

Gezond groeien als ondernemer

Welke stappen kun je zetten om je bedrijf gezond te houden?

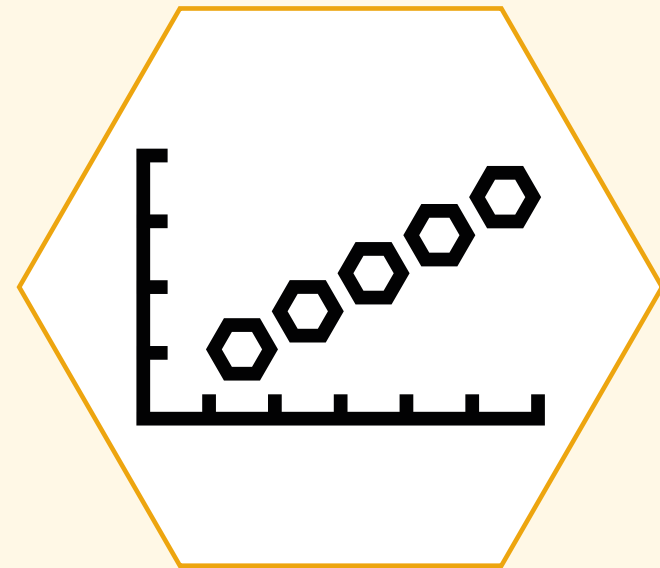
Inhoudsopgave

Inleiding	3	Groefase 4: de expansiefase	15
		Uitdagingen en kansen in de expansiefase	15
Het 5 fasen-groeimodel	4	Stappen die je in de expansiefase kunt zetten	16
Expert Jeroen Loef over gezond groeien volgens het groeimodel	5	Financiële producten die je bedrijf in de expansiefase kunnen helpen	17
Groefase 1: de opbouwfase	7	Groefase 5: de volwassenheidsfase	18
Uitdagingen en kansen in de opbouwfase	7	Uitdagingen en kansen in de volwassenheidsfase	18
Stappen die je in de opbouwfase kunt zetten	8	Stappen die je in de volwassenheidsfase kunt zetten	19
Financiële producten die je bedrijf in de opbouwfase kunnen helpen	9	Financiële producten die je bedrijf in de volwassenheidsfase kunnen helpen	20
Groefase 2: de stabilisatiefase	10	Checklist Welke financiële producten passen bij welke groefase?	21
Uitdagingen en kansen in de stabilisatiefase	10		
Stappen die je in de stabilisatiefase kunt zetten	11		
Financiële producten die je bedrijf in de stabilisatiefase kunnen helpen	11	a.s.r. helpt je graag verder	22
Groefase 3: de succesfase	13		
Uitdagingen en kansen in de succesfase	13		
Financiële producten die je bedrijf in de succesfase kunnen helpen	14		

Inleiding

In welke groeifase zit jouw bedrijf nu? Welke stap(pen) heb je al gezet? En wat komt er mogelijk nog aan? Als je nu weet in welke groeifase je zit, kun je gericht je vervolgstappen voor later bepalen. Op financieel gebied, maar ook als het gaat om risicobeperking en duurzaamheid. Zo kun je later ook gezond blijven groeien. En blijf je altijd je steentje bijdragen aan de samenleving.

In deze whitepaper lees je meer over het 5 fasen-groeimodel dat je hierbij kan helpen. Bij elke groeifase vertellen we je welke kansen en uitdagingen je kunt verwachten. En welke stappen je kunt zetten op weg naar de volgende fase. Ook leggen we je uit welke financiële producten je hierbij kunnen helpen. Zo bouw je stap voor stap voor stap verder aan een gezonde toekomst voor jouw bedrijf.



Het 5 fasen-groeimodel

Het model 'The Five Stages of Small-Business Growth' is niet nieuw. Sterker nog, Neil C. Churchill and Virginia L. Lewis van Harvard Business Review ontwikkelden dit model al in 1983. Tot dat moment waren de eerste groeistadia van beginnende bedrijven nog niet eerder in detail onderzocht. Het model onderscheidt 5 fasen die beginnende bedrijven tijdens hun groei doorlopen: de ontwikkelingsfase, de stabilisatiefase, de succesfase, de expansiefase en de volwassenheidsfase. Inmiddels ruim 40 jaar later zijn deze fasen nog altijd actueel.

In de volgende hoofdstukken gaan we uitgebreider in op elk van deze 5 fasen. En de daarbij horende kansen, uitdagingen en vervolgstappen.



Expert Jeroen Loef over gezond groeien volgens het groeimodel

Jeroen Loef is strategisch adviseur ondernemerschaps-onderwijs bij de Hanzehogeschool Groningen. Het groeimodel 'The five Stages of Small Business Growth' (van Neil C. Churchill en Virginia L. Lewis) speelt binnen de opleidingen van de Hanzehogeschool steevast een belangrijke rol. 'Er is nog altijd geen model dat het fundamenteel anders en beter uitlegt.'

De reis van eenpitter naar 'organisatie'

'Heel simpel gezegd omschrijft het groeimodel de reis die een startende onderneming maakt van eenpitter tot groot bedrijf,' vertelt Jeroen. 'Een bedrijf dat uiteindelijk zo groot is dat je het een 'organisatie' noemt. Bij elke stap omschrijft het model de stappen die je moet zetten en de kansen die je kunt benutten om naar de volgende fase door te groeien. Het geeft je dus als ondernemer echt handvatten om heel gericht stap voor stap te groeien. En dat begint bij jezelf. Ik zeg ook wel eens: je moet intern beginnen om extern te winnen.'

Meer mentale rust dankzij meer inzicht

'Het is een goede zaak dat er steeds meer aandacht is voor de mentale gezondheid van ondernemers,' vindt Jeroen. 'Het groeimodel kan hier ook echt bij helpen. Stel dat je als ondernemer het idee hebt dat je al jaren tegen de bierkaai vecht.'

α.s.r.



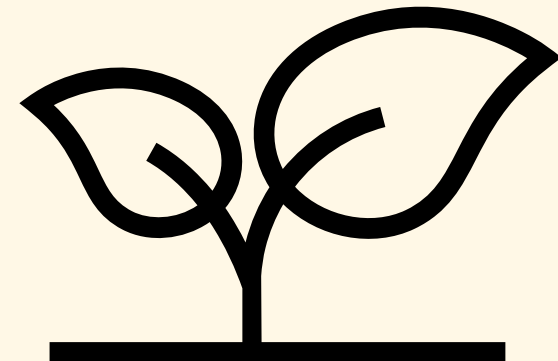
En dat je dan dankzij het groeimodel ontdekt dat je tóch al in fase 3 zit. Dan begrijp je misschien ook beter waarom sommige dingen zo stroperig gingen in fase 1 en 2. Dingen waarbij je achteraf tóch beter hulp had kunnen vragen. Want in je eentje ga je dan misschien wel snel, samen kom je uiteindelijk verder. Van fase 3 t/m 5 kun je dan alsnog heel gericht het model volgen. In die zin kan het model je ook meer mentale rust geven.'

'Groeien volgens het boekje'

Hoe complexer een organisatie wordt, hoe complexer het ook kan worden om te groeien volgens het boekje. Jeroen: 'Een goed voorbeeld is een grote mobiele provider, in de aanloop naar de volwassenheidsfase waarin het bedrijf zich nu bevindt. De partijen die het bedrijf gevormd hebben, waren op een gegeven moment echt op zoek naar wat ze nu eigenlijk waren. Ze kwamen er toen gewoon letterlijk achter dat ze facturen stuurden naar hun eigen collega's, in de veronderstelling dat dit externe relaties waren. Zonder dat daar ook maar enigszins vraagtekens bij gezet werden. Dan moet je als bestuur uiteindelijk wel gaan 'snoeien' om weer gericht te kunnen groeien. Een frisse blik van externe adviseurs, die in de basis allemaal volgens het groeimodel werken, kan dan zeker helpen.'

Nog altijd actueel

Kan een 41 jaar oud model nog wel relevant zijn in het digitale tijdperk waarin we nu leven? Jeroen: 'Zeker, in de kern is er eigenlijk niet echt iets gewijzigd. Ook relatief jonge bedrijven groeien nog steeds in grote lijnen volgens dit model, elk in hun eigen tempo. Dat je de 5 groeifasen ook op deze bedrijven kunt toepassen, bewijst dat het model nog altijd actueel is.'



Groeifase 1: de opbouwfase

De eerste fase binnen het groeimodel is de opbouwfase. In deze spannende eerste fase is nog veel onzeker, maar je kansen zijn enorm. Dit is hét moment om een goede eerste indruk te maken!

Uitdagingen en kansen in de opbouwfase

Een van de grootste uitdagingen in de opbouwfase is het werven van voldoende klanten. Want te weinig klanten betekent helaas ook te weinig bestaansrecht als (gezond) bedrijf. In deze fase houd je je daarom vooral bezig met het opbouwen van een netwerk, waaruit je mogelijk klanten kan werven.

Een andere grote uitdaging is zorgen dat je eerste klanten tevreden zijn over je geleverde product(en) of dienst(en) aan deze eerste klanten. Zie deze eerste klanten als belangrijke 'ambassadeurs' van je bedrijf en laat zien dat je hun vertrouwen waard bent.

Naast deze uitdagingen zijn er in deze spannende tijd de nodige andere zaken die óók je aandacht vragen. Zo ben je vaak ook financieel eindbeslisser, cateraar, verkoopleider en klantenservicemedewerker tegelijk. En je zal vooral ook hard moeten werken om genoeg geld in kas te hebben. Het is een uitdaging om alle ballen hoog te houden. Zorg daarom voor een gezonde werk-privébalans door grenzen te stellen. En reserveer ook tijd voor ontspanning. Zo voorkom je niet alleen dat je uitvalt, maar blijf je ook scherp en creatief.



Door deze uitdagingen effectief aan te pakken, creëer je kansen waarmee je jouw bedrijf naar de volgende groeifase kunt loodsen. Een fase waarin je waarschijnlijk al meer stabiliteit gaat ervaren dan in de onzekere groeifase. Daar doe je het allemaal voor!

Stappen die je in de opbouwfase kunt zetten

Deze 3 concrete stappen helpen je op weg naar de volgende groeifase:

1. Schrijf een ondernemingsplan uit, waarin je goed beschrijft hoe je klanten wil werven.

Bijvoorbeeld door klanten persoonlijk te benaderen met een eenmalige aanbieding, zoals een actiepakket.

Bedenk hoe jij hierbij onderscheidend kan zijn ten opzichte van concurrenten. Welke meerwaarde kan jij bieden aan je doelgroep? Gebruik deze informatie om een onderscheidende communicatieboodschap te formuleren. En bepaal vervolgens welke kanalen je inzet om jouw doelgroep te bereiken.

2. Zorg dat je een zo goed mogelijke eerste indruk maakt.

Kijk bijvoorbeeld of je jouw dienst of product een dag eerder kan leveren dan beloofd. Dit zorgt vaak voor een extra positieve ervaring van de klant. Ook door in deze fase meteen al naar duurzaamheid te kijken, kan je een goede eerste indruk maken. Niet alleen richting klanten, maar ook richting potentiële werknemers. Bijvoorbeeld door zo energie-efficiënt mogelijk te werken of door te zorgen voor zo weinig mogelijk afval. Verduurzaming wordt door de overheid steeds meer aangemoedigd of zelfs verplicht.

Denk hierbij bijvoorbeeld aan het verplichte energielabel C. Omdat de overheid sommige verduurzamingsmaatregelen actief stimuleert, kan je hier mogelijk ook subsidie voor krijgen. Mogelijke subsidies voor mkb'ers zijn bijvoorbeeld de energie-investeringsaftrek (EIA), de milieu-investeringsaftrek (MIA), de willekeurige afschrijving milieu-investeringen (VAMIL) en de investeringssubsidie duurzame energie (ISDE).

3. Gebruik een eenvoudige boekhouding om je inkomsten en uitgaven bij te houden.

De facturering naar klanten is hiervan een vast onderdeel. Ook alle gemaakte kosten, zoals inkoopkosten of de huur van je bedrijfspand, moet je bijhouden.

De belastingdienst verplicht jou als ondernemer om je boekhouding goed bij te houden en te bewaren. Je hebt een bewaarplicht van 7 jaar. Los van deze verplichting geeft een goede boekhouding je natuurlijk ook meer inzicht in je financiën. Zo weet je beter waar je op moet letten en kan je gericht werken aan de financiële fitheid van je bedrijf.

Daarnaast is het goed om te weten welke duurzaamheidsregels vanaf 2024 gevolgen kunnen hebben voor jouw bedrijf. Zo voorkom je dat je voor verrassingen komt te staan. Bedrijfsjurist Arthur vertelt je hier meer over.

Financiële producten die je bedrijf in de opbouwfase kunnen helpen:

In de opbouwfase moet je al aan zóveel dingen denken dat producten als verzekeringen misschien niet je hoogste prioriteit zijn. Toch zijn er verschillende financiële producten die juist in de opbouwfase al interessant zijn om te overwegen. We zetten ze hieronder voor je op een rijtje:

Schadeverzekeringen

Als ondernemer wil je vooral bezig zijn met ondernemen. Zónder je zorgen te hoeven maken of je bedrijf, je vastgoed, vervoer, transport en materieel wel goed verzekerd zijn. Als je over al deze zaken beschikt tenminste, jouw situatie bepaalt uiteraard welke zakelijke schadeverzekeringen voor jou interessant zijn. Zorg in ieder geval dat je niet onverzekerd of onderverzekerd bent.

Een arbeidsongeschiktheidsverzekering (AOV)

Je bent als ondernemer zelf verantwoordelijk voor een financieel vangnet wanneer je niet meer kunt werken, bijvoorbeeld door een ongeval of ziekte. Met een arbeidsongeschiktheidsverzekering (AOV) ben je in zo'n geval verzekerd van een inkomen. Een goede AOV is bovendien niet alleen een financieel vangnet, maar helpt je ook om te voorkomen dat je arbeidsongeschikt wordt.

Een verzuimverzekering

In je arbeidsvoorwaarden of in de cao zijn de afspraken met je medewerkers vastgelegd. Daarin staat wat jij doorbetaalt als je medewerker ziek is. Als werkgever ben je verplicht om de eerste 2 jaar minimaal 70% van het loon door te betalen. Met een verzuimverzekering verzekert je de verzuimkosten in deze eerste 2 jaar. Daarnaast kun je met een goede verzuimverzekering rekenen op ondersteuning bij het voorkomen of terugdringen van verzuim.

Denk ook eens aan een vitaliteitsprogramma

Geen financieel product, maar ook iets waar je bij de start al aan kunt denken is een vitaliteitsprogramma. Want ook vitaliteit is een belangrijke succesfactor van een bedrijf: hoe hoger de vitaliteit op de werkvloer, hoe lager het ziekteverzuim. Bewegen is hierbij letterlijk van vitaal belang, het maakt je medewerkers fysiek én mentaal gezonder. En het zorgt niet alleen voor minder ziekteverzuim, maar ook voor productievere medewerkers en meer werkplezier. Een vitaliteitsprogramma als a.s.r. Vitality stimuleert gezond gedrag bij je medewerkers. Onder meer door ze hiervoor steeds weer te belonen.



Let op:

Dit zijn slechts suggesties, geen adviezen. Neem hiervoor contact op met je adviseur of zoek een adviseur via de website van a.s.r.

Groeifase 2: de stabilisatiefase

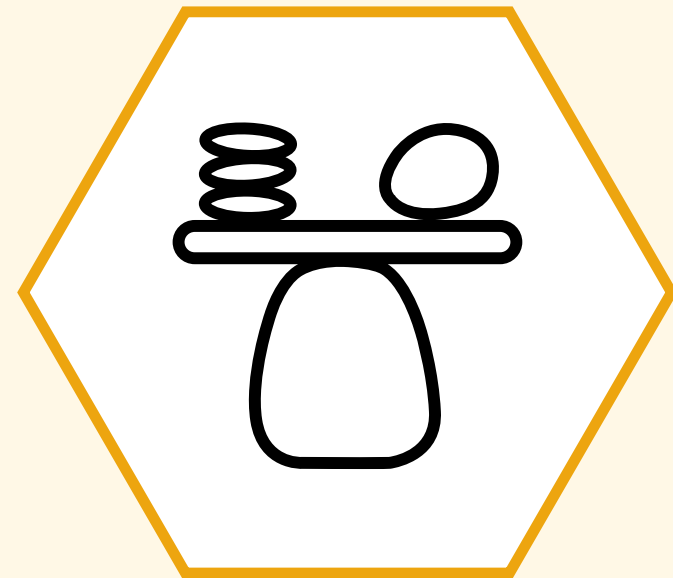
De tweede fase binnen het groeimodel is de stabilisatiefase, waarin je bedrijf groeit en stabiliteit zoekt. In deze fase heb je al een mooi aantal klanten, waardoor je weet dat het bedrijf bestaansrecht heeft. Dit is het moment om door te pakken!

Uitdagingen en kansen in de stabilisatiefase

Een echte uitdaging in de stabilisatiefase is het verder vergroten van de winstgevendheid van je bedrijf. Hier kun je je nu meer op gaan richten. Kijk hiervoor kritisch naar de afgelopen periode. Kunnen werkzaamheden bijvoorbeeld efficiënter? Zijn er producten of diensten die meer opleveren dan andere? En welke klanten zijn het meest veelbelovend? Breng goed in kaart waar je mogelijkheden liggen zodat je afgewogen keuzes kan maken.

Ook je personeel aansturen en tegelijkertijd letten op hun welzijn, kan best uitdagend zijn. Investeer daarom in een fijne werksfeer. Door regelmatig 1-op-1 gesprekken te houden, zorg je dat iedereen zich gehoord voelt. Je kunt deze gesprekken ook houden tijdens lunchwandelingen, zo werken jullie ook meteen aan je vitaliteit. Vraag je medewerkers hierbij ook wat ze nodig hebben om met plezier aan het werk te blijven. Als zij zich gewaardeerd voelen, is de kans groter dat ze voor je bedrijf blijven werken. Zo investeer je nu al in de inzetbaarheid van je mensen op de lange termijn en voorkom je dat zij uitvallen. Het is ook slim om te kijken naar een verzuimverzekering, waarmee je je kunt verzekeren tegen uitval van personeel. In deze fase heb je de kans om jouw bedrijf definitief op de kaart te zetten.

a.s.r.



Met de juiste mensen om je heen kun je jouw veroverde marktpositie in de volgende fases verder gaan uitbouwen.

Stappen die je in de stabilisatiefase kunt zetten

Deze 3 concrete stappen helpen je op weg naar de volgende groeifase:

1. Schrijf een plan uit voor de komende 12 maanden.

Als je het opschrijft, zie je wat jullie samen moeten doen om het waar te maken. Laat hierbij ook zien dat je medewerkers jouw volledige vertrouwen hebben. Als zij zich gewaardeerd voelen, is de kans groter dat ze voor jouw bedrijf willen blijven werken.

2. Bouw je netwerk verder uit.

Wie ken je nog meer in de branche? Bel eens wat mensen op voor een gesprek en een kop koffie of thee. Als je medewerkers het bedrijf draaiende houden, heb jij nu misschien meer ruimte voor klantenwerving en om te netwerken.

Netwerken is het leggen én onderhouden van contacten, zowel online als offline. Het doel is over het algemeen het delen van kennis, informatie en contacten. Daarbij is wederkerigheid enorm belangrijk. Dat betekent dat netwerken bestaat uit zowel geven als nemen. Dus wanneer iemand uit jouw netwerk jou verder heeft geholpen, is het de bedoeling dat het de volgende keer ook andersom gebeurt. Het is de kunst om je netwerk steeds verder uit te breiden met contacten die nuttig zijn voor jouw onderneming.

3. Kijk kritisch naar hoe processen in je bedrijf verlopen.

Wat gaat nu het minst efficiënt? En hoe kan dat beter? Pas dit elk kwartaal toe en denk hierbij ook meteen na over duurzame verbeteringen.

Zorg bijvoorbeeld voor een verantwoord inkoopbeleid van materialen en diensten bij leveranciers. Dit is bovendien een passende fase om al na te gaan wat je medewerkers nodig hebben om later ook nog optimaal te presteren. Nu al investeren in inzetbaarheid levert met name later profijt op.

Financiële producten die je bedrijf in de stabilisatiefase kunnen helpen

Naast de financiële producten die in de vorige fase al aan bod kwamen, zijn de volgende producten interessant om in deze fase te overwegen:

Een WIA-verzekering

Als een medewerker arbeidsongeschikt raakt, dan betaalt het UWV deze medewerker een wettelijke WIA-uitkering. Deze is lager dan het normale inkomen van deze medewerker. Het verschil wordt ook wel het WIA-gat genoemd. Met een WIA-verzekering is het mogelijk dat je medewerkers tot wel 90% van het laatst verdiende inkomen aangevuld krijgen. Zo wordt het WIA-gat van je medewerker een stuk kleiner. Hiermee toon je goed werkgeverschap en profileer je jezelf als een aantrekkelijke werkgever.

Collectieve pensioenregeling

Je wilt een aantrekkelijke werkgever zijn én blijven. Met een collectieve pensioenregeling draag je bij aan een financieel gezonde toekomst van je werknemers. Je hebt op dit gebied uitgebreide keuzemogelijkheden, dus kies een pensioenregeling die bij je bedrijf en je medewerkers past.

Een passende pensioenregeling

Een van de manieren waarop ondernemer Marije van Fitter Nederland talent aan zich bindt, is door aanbieden van een passend pensioen voor jouw personeel. Hiermee zorgt zij voor financieel fittere medewerkers.

[Lees het groeiverhaal van Marije](#)

Re-integratiediensten

Re-integratiediensten zijn er voor ondernemers die weinig kennis en ervaring hebben op het gebied van verzuim en preventie. En die weinig tijd hebben om zich bezig te houden met intensieve verzuimbegeleiding. Deze diensten ontzorgen je zoveel mogelijk bij verzuim en helpen je om verzuim te voorkomen. Ook ondersteunen ze je in het ingewikkelde proces van wetten en regels als een werknemer ziek uitvalt.

Let op:

Dit zijn slechts suggesties, geen adviezen. Neem hiervoor contact op met je adviseur of zoek een adviseur via de website van a.s.r.



Groeifase 3: de succesfase

De derde fase binnen het groeimodel is de succesfase. Tijdens deze fase heeft je bedrijf een belangrijke overgang doorgemaakt; van bedrijf waarin jij voor alles verantwoordelijk was naar een bedrijfsstructuur waarin de verschillende afdelingen hun eigen verantwoordelijkheid dragen. Dit is het moment om een paar cruciale keuzes te gaan maken...

Uitdagingen en kansen in de succesfase

De grote uitdaging in deze fase is het bepalen van je verdere groeistrategie. Je kunt je aanbod vergroten en misschien wel uitbreiden naar nieuwe markten of segmenten. Of vind je je bedrijfsgrootte juist wel goed zo? Dat kan natuurlijk ook. Dan kun je je bijvoorbeeld richten op een betere klantbeleving en verder investeren in je marketing om je bedrijf nog bekender te maken binnen dezelfde markt. Zolang je maar een beslissing maakt over wel of niet verder groeien. Hierover géén beslissing nemen is de grootste valkuil in deze fase.

Kies je voor verder groeien, dan brengt dit weer nieuwe uitdagingen en kansen met zich mee. Je gaat hierbij zelf ook steeds meer een overkoepelende rol spelen. Hiervoor zul je verder moeten kijken dan het hier en nu. Verdiep je eens in nieuwe technologische ontwikkelingen, zoals Artificial Intelligence. Dat kan je ideeën geven voor nieuwe producten of je helpen om processen te optimaliseren. Misschien zijn er andere markten waarin je sneller kan groeien dan de markt waarin je nu actief bent. Of verdiep je in internationale markten, voor nieuwe exportmogelijkheden.



Verder kijken helpt je om voorop te blijven lopen. Stel je hierin flexibel op en grijp nieuwe kansen als ze zich voordoen.

Stappen die je in de succesfase kunt zetten

Deze 3 concrete stappen helpen je op weg naar de volgende groeifase:

1. **Beslis samen met je partner(s) en adviseurs of je nog verder wil doorgroeien (of niet). Hierover geen beslissing nemen is de grootste valkuil in deze fase!**

Hoe je jouw onderneming wil laten groeien, leg je vast in een groeistrategie. Aan deze strategie hang je bepaalde groeidoelstellingen. Groeien hoeft niet alleen om de omvang of omzet van je bedrijf te gaan. Het kan ook gaan om het verbeteren van je product of dienst. Of om investeren in jezelf als ondernemer, bijvoorbeeld door bijscholing. Wat je doel ook is, een goed uitgewerkte groeistrategie helpt jou om je doelen te bereiken.

2. **Zet een trainingsprogramma op waarmee werknemers zich persoonlijk kunnen ontwikkelen en bied kansen voor professionele groei.**

Je bedrijf wordt hierdoor toekomstbestendiger en je kan makkelijker inspelen op veranderingen. Daarnaast zorgen ontwikkelingsmogelijkheden voor meer motivatie en loyaliteit bij je medewerkers. Door te investeren in hun inzetbaarheid, laat je zien dat jij jouw medewerkers op waarde weet te schatten.

3. **Als je besloten hebt om te willen groeien, kijk dan ook eens naar andere markten.**

Misschien zijn er andere markten waarin je sneller kan groeien dan de markt waarin je nu actief bent. Bekijk of je hier met jouw bedrijf toegevoegde waarde kan bieden.

Je kan ook verder groeien door slimmer in te zetten op duurzaamheid en door op dit gebied vernieuwend te (durven) zijn. Breng hiervoor in kaart welke kernactiviteiten van je bedrijf je kan verduurzamen. Hiermee kun je vaak de meeste impact maken.

Financiële producten die je bedrijf in de succesfase kunnen helpen

Naast de financiële producten die in de vorige fasen al aan bod kwamen, is het interessant om in deze fase aandacht te geven aan preventieve diensten. Hieronder lees je hier meer over.

Preventieve diensten

Als werkgever kun je te maken krijgen met vragen als: hoe kan ik het verzuim terugdringen en voorkomen? Of hoe zet je in op duurzame inzetbaarheid in plaats van ziekte? Preventieve diensten helpen je om je medewerkers duurzaam inzetbaar te houden en uitval te voorkomen.

Let op:

Dit is slechts een suggestie, geen advies. Neem hiervoor contact op met je adviseur of zoek een adviseur via de website van a.s.r.

Groeifase 4: de expansiefase

De vierde fase binnen het groeimodel is de expansiefase. In deze fase ben je bewust bezig met verder groeien, waarbij je dezelfde kwaliteit wil blijven bieden. Dit vraagt om gestructureerd, gedisciplineerd en gefocust leiderschap.

Uitdagingen en kansen in de expansiefase

De grootste uitdaging in deze fase is durven loslaten. Je bedrijf is inmiddels te groot om alle beslissingen zelf te nemen. Als leider moet je beslissingen nu ook aan anderen toevertrouwen. Dit kan als een hele stap voelen.

Bedrijven die in de expansiefase komen, kijken vaak naar het buitenland om te groeien. En dat is niet zomaar: succesvolle internationale uitbreiding kan je bedrijf namelijk nog veel groter maken. Het is in ieder geval belangrijk om te blijven innoveren. De meest succesvolle bedrijven investeren soms wel 10 tot 15 procent van hun inkomsten in onderzoek en ontwikkeling. En duurzaamheid wordt steeds belangrijker bij de keuzes die ze maken om te groeien, en hierbij letterlijk hun grenzen te verleggen.

Een doordacht groeiplan is in deze fase van groot belang. Stel specialistische teams aan om dit uit te voeren. Niet alleen mensen die zich richten op nieuwe marktinitiatieven en productinnovatie, maar ook mensen die werk maken van duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Als je die nog niet in huis hebt, kijk dan eens welke expertise je mist.



Deze fase biedt jullie als bedrijf de kans om (nog) grote(re) stappen te gaan zetten. En nóg beter te worden waar je al goed in was, misschien zelfs wel de beste. Met meer vestigingen, meer verkooppunten, alles om je marktpositie nog verder te versterken.

Stappen die je in de expansiefase kunt zetten

Deze 3 concrete stappen helpen je op weg naar de volgende groeifase:

1. Je bent al enige tijd succesvol.

Het 'gevaar' hierbij is dat je vooral mensen om je heen hebt die het in alles met je eens zijn. Terwijl het juist belangrijk is om je eigen ideeën scherp te houden. Vraag daarom actief om een kritische blik, bijvoorbeeld van partners, medewerkers, een raad van advies of bevriende ondernemers.

Durf samen ook kritisch te zijn als het gaat om duurzaamheid en de houdbaarheid van jullie keuzes op de langere termijn. Je kan bijvoorbeeld kiezen voor een duurzaam inkoopbeleid, waarbij je leveranciers selecteert op basis van duurzaamheidsnormen. Hiermee laat je zien dat jouw bedrijf zoveel mogelijk rekening houdt met mens en milieu. Ga ook na wat de milieu-impact is tijdens en na gebruik. Al deze keuzes hebben een positief effect op hoe je als bedrijf (én als werkgever) wordt gezien.

2. Als je verder wil groeien, is personeel aannemen erg belangrijk.

Ga hier dus gericht naar op zoek en zorg dat je op tijd vacatures uitzet. Geef hierbij ook blijk van goed werkgeverschap. Dit kan je helpen om verschil te maken in een krappe arbeidsmarkt. Én om de concurrentie met andere werkgevers aan te kunnen.

Waarschijnlijk heb je ook extra kapitaal nodig om te kunnen uitbreiden. Onderzoek hiervoor verschillende opties. Hierbij kun je denken aan venture capital, leningen of crowdfunding.

3. Organiseer regelmatig teambuildingsactiviteiten en interne evenementen die een positieve bedrijfscultuur bevorderen.

Dit versterkt de band van je medewerkers met je bedrijf, en hiermee hun gedrevenheid om voor jou te blijven werken.

Zorg daarnaast ook voor een goede sfeer op de werkvloer. Oprechte aandacht, verbinding en sociale steun dragen allemaal positief bij aan een collegiale werksfeer. En daarmee ook aan de veerkracht en inzetbaarheid van je medewerkers.

Financiële producten die je bedrijf in de expansiefase kunnen helpen

Naast de financiële producten die in de vorige fasen al aan bod kwamen, is het interessant om in deze fase aandacht te geven aan pensioen voor jezelf als ondernemer en te zorgen voor een inkomen voor later. Hieronder lees je er meer over.

Zorgen voor een inkomen voor later

Zorgen voor een inkomen voor later kan door zelf te sparen, maar ook met een pensioen voor jezelf als ondernemer. Je belegt dan zelf voor je pensioen via een lijfrentebeleggingsrekening. Dit betekent dat je wat minder vrijheid hebt dan bij een gewone beleggingsrekening. Maar daar krijg je belastingvoordeel voor terug. Bovendien kunnen beleggingen meer rendement opleveren dan sparen. Hoe langer je de tijd neemt, hoe groter de kans dat je beleggingen in waarde stijgen. Garanties zijn er bij beleggen echter nooit te geven.

Let op:

Dit is slechts een suggestie, geen advies. Neem hiervoor contact op met je adviseur of zoek een adviseur via de website van a.s.r.



Beleggen brengt risico's en kosten met zich mee. Je kunt (een deel van) je inleg verliezen. De beleggingsonderneming a.s.r. Vooruit is onderdeel van a.s.r.

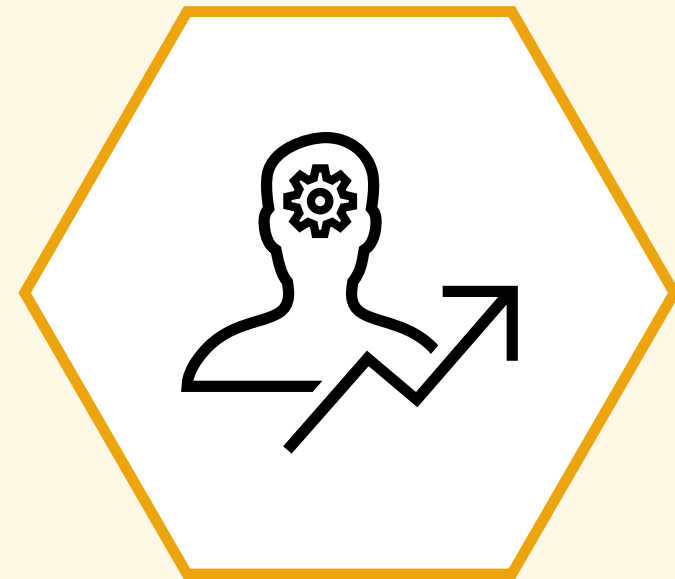
Groeifase 5: de volwassenheidsfase

De vijfde en laatste fase volgens het groeimodel is de volwassenheidsfase. In deze fase is je bedrijf gericht op strategische samenwerkingsverbanden.

Uitdagingen en kansen in de volwassenheidsfase

In deze laatste fase heb je de markt veroverd en is je bedrijf een gevestigde speler. Maar de concurrentie zit ook niet stil. Je bedrijf moet zich aanpassen aan de veranderende markten en blijven concurreren, ook met nieuwe, opkomende bedrijven. De grote uitdaging in deze fase is daarom de verleiding weerstaan om op je lauweren te gaan rusten. Want stilstand is uiteindelijk vaak achteruitgang. Let hierbij ook scherp op wat er in de markt gebeurt. Zijn er onderdelen die misschien niet meer bij je bedrijf passen? Of bedrijfsonderdelen die een bedrijf op zichzelf kunnen zijn? Bespreek eens met de teamleiders of het een goed idee is om bepaalde bedrijfsonderdelen bij een andere partij te beleggen. Maar ook samengaan met andere bedrijven om nóg meer te groeien kan in deze fase een interessante optie zijn.

Dit is je kans om de loyaliteit van je klanten verder te versterken. Dat doe je door ze positief te blijven verrassen en in contact te blijven hun wensen en behoeften. Kijk hierbij ook naar duurzame innovaties waarmee je toonaangevend kunt zijn binnen je de markt. Verdiep je bijvoorbeeld verder in duurzame productieprocessen en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Als grote speler in je markt let iedereen extra op wat jij doet, dus het is verstandig om daar rekening mee te houden. Kijk ook eens hoe de koplopers in andere markten dit aanpakken.



Kies je ervoor om vooruit te blijven kijken, dan biedt ook deze fase je nog steeds kansen om te blijven vernieuwen. In vergelijking met opkomende bedrijven kan jouw bedrijf hier waarschijnlijk gemakkelijker de nodige middelen in investeren. Je bepaalt zelf hoever je hierin wilt gaan, zolang je bedrijf maar in beweging blijft!

Stappen die je in de volwassenheidsfase kunt zetten

Deze 3 concrete stappen helpen je om je marktpositie verder te versterken:

1. Stilstand is achteruitgang ten opzichte van je concurrenten.

Investeer daarom gericht in medewerkers, programma's en tools die zorgen dat je kan blijven vernieuwen. Misschien is het overnemen van een kleinere, vernieuwende concurrent een goede methode hiervoor. Goed voorbereid zijn op verschillende scenario's is hierbij heel belangrijk.

Met scenarioplanning onderzoek je mogelijke toekomstscenario's en bereid je je hier op voor. Er zijn verschillende soorten scenarioplanning, waaronder forecasting (tellend vooruitzien) en foresight (vertellend vooruitzien). Bij forecasting neem je een kijkje in de toekomst door data uit het verleden te verzamelen. Deze methode is vooral interessant voor het kijken in de nabije toekomst. Hiervoor heb je wel veel goede data nodig. Hoe verder je in de toekomst kijkt, hoe onzekerder het wordt. Met Foresight kijk je naar verschillende scenario's en zet je deze naast elkaar. Je kijkt naar meerdere mogelijkheden. Voor ondernemers is dit een interessante manier om scenario's te ontwikkelen.

2. Zijn er bedrijfsonderdelen die misschien niet meer goed bij je bedrijf passen? Of onderdelen die een bedrijf op zichzelf kunnen zijn?

Bespreek eens met de teamleiders of het een goed idee is om bepaalde bedrijfsonderdelen bij een andere partij te beleggen.

3. Blijf met name in deze fase ook investeren in duurzaamheid.

Als marktleider wordt er naar je gekeken en is het belangrijk om hier het voortouw in te nemen. Kijk hoe toonaangevende partijen in andere markten dit doen. Ontwikkel een duurzaamheidsplan met concrete doelstellingen dat alle belanghebbenden inspireert. En betrek hen ook actief bij het toepassen hiervan.

Door duurzamer te ondernemen draag je niet alleen bij aan een betere wereld, maar investeer je óók in de toekomstbestendigheid van je bedrijf. Daarnaast kan een duurzaam imago je ook helpen om talent aan te trekken.

Financiële producten die je bedrijf in de volwassenheidsfase kunnen helpen

Naast de financiële producten die in de vorige fasen al aan bod kwamen, is het interessant om in deze fase aandacht te geven aan een WGA-eigenrisicoverzekering. Hieronder lees je er meer over.

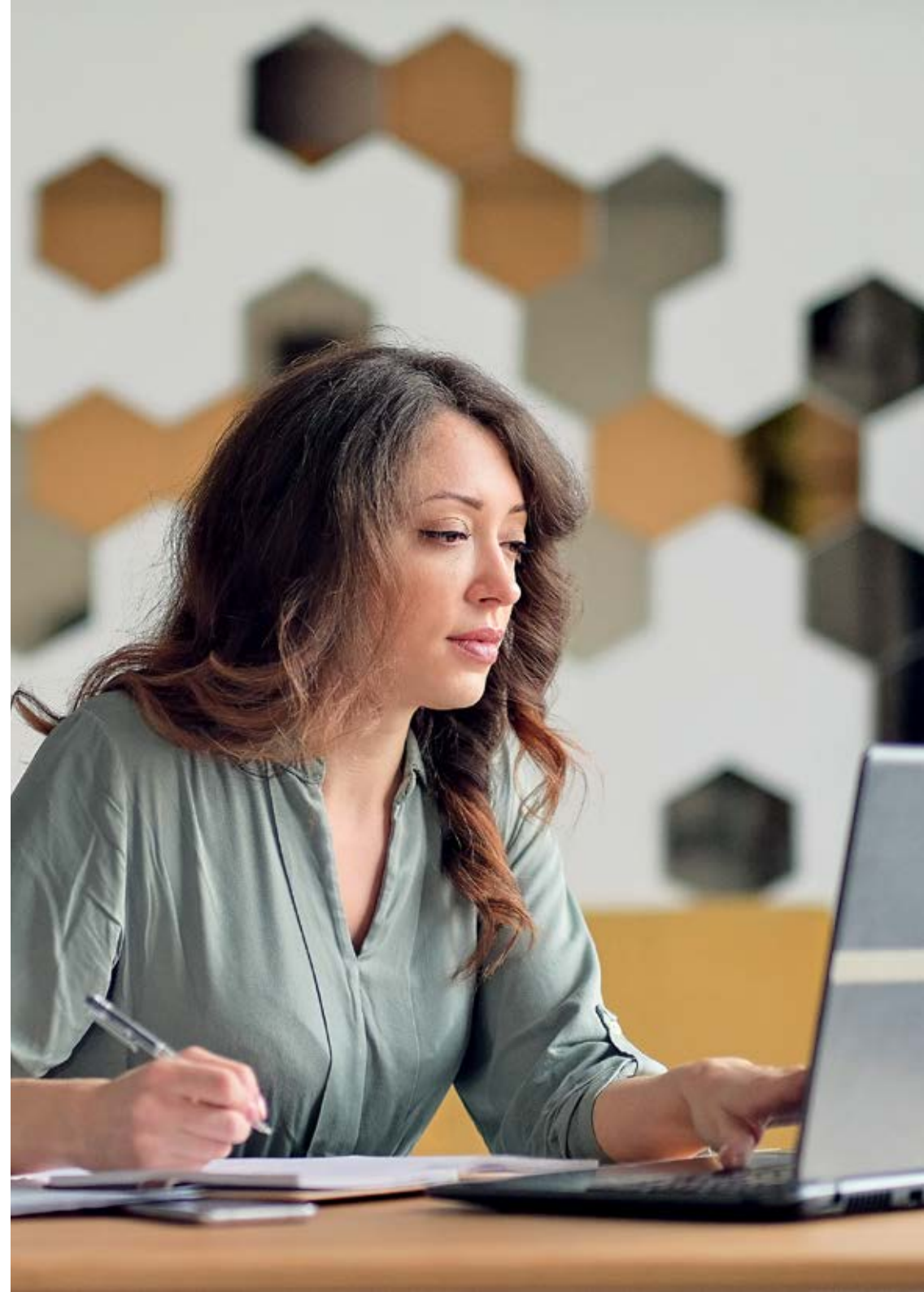
WGA-eigenrisicoverzekering

Als je medewerker meer dan 2 jaar ziek is, krijg je als werkgever mogelijk te maken met de werkhervatting gedeeltelijk arbeidsgeschikten (WGA).

Houd je graag zelf de regie over de verzuimbegeleiding en de re-integratie van je zieke medewerker? Dan word je een zogenaamde 'eigenrisicodrager' voor de WGA. Je betaalt dan zelf de uitkering aan je zieke medewerker. Met een WGA-eigenrisicoverzekering verzekert je deze uitbetalingen aan je zieke medewerkers. Daarnaast kun je bij een goede WGA-eigenrisicoverzekering ook nog rekenen op ondersteuning bij de re-integratie.

Let op:

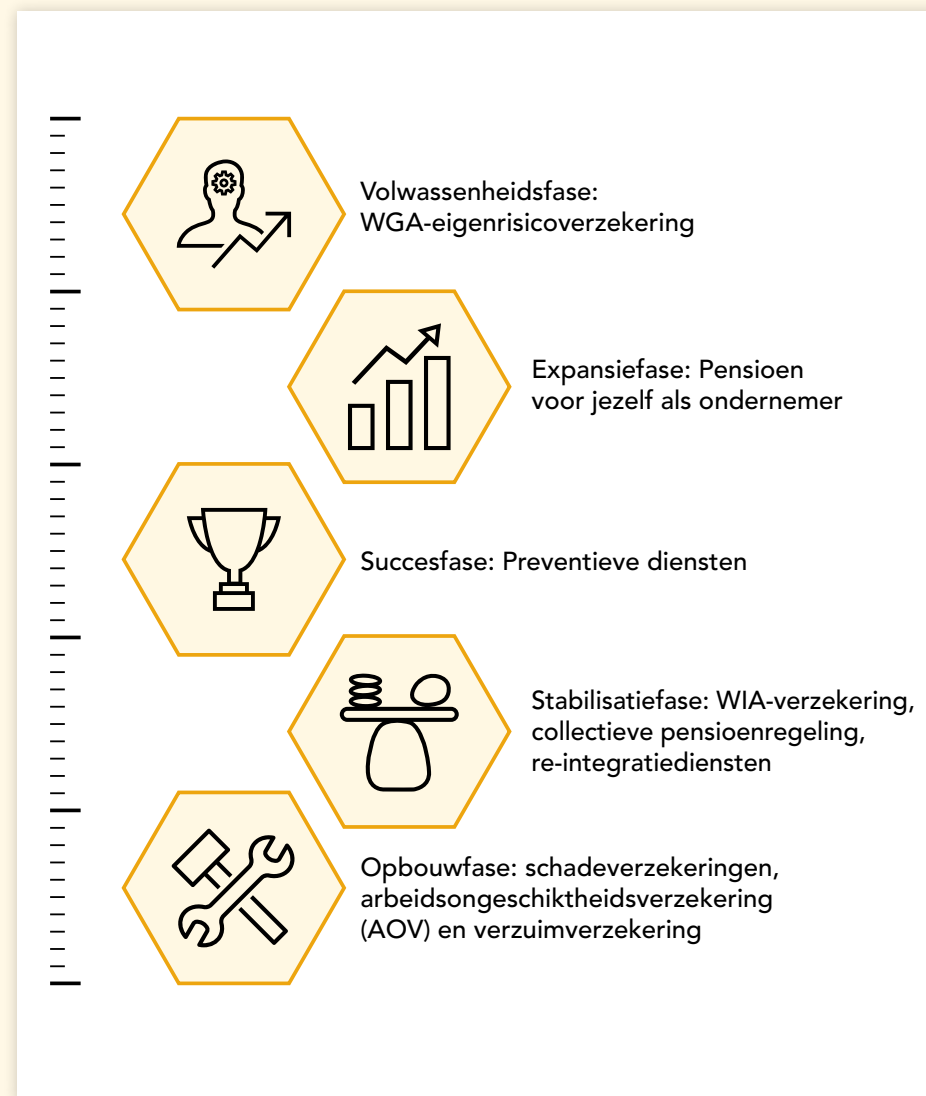
Dit is slechts een suggestie, geen advies. Neem hiervoor contact op met je adviseur of zoek een adviseur via de website van a.s.r.



Checklist | Welke financiële producten passen bij welke groeifase?

Bij de verschillende groeifasen in deze whitepaper zijn verschillende financiële producten aan bod gekomen. Sommige van deze producten zijn passend bij meerdere fasen. In dit overzicht zie je welke financiële producten bij welke groeifase passen.

Kijk voor meer informatie over onze producten op onze [zakelijke productenpagina](#).



α.s.r. helpt je graag verder

Wij staan voor je klaar om je vragen te beantwoorden. We zijn telefonisch bereikbaar, maar ook via WhatsApp, chat, e-mail of via je adviseur.

Via [deze pagina](#) helpen we je verder.



α.σ.ι.

Archimedeslaan 10

3584 BA Utrecht

www.asr.nl

ASR Nederland N.V., KVK 30070695 Utrecht

44056_0524