en in jezelf!

Ondernemers hebben het niet altijd even makkelijk wanneer het om het verkrijgen van financiering gaat. Vooral de kleinere en middelgrote bedrijven lijken last te hebben van de terughoudendheid van banken en verzekeraars. De overheid biedt in dit geval een oplossing in de vorm van een microkrediet tot € 35.000. Voor het verkrijgen van financiering is coaching en een goed bedrijfsplan van essentieel belang.

Zie de start van het ondernemen als het starten met een nieuwe sport. Start je een nieuwe sport zonder de hulp van een trainer dan loop je meer risico op blessures. Deze blessures kunnen licht, maar ook ernstig zijn. Wil je aan wedstrijden meedoen, dan moet je je goed voorbereiden, iedere keer weer!

Zo is het ook met ondernemen! Als je gaat ondernemen, ga je elke dag weer een wedstrijd aan: de concurrentiestrijd! Dus: weet wat je doet en bereid je goed voor; immers, de blessures die je oploopt kunnen zeer ernstig zijn!

In 2009 nam het Ministerie van Economische Zaken het initiatief om de microfinanciering in Nederland, met

prinses Maxima als boegbeeld, te ontwikkelen. Het doel van microkrediet is het stimuleren van de kredietverlening voor (startende) ondernemers die krediet en/of coaching nodig hebben. Economische zaken heeft een netwerk van organisaties opgericht: De Microfinanciering-ondernemerspunten.

Het Microfinancieringstraject is in Nederland opgebouwd uit drie onderdelen:

1. Intake & advies vóór de start
2. Microkrediet tot € 35.000,-
3. Coaching na de start

Microfinanciering in Nederland gaat dus verder dan het verstrekken van microkrediet alleen. Het MF-ondernemerspunt is niet alleen een gesprekspartner bij de ontwikkeling van de plannen van de (aspirant)ondernemer, maar biedt ook coaching en training. Je ontmoet er professionele coaches/trainers die samen met de ondernemer bepalen welke combinatie van ondersteuning optimaal is. Zo wordt de ondernemer op

weg geholpen naar een succesvolle onderneming en het maken van een goed plan om financiering aan te kunnen vragen.

“Als je gaat ondernemen, ga je elke dag weer een wedstrijd aan: de concurrentiestrijd!”

Om in aanmerking te komen voor een microkrediet moet een goed onderbouwd plan met visie worden aangeleverd. Voor bestaande ondernemingen moeten de jaarcijfers overlegd worden met een goed onderbouwd plan.



TIP

Kijk eens op www.eigenbaas.nl om te vernemen van welke kredietregeling gebruik kan worden gemaakt!



Tips voor het maken van een goed ondernemingsplan:

- Maak gebruik van een structuur die je helpt aan alle belangrijke zaken van de onderneming te denken.
- Bouw het plan vervolgens logisch op; de ene stap volgt op de andere.
- Onderbouw zaken, doe onderzoek; verkoop geen lucht; je bent er straks zelf de dupe van!
- Praat met verschillende mensen en deskundigen over de plannen.
- Aarzel niet om anderen bij plannen te betrekken. Niet het idee, maar de ondernemer en het idee zijn samen uniek!
- Wees zeer kritisch en lever realistische cijfers aan.

Belangrijkste onderwerpen van een ondernemingsplan:

Een ondernemingsplan begint bij de omschrijving van de ondernemer(s), wat is zijn/haar achtergrond, waar liggen de sterke en zwakke kanten (hoe worden deze opgevangen) en waarom wil men gaan ondernemen. Naast de persoonlijke kant is het ook belangrijk om een goed inzicht te geven in de huidige financiële privésituatie. Uit het plan zal namelijk moeten blijken dat de onderneming voldoende winst na belasting overhoudt om van te kunnen leven.



TIP

Vragen over ondernemen? Bel eens met het MF-ondernemerspunt, de Kamer van Koophandel of Antwoord voor bedrijven.

Daarna volgt een duidelijke beschrijving van het bedrijfsidee, het bedrijfsproces en de markt. Er wordt duidelijk uitgelegd wie de klanten zijn, welke producten en/of diensten er worden geleverd, hoe de producten en/of diensten worden aangeboden en wat er voor gedaan moet worden om de producten aan te leveren. Vervolgens blijkt uit het bedrijfsidee welke investeringen en voorzieningen er nodig zijn om te starten en hoe deze gefinancierd worden. Om aan te kunnen tonen dat het bedrijf levensvatbaar is, wordt een exploitatiebegroting gemaakt. Hierin wordt voor de eerste 3 jaren aangegeven welke te verwachten kosten er zijn om het bedrijfsidee uit te voeren, Het is belangrijk om de opgestelde exploitatiebegroting te vergelijken met branchecijfers. Als laatste wordt een liquiditeitsbegroting gemaakt. Dit is om te beoordelen of de gemaakte kosten ook te betalen zijn. Omzet en kosten lopen namelijk niet gelijk.

Denk eraan; velen zeggen het, maar het is echt waar: "Ondernemen is topsport, dus bereid je goed voor en blijf in conditie."



Sigrid Kauffman-van Doorn
Directeur
info@werkadvies.com

WerkAdvies BV
Kanaaldijk Zuid 17
5611 VA Eindhoven
Tel.: (040) 212 71 21
www.werkadvies.com



Stel, u wilt een relatie bellen. Uw visitekaartjes liggen op een andere plek dus kijkt u op het LinkedIn profiel van uw relatie. Helaas, u bent nog niet met deze persoon verbonden en de profielpagina geeft u verder geen informatie. Herkenbaar?



LinkedIn als actueel en interactief relatiesysteem.

Hoe actueel is uw LinkedIn profiel?

Nu andersom... Bent u zich bewust van de vindbaarheid van uw contactgegevens? Kunnen uw relaties makkelijk uw telefoonnummer en email adres vinden? Wanneer u op zoek bent naar nieuwe klanten dan wilt u uw contactgegevens niet alleen voor bestaande relaties zichtbaar maken (Tip 1). Juist voor het vinden van nieuwe klanten wilt u het deze groep gemakkelijk maken u te bereiken middels telefoon of email (Tip 2).

LinkedIn gebruiken begint allereerst met een actueel, relevant en representatief profiel. U vult uw LinkedIn profiel zo volledig mogelijk in met als doel contact maken met mensen die uw expertise nodig hebben. Dus zult u in uw profiel duidelijk moeten maken waar mensen u voor kunnen vragen.



Liesbeth Jansen
LinkedIn trainer | lead generator |
netwerker | promotor
liesbeth@leads2connect.nl

leads2connect
Praagsingel 25
3404 CW IJsselstein
Tel: (06) 16866071
www.leads2connect.nl

De mensen waardoor u gevonden wilt worden zullen u zoeken via Google of LinkedIn. Uw vindbaarheid verbetert u door uw LinkedIn profiel te optimaliseren. Richt u bij het invullen van uw LinkedIn profiel zo specifiek mogelijk door in de teksten van uw LinkedIn profiel gebruik te maken van maximaal 3 steekwoorden (keywords). U kunt deze zo vaak als mogelijk terug laten komen in uw teksten. Bijvoorbeeld in de:

- Summary (zonder jargon)
- Specialties (met jargon)
- Description (Positions)
- Interests

Daarnaast kunt u op LinkedIn veel doen om uw profiel interessant te maken voor de bezoeker van uw profiel. U kunt relevante content delen door gebruik te maken van LinkedIn [Applications], zoals bijvoorbeeld:

- inhoudelijke presentaties delen middels [Slideshare] en [Google presentations]
- kennis documenten delen middels [Box.net]
- zet een [Poll] uit in uw netwerk om tot dialoog te komen

Kijk niet vreemd op als mensen u naar aanleiding van deze content zullen benaderen, want het actueel houden van uw contact gegevens geven daar aanleiding toe!



TIP

Actualiseer nu uw contactgegevens voor uw eerste lijn relaties via:

- 1) Hoofdnavigatie: [Profile] [Edit My Profile]
- 2) Scroll naar beneden naar het onderdeel [Personal Information]
- 3) Klik op [Edit] en vul uw zakelijke telefoonnummer in en eventueel uw zakelijke bezoekadres en Skype adres
- 4) Klik op [Save Changes] om de informatie op te slaan



TIP

Maak uw contact gegevens openbaar in het LinkedIn onderdeel [Summary] om zo ook andere geïnteresseerden, buiten uw eerste lijns relaties om, de mogelijkheid te geven u eenvoudig te bereiken.

Speciale zomeractie: in de kijker & in de bubbels...

Brabant Onderneemt pakt deze zomer uit met een unieke actie!



Indien uw organisatie een artikel plaatst in de volgende editie van Brabant Breed, geniet uw organisatie niet enkel publiciteit, maar ontvangt zij tevens een cadeaubon t.w.v. **€ 195,-**

Met deze cadeaubon kan gratis twee dagen lang gebruik worden gemaakt van een stijlvolle jacuzzi, die bovendien gratis wordt geïnstalleerd binnen Noord-Brabant!

Ook kunt u met deze cadeaubon uw medewerkers, kennissen of (zaken)relaties op een originele wijze verrassen.



Cadeaubon
te verzilveren bij huureenbubbelbad.nl
**Een heerlijk ontspannen
weekend bubbelen!**
(t.w.v. € 195,-)

Bel voor de reservering 040-266 1525

Wilt uw bedrijf gebruik maken van deze speciale actie? Neemt u dan snel contact op met de redactie via **040-2661528** of mail ons via **mail@cuvado.nl**



Personato Werving en Selectie naar nieuwe locatie aan A73

Opbrengst giften bij opening pand gaan naar het goede doel!

Een nieuwe mijlpaal in het 8-jarig bestaan van Personato Werving en Selectie: de nieuwe huisvesting, pal aan de A73 in Venray. Personato wil graag wat betekenen voor de maatschappij. Daarom is voor de opening gekozen om de ontvangen giften te doneren aan de Special Olympics 2010. Het resultaat mag er zeker zijn.

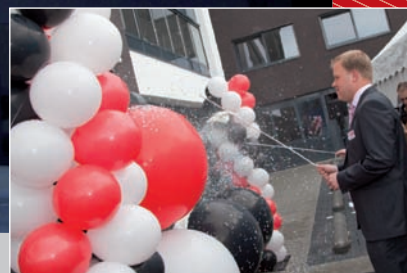
Personato bestaat inmiddels uit 33 medewerkers, die werken in 10 specialismen. De organisatie is regionaal begonnen, maar inmiddels werkzaam in de provincies Limburg, Noord-Brabant, Gelderland en Overijssel. Personato assisteert bedrijven bij een kwalitatieve en doelmatige werving en selectie van hun personeel op MBO-, HBO- en Academisch niveau. Daarnaast helpt Personato werkzoekenden aan een nieuwe stap in hun carrière. Veelal mensen die vertrouwelijk en oriënterend op zoek zijn naar een nieuwe uitdaging.

Opening nieuwe pand

Op 7 mei jl. was de officiële opening van het nieuwbouwpand van Personato.

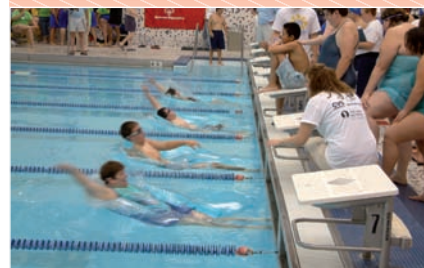
Verdere uitbreiding op de vorige locatie was niet mogelijk, dus moest er gekeken worden naar een nieuwe locatie. Het oog viel op een prachtige zichtlocatie aan de A73. Onder het toezien van de vele genodigden werd het pand door de burgemeester van Venray, Hans Gilissen, officieel geopend. Na een gezamenlijke toast kon het feest beginnen en werden de aanwezigen rondgeleid door het nieuwe fraaie onderkomen. In de feesttent kon gezellig worden geborreld.

Voor meer informatie kijk op:
www.personato.nl



Special Olympics 2010

Omdat Personato erg betrokken is met de maatschappij en zeker op sportief gebied, is er voor de opening gekozen om de giften te doneren aan een goed doel, namelijk de Special Olympics 2010: het nationale sportevenement voor mensen met een verstandelijke handicap, gehouden op 4, 5 en 6 juni op verschillende accommodaties in Noord-Limburg. Het uiteindelijke bedrag dat is opgehaald, is een mooie € 3000. De medewerkers van Personato wensen het team van de Special Olympics en natuurlijk de sporters heel veel succes!



Samen werken aan briljante concepten

Idea-engineering voor creatieve ondernemers



Veel ondernemers starten klein. Niet alleen de bedrijfsnaam maar ook het logo wordt zelf bedacht. Sommige ondernemers maken zelfs hun eigen brochure of advertentie. Naarmate het bedrijf groeit wordt ook de communicatie professioneler. Vaak neemt het reclamebureau de creatieve taak van de drukbezette ondernemer over. Toch zijn er veel ondernemers die graag bij dit creatieve proces betrokken willen blijven. Samen je eigen creatieve concept bedenken. Wat weerhoudt u?

In dit artikel leest u hoe u zelf ideeën kunt ontwikkelen. De methode bestaat uit een aantal regels. Door deze toe te passen creëert u een optimaal klimaat om op zoek te gaan naar hét Idee.

Regel 1 Het team

Stel een creatief team samen dat bestaat uit minimaal 2 à 3 personen. Zorg dat één hiervan een professional is, die in staat is samenwerkingsprocessen in goede banen te leiden. Zo heeft hét Idee de meeste kans van slagen.

Regel 2 Briefing en doelstelling

De briefing vormt de aftrap voor het creatieve proces. Schep hierin het kader waarin het team aan de slag kan. Een briefing moet creatieve ruimte geven. Omschrijf duidelijk het reclamationdoel dat u wilt bereiken. Dit voorkomt dat de teamleden afdwalen en verstrikt raken in afleidende ideeën.

Regel 3 Ideeënfase

Geef in deze eerste fase alle ruimte voor ongeremde creativiteit. De teamleden moeten hun fantasie de vrije loop kunnen laten. Let op dat ideeën niet worden afgeremd door kritiek. Pas in de evaluatiefase mag kritiek worden geuit.

Regel 4 Gebruik schetsen

Visualiseer uw idee om het tot de anderen te laten doordringen. Vaak is een eenvoudige schets voldoende

om uw idee tot leven te brengen. Zo'n schets roept associaties op en brengt het team op een speelse manier tot nieuwe ideeën.

Regel 5 Bouw verder op ideeën van een ander

Uw teamlid is geen rivaal in strijd om het beste idee, maar iemand die materiaal biedt om op verder te bouwen. Het gaat erom dat u de ideeën oppakt, ze verder ontwikkelt en weer terug geeft. Zo kom je samen tot betere ideeën.

Regel 6 Durf fouten te maken

Zeg alles wat in u opkomt, hoe stom het ook lijkt. Uw idee kan de basis vormen voor een briljant idee. Mensen die denken dat ze tijdens de creatieve fase alleen iets moeten zeggen als ze het ene juiste antwoord hebben, zetten zichzelf te veel onder druk en remmen hun creativiteit. Durf fouten te maken en lach erom.

Regel 7 Blijf volhouden

Een creatieve sessie heeft vaak een cyclisch karakter. Na een eerste ideeënfase volgt vaak een fase van stilzwijgen. De teamleden zijn dan in een innerlijk zoekproces verwickeld. Vaak zijn er maar een paar woorden voor nodig om het proces weer op gang te brengen. Zo wordt de kans op goede ideeën groter. Dus hou vol en blijf ideeën genereren.

Regel 8 Evaluatiefase

Wacht na een creatieve sessie nog even met het beoordelen van de ideeën. Neem afstand en slaap er een nachtje over. Bekijk ze de volgende dag nog eens kritisch. Werkt het idee? Is het helder en begrijpelijk? Laat ook anderen de ideeën zien en vraag hun reactie. Vraag ieder van het team nog eens naar de ideeën te kijken en ze eventueel te verbeteren. Vaak komen er dan nog spannendere oplossingen boven. Maak uiteindelijk de keuze welke idee(ën) het verdienen om verder uitgewerkt te worden.

Deze methode is gebaseerd op het boek *Creatieve communicatie* van Mario Pricken. Uitgegeven door BIS Publishers, ISBN 90-6369-106-8.



Tom van Zeeland
Art director
tom@torografischontwerp.nl

Toro! Grafisch ontwerp
Hastelweg 252
5652 CN Eindhoven
Tel.: (040) 293 28 70
www.torografischontwerp.nl



Samen(net)werken...

Participanten van Brabant Onderneemt hebben één ding gemeen: een passie voor actief netwerken! Sinds de start van het platform zijn inmiddels een groot aantal zakelijke samenwerkingsverbanden ontstaan tussen deelnemende bedrijven en instellingen uit de provincie. Brabant Onderneemt wil deze samenwerkingsverbanden natuurlijk niet onopgemerkt voorbij laten gaan. In Brabant Breed zal u dan ook met enige regelmaat kunnen lezen over bedrijven en instellingen die elkaar via Brabant Onderneemt hebben gevonden en die om die reden extra in de kijker worden geplaatst.

Vergroten van draagvlak en motivatie



De MediaGarde – Bazelmans AVR

Brabantse alliantie maakt Microsoft Surface toegankelijk voor bedrijven

Het Veldhovense audio-visueel verhuurbedrijf Bazelmans AVR en het Eindhovense mediabureau De Mediagarde hebben de handen ineengeslagen om de toekomst van de computer, de Microsoft Surface-tafel, toegankelijk te maken voor een groter publiek. Deze computer in de vorm van een salontafel biedt gebruikers een nieuwe intuïtieve manier om de interactie met toepassingen aan te gaan. Het samenwerkingsverband tussen beide ondernemingen maakt het voor bedrijven betaalbaar om deze computers van de toekomst nu al op tal van manieren in te zetten.

Bazelmans AVR heeft twee Microsoft Surface-tafels in haar verhuurassortiment opgenomen en heeft hiermee de primeur voor Zuid-Nederland. De MediaGarde draagt zorg voor de vereiste software die aansluit bij het beoogde gebruik van de tafel en denkt actief mee over mogelijke toepassingen. De bedrijven pogen met deze totaaloplossing in één keer alle zorg uit handen te nemen van ondernemingen die de nieuwe techniek willen inzetten.



Toro! Grafisch ontwerp – ArtinSign

Een nieuw creatief concept voor ArtinSign

Toro! Grafisch ontwerp een creatief bureau dat zich bezig houdt met visuele communicatie. ArtinSign al ruim 30 jaar werkzaam op het gebied van reclame en belettering. Beide Eindhovense bedrijven hebben elkaar via Brabant Onderneemt leren kennen. Behalve dat de diensten van de bedrijven in elkaars verlengde liggen, was er ook een wederzijdse persoonlijke klik.

Zo zijn er al een aantal projecten samen gerealiseerd. Het ontwikkelen van een creatief concept voor ArtinSign zelf was er een van. Artin wilde zichzelf eens op een heel andere manier aan haar doelgroep presenteren. Het gekozen concept is dan ook niet zozeer productgericht maar speelt meer in op beleving, een prikkelend beeld dat de aandacht vraagt. Zo zijn er twee fraaie conceptbeelden ontwikkeld met een passende pay-off: *Artin. Laat zien wie je bent!*

De organisaties die een bijdrage hebben geleverd aan deze uitgave:



Uitgave van

Brabant Onderneemt
Postbus 536
5600 AM Eindhoven
mail@brabantonderneemt.nl
www.brabantonderneemt.nl

Hoofdreductie

Brabant Onderneemt

Bladmanagement

PublisherPartners
Hidde van Erp
hidde@brabantonderneemt.nl
Tel. 040-2350250

Redactiemedewerkers

Geert van den Eijnden, Hidde van Erp,
Niels Vanaken, Frank Cuijpers, Thijs
Dorssers, Joke van den Born,
Jan Vermeulen, Nick Bookelaar, Michael
Filemon, Jean-Pierre van Duppen,
Detlef La Grand, John Bookelaar, Maarten
Segers, Bas Woudenberg, Maarten van
Nieuwland, Hans Lotgerink, John Koelen,
Willemijn Lips, Paul Bergsma, Sigrid
Kauffman-van Doorn, Liesbeth Jansen,
Tom van Zeeland.

Advertenties

Cuvado Media & Events B.V.
Contact@cuvado.nl
Tel. 040-2661528

Fotografie

Tom van Zeeland (coverfoto)
Frans van Lieshout Fotografie
Bregje van den Eijnden

Vormgeving

Toro! Grafisch Ontwerp
Bart Heijman Producties

Verspreiding

Brabant Breed wordt verspreid in de
gehele Brabantse regio met een bereik van
meer dan 20.000 bedrijven.

Abonnementen

Voor niet aangesloten participanten van
Brabant Onderneemt: Nederland € 19,95
per jaar excl. BTW. Buitenland op aanvraag.
Losse nummers € 4,95 excl. BTW.

Adreswijzigingen

Adreswijzigingen doorgeven aan
Brabant Onderneemt.

Disclaimer

In verband met mogelijke wijzigingen en
eventuele zetfouten kunnen geen rechten
worden ontleend aan de in deze uitgave
vermelde prijzen en gegevens.

Copyrights

Niets uit deze uitgave mag op welke
wijze dan ook worden veeveelvoudigd
zonder voorafgaande schriftelijke
toestemming van de uitgever en andere
auteursrechthebbenden.

ISSN

Print: 1879-7067
Online: 1879-7075



“Ik droomde al heel mijn leven van mijn eigen onderneming, maar het werd een papierwinkel”

(Roy Ceessens - Directeur Getsmart)

**De overheid helpt ondernemers door het regeldoolhof.
Vanaf nu is er [Antwoordvoorbedrijven.nl](https://www.answervoorbedrijven.nl)**

Op zoek naar die ene subsidie? Snel weten welke regels voor u gelden? De juiste vergunning vinden? Vanaf nu gaat u naar [Antwoordvoorbedrijven.nl](https://www.answervoorbedrijven.nl). Hier ziet u in één oogopslag wat moet, wat mag en wat kan op het gebied van wetten, regels, vergunningen en subsidies.

En hebt u nog vragen? Dan kunt u bellen, mailen of chatten.

Antwoord[®] voor bedrijven