

Future-Proof Retail

Zelftest ondernemer- schap



Rainer Hensel
Lectoraat Duurzame
Talentontwikkeling

DE HAAGSE
HOGESCHOOL

Future-Proof Retail zelftest ondernemerschap

In dit boekje worden nieuwe ondernemerskwaliteiten in de retail beschreven. Bekijk het filmpje op cando.academy/videoanton voor meer achtergrondinformatie!

We hebben, op grond van wetenschappelijk onderzoek in de retail een korte zelf-scan ontwikkeld. Met behulp van deze scan kunt u binnen ongeveer 5 minuten een betrouwbaar inzicht krijgen in uw eigen innovatieve ondernemerskwaliteiten. Het gaat om de volgende drie kwaliteiten:

- 1) **Creativiteit:** *het gericht inzetten van innovatieve denkprocessen*
- 2) **Business-denken:** *een continue zakelijke alertheid om innovatief en doelgericht het winkelaanbod te vernieuwen of te verbeteren, gebruikmakend van analysetechnieken voor de (nieuwe) business*
- 3) **Inspirerend netwerken:** *het gericht contact zoeken met andere ondernemers en klanten, om inspiratie op te doen voor de doorontwikkeling van zakelijke ideeën, of om strategische samenwerkingen aan te gaan met andere ondernemers.*

1) **Creativiteit** levert de input voor het innoverend toepassen van het zakelijke business-denken. De ondernemer experimenteert steeds met nieuwe producten, diensten en business-modellen. Hierbij bewaakt hij, dat zijn zakelijke initiatieven wel uniek en bijzonder zijn.

2) **Business-denken** als ondernemerskwaliteit houdt in, dat men steeds actief en initiatiefrijk is om het product- of dienstenaanbod te verbeteren. Centraal staan de eigen talenten en capaciteiten, die men op een commerciële wijze inzet om bijzondere producten/ productkeuzes of diensten te ontwikkelen. Deze hebben een belangrijke kwaliteit: ze leveren een krachtige meerwaarde voor de klant.

3) **Inspirerend netwerken:** De twee bovengenoemde kwaliteiten moeten ondersteund worden doordat de ondernemers naar buiten treedt, inspiratie zoekt en zijn ideeën toetst. Het belangrijkste doel van het netwerken is het verder uitwerken, verbeteren en stapsgewijs praktisch ontwikkelen van nieuwe zakelijke ideeën. Dit proces wordt uitgevoerd totdat de nieuwe producten/ diensten overtuigende en vooral unieke kwaliteiten hebben die klanten aanspreken en strategische partners aantrekken.

Welke van deze kwaliteiten bezit u al? Welke zouden verder ontwikkeld kunnen worden? Beoordeel uzelf, met behulp van de test in dit boekje.

Veel succes & nieuwe inzichten!

Kwaliteit 1 - De creatieve ondernemer: het gericht inzetten van innovatieve denkprocessen

1= helemaal mee oneens; 2= mee oneens; 3=neutraal; 4= mee eens; 5= helemaal mee eens.

Vul hier in!



1. Ik ben heel creatief als het gaat om het bedenken van winstgevende producten of diensten voor mijn winkel.	
2. Ik zit vaak boordevol ideeën voor nieuwe, unieke producten en/of diensten.	
3. Ik experimenteer regelmatig met vernieuwende producten en/of diensten in mijn winkel.	
Som van alle 3 stellingen: totaal =	

Totale score op kwaliteit 1 – ‘De creatieve ondernemer’	
<p>Uit onderstaand schema kunt u opmaken of uw score hoog of laag is:</p> <p style="text-align: center;">3-6 = zeer laag; 7-9 = laag; 10-11 = gemiddeld; 12-13 = hoog; 14 en hoger = zeer hoog!</p> <p>Schrijf hier uw score op en geef aan wat uw gedachten hierbij zijn!</p>	

Belangrijk

1: Een *zeer lage* en een *lage* score is een indicatie voor een aandachtspunt om als ondernemer door te leren.

2: Ook een *gemiddelde* score kan een aandachtspunt zijn om uw effectiviteit als ondernemer te verbeteren. Een ondernemer moet immers uitblinken om zich te kunnen onderscheiden en ook in de toekomst future-proof te zijn.


Creativiteit

Succesvol ondernemerschap vereist creativiteit bij het herkennen van kansen, om vervolgens kansen 'te pakken' door ze in mooie of bijzondere producten, diensten of winkelformules te vertalen. Alleen het toepassen van zakelijke concepten (business-denken) leidt niet tot succes! Het succesvol toepassen van zakelijke analysetechnieken tijdens het ontwikkelen van een innovatieve retail-strategie vereist creativiteit en "out-of-the-box" denken. Creativiteit levert de nodige input voor het succesvol ontwikkelen van een zakelijke strategie. Het ene kan niet zonder het andere, succesvol ondernemerschap in de retail is gebaseerd op een combinatie van 1) creativiteit en 2) business-denken.



Wij kunnen ons goed voorstellen, als u laag of zelfs gemiddeld scoort, dat u zichzelf afvraagt, hoe versterk ik mijn creatieve kwaliteiten?

➡ Bewustwording van je zwakke kanten is al het halve werk. Deze bewustwording leidt vaak al tot een gerichte persoonlijke ontwikkeling. Wees alert en stimuleer uw creativiteit. Bij het ontwikkelen van nieuwe producten/diensten voor uw winkel, stel uzelf de vraag: is dit inderdaad vernieuwend? Wissel hierbij ook van perspectief en ga in de stoel van uw klant zitten, in die van de concurrentie, of ga helemaal buiten de grenzen van inkopen/verkoop nadenken over nieuwe manieren om je klant te helpen.

 **Tracht na te gaan: zouden mijn ideeën mijn klanten of mijn concurrenten verrassen? Probeer, zoals dat zo mooi heet, 'out of the box' te denken. Tracht uzelf te motiveren en te inspireren tot zakelijke ideeën die uw klanten en de concurrentie kunnen verrassen. Ga vervolgens regelmatig een grote hoeveelheid nieuwe ideeën genereren. Dit is niet voor niets een van de belangrijkste brainstorm technieken. Ontwikkel eerst veel vernieuwende ideeën en selecteer dan pas wat bij u en uw klanten past.**

Kwaliteit 2 - Business-denken: het toepassen van zakelijke business-analyse vaardigheden

1= helemaal mee oneens; 2= mee oneens; 3=neutraal; 4= mee eens; 5= helemaal mee eens.

Vul hier in!



1. Ik ben een ondernemer met een duidelijke visie op hoe nieuwe producten of diensten bij de klanten van mijn winkel aan zouden kunnen slaan.	
2. Het lukt me bijna altijd om een goede inschatting van de risico's te maken, die met mijn zakelijke ideeën verbonden zijn.	
3. Ik ben een ondernemer die het vaak goed lukt om bij ernstige tegenslagen toch een oplossing te vinden.	
4. Het is een van mijn talenten om winstgevende producten en/of diensten te bedenken, waarbij men niet al te veel financieel risico loopt.	
5. Het is een van mijn talenten om mijn creatieve ideeën in concrete, winstgevende producten en/of diensten om te zetten.	
6. Ik neem vaak het initiatief om bij anderen feedback en kritiek op mijn zakelijke ideeën te vragen.	
7. Het is een van mijn talenten om bij tegenslagen toch vernieuwende inzichten op te doen om mijn zakelijke ideeën te laten slagen.	
Som van alle 7 stellingen: totaal =	

Totale score op kwaliteit 2 (som van de 7 vragen op de vorige pagina) – ‘business-denken’

Uit onderstaand schema kunt u opmaken of uw score hoog of laag is:

7-18= zeer laag; 19-23 = laag
24-26 = gemiddeld
27-30 = hoog; 31 en hoger = zeer hoog

Schrijf hier uw score op en geef aan wat uw gedachten hierbij zijn!

Ook nu zijn we de volgende twee punten van groot belang:

1. Een *zeer lage* en een *lage* score is een indicatie voor een aandachtspunt om als ondernemer door te leren.
2. Een *gemiddelde* score kan een aandachtspunt zijn om uw effectiviteit als ondernemer te verbeteren. Een ondernemer moet immers uitblinken om zich te kunnen onderscheiden en ook in de toekomst future-proof te zijn.

De volgende vragen staan centraal als men de tweede ondernemerskwaliteit, ‘business denken’, verder wil ontwikkelen:

- ***Wat zijn mijn eigen unieke talenten? Welke zijn commercieel in te zetten?***
- ***Wat zijn mijn eigen unieke capaciteiten, wat kan ik heel goed? Hoe kan ik deze capaciteiten omzetten in nieuwe producten en/of diensten?***
- ***Welke unieke of bijzondere kennis heb ik hiervoor?***
- ***Welke mensen ken ik, en hoe kan ik de kracht van mijn netwerk gebruiken om bijzondere producten en/of diensten te ontwikkelen en aan te bieden?***

- *Ontwikkel je ondernemersvisie op grondslag van uw antwoorden op bovenstaande vragen. Deze visie gebruikt u vervolgens als 'stip op de horizon'.*
- *Ga vervolgens aan de slag, experimenteer! U zult problemen tegenkomen. Het is daarbij heel belangrijk, om dan niet af te haken. Ga na: wat kan ik van deze situatie leren? Wat kan ik verbeteren om effectief met deze frustratie om te gaan? Probeer vernieuwende inzichten op te doen, en, als je het lastig vindt, neem contact op met anderen wiens mening u waardeert.*
- *Neem het initiatief en ga actief op zoek naar feedback. Stel gerichte vragen aan klanten of aan andere ondernemers zodat zij voor u vernieuwende ideeën vinden.*

Belangrijk!

Analyseer: Met welke (combinatie van) nieuwe producten of diensten kan je welke doelen bereiken? Welke middelen, die u als ondernemer onder controle hebt, leiden tot welke doelen?

Bedenk zo meerdere mogelijke toekomsten. Dit wordt ook wel eens een "multi-scenario" genoemd.

Risicoanalyse

Uit het onderzoek is gebleken dat succesvolle retailers/winkeliers een gedegen risicoanalyse maken. De volgende overwegingen kunnen u bij het inschatten van en anticiperen op risico's helpen.

Bedenk een 'worst case scenario': Wat is het allerergste dat er kan gebeuren? Wil ik dit risico lopen?

Kan ik mogelijk risico's vermijden door een creatievere aanpak? Kan ik op een kleinschalige wijze beginnen met het exploiteren van nieuwe producten en diensten? Hoe kan ik op effectieve wijze kansen en bedreigingen herkennen en mij hierop voorbereiden?

Omgaan met frustraties

Naast een gedegen risicoanalyse is het omgaan met frustraties zeer belangrijk voor succes in de retail. Ondernemers die dit lastig vinden, haken vaak bij tegenslag. Ze hebben een sterk negatieve innerlijke emotie die belemmerend werkt om effectief te met frustraties om te gaan.

Jammer!

Het belangrijkste advies is: *Stap vaker naar buiten*. Zoek andere ondernemers of belangrijke klanten op, ga vaker discussies aan. Stimuleer uzelf vaker gesprekken te hebben buiten uw winkel! Zoek naar mogelijkheden om met andere ondernemers op creatieve wijze samen te werken. Sta juist open voor verrassingen en benut ze in uw voordeel. Beschouw problemen, frustraties of blokkades als een belangrijke bron van informatie, en niet als een te mijden hindernis. Het opzoeken van frustraties en blokkades kan heel veel zinvolle informatie opleveren.

Kwaliteit 3 - Inspirerend netwerken: het erop uit gaan & partners vinden

1= helemaal mee oneens; 2= mee oneens; 3=neutraal; 4= mee eens; 5= helemaal mee eens.

Vul hier in!



1. Ik neem vaak het initiatief om anderen voor zakelijke gesprekken te benaderen.	
2. Ik gebruik vaak mijn sociale netwerk om mijn zakelijke ideeën te toetsen.	
3. Door te netwerken lukt het me vaak goed om belangrijke inzichten op te doen waarom een zakelijk idee wel of niet aan zou kunnen slaan.	
4. Ik gebruik mijn professionele en persoonlijke netwerk regelmatig als inspiratiebron voor het bedenken van vernieuwende business-ideeën.	
Som van alle 4 stellingen: totaal =	
Totale score op kwaliteit 4 – ‘inspirerend netwerken’	
<p>Uit onderstaand schema kunt u opmaken of uw score hoog of laag is:</p> <p style="text-align: center;"> 4-8 = zeer laag; 9-12 = laag; 13-14 = gemiddeld; 15-16 = hoog; 17 en hoger = zeer hoog! </p> <p>Schrijf hier uw score op en geef aan wat uw gedachten hierbij zijn!</p>	

Ook nu zijn de volgende twee punten van groot belang:

1. Een *zeer lage* en *lage* score is een indicatie voor een aandachtspunt om als ondernemer door te leren.
2. Ook een *gemiddelde* score kan een aandachtspunt zijn om uw effectiviteit als ondernemer te verbeteren. Een ondernemer moet immers uitblinken om zich te kunnen onderscheiden en ook in de toekomst future-proof te zijn.

Gebruik uw netwerk niet slechts om klanten te werven; gebruik uw netwerk als inspiratiebron! Ga na wat anderen vinden, zoek actief naar feedback en informatie bij belangrijke klanten of bij andere ondernemers. Dus, toets uw plannen van nieuwe producten/diensten in uw winkel en in uw persoonlijke netwerk. Ga na wat hun mening is over uw ondernemersvisie en evtuele businessplan. Tracht heel gericht feedback te verzamelen over uw business-idee en integreer vervolgens de feedback in uw eigen businessstrategie.

Twee zaken springen eruit als u de ondernemerskwaliteit 'inspirerend netwerken' succesvol wilt toepassen:

Initiatief

Neem vaak het initiatief! Inspirerend netwerken leidt alleen maar tot succes als u het vaak toepast. Ondernemers die weinig initiatief vertonen waren in ons onderzoek duidelijk minder succesvol.

Authenticiteit

Luister heel goed naar anderen, sta open voor wat ze zeggen, maar ontwikkel voornamelijk je eigen authentieke ondernemersvisie! Je teveel door meningen van anderen laten leiden, ondermijnt je authenticiteit. Authenticiteit, dus het ontwikkelen van een eigen unieke ondernemersvisie, is een absolute basisvoorwaarde voor succes in de retail.

Als u de derde ondernemerskwaliteit, 'inspirerend netwerken', wilt versterken of ontwikkelen, dan staan de volgende vaardigheden centraal:

1. Gebruik de informatie uit uw sociale netwerk vooral om uw ideeën verder te ontwikkelen, en vervolgens weer daarmee te experimenteren. Doe dit net zo lang totdat u merkt dat u echt iets bijzonders of unieks in handen hebt.
2. Stel steeds als doel om in te kunnen zien, waarom en hoe een zakelijk idee zou kunnen aanslaan.
3. Richt uw aandacht op meerdere zakelijke ideeën, ontwikkel dus een 'multi-scenario'. Ondernemers die zich te snel alleen op een idee focussen, en daar alle aandacht en energie op richten, blijken niet zo succesvol te zijn.

Let op: Het blijkt niet effectief te zijn om te snel ideeën in een doelgericht aanbod om te zetten. Vergaar eerst een gedegen inzicht in de kracht van uw nieuwe ideeën en ga dan pas over tot het experimenteren met nieuwe producten/diensten.

Strategische allianties

In tijden van snelle technologische ontwikkeling en het zogenaamde 'blurring' van branches moet u aandacht geven aan de mogelijkheid om een alliantie aan te gaan met andere ondernemers. Hierbij ontstaat een specifieke synergie. Bijvoorbeeld een winkel in speciale wijnen die samenwerkt met een winkel in buitenlandse kazen. Dat kan ook een samenwerking met andere branches zijn. Bijvoorbeeld een winkel met specifieke wijnen die samenwerkt met een uitgever van online wijngidsen. Als het goed gaat kan uit deze samenwerking een mooie synergie voortkomen om op innovatieve wijze nieuwe producten en diensten te bedenken (door co-creatie) of om nieuwe klantgroepen te bereiken. Dit principe stelt centraal dat u moet samenwerken met anderen die in uw zakelijke idee geloven. Ieder voor zich investeert niet meer dan hij of zij zich kan veroorloven. Ieder draagt bij aan het grotere geheel, waardoor verschillende en vaak complementaire vaardigheden en netwerken beschikbaar komen.



Ruimte voor aantekeningen

powered by



futureproofretail.nl