



**Transforméren:
zo wordt u koploper
in advies**

Inleiding

Hoe toekomstvast is uw advieskantoor? 3

Feiten en cijfers

Veel mkb'ers zijn onzeker over hun toekomst 4

Ondernemers hebben behoefte aan advies en steun 4

Er liggen veel kansen in het mkb 5

Koplopers in advies: een profiel van succesvolle ondernemers

De hulpvraag van uw relaties is anders dan 10 jaar geleden 6

Succes is vaak een kwestie van talent op de juiste plaats 6

Een breed portfolio maakt een wereld van verschil 7

Transformeren in 3 stappen

Stap 1: Neem de tijd om over uw toekomst na te denken 8

Stap 2: Zet in op de behoeften van uw relaties 9

Stap 3: Ontwikkel uw organisatie om aan te sluiten bij uw strategie 11

Tips & tricks voor ambitieuze Koplopers

Tip 1: Ontdek de verschillende communicatiestijlen in uw bedrijf 14

Tip 2: Praat met elkaar en niet over elkaar 14

Tip 3: Begin op tijd 15

Bronnen

16





Arno Brons is een enthousiaste ondernemerscoach, senior consultant en trainer bij Avéro Achmea. Arno is een veelgevraagde expert bij het ontwikkelen van ondernemerschap en verandermanagement. Als medeoprichter van Voorzie, een programma van Avéro Achmea, houdt hij zich bezig met alles wat adviseurs ondersteunt in hun ondernemerschap. “Ik moedig bedrijven aan om tijd te investeren in een concrete toekomstvisie. Een soort blauwdruk, een plan dat we ontwikkelen met het bedrijf, om handen en voeten te geven aan de ambitie van de ondernemer.”

“Risico = het effect van onzekerheid op uw doelen.”



“Wie wil groeien, heeft zijn mensen hard nodig”, zegt **Gerard Rooks**, senior consultant, trainer en groeibegeleider voor ondernemers. “Doelen stellen en nastreven, dat brengt risico’s mee. De kunst is om dat te omarmen en daar juist mee om te gaan. Uw medewerkers zijn daarbij enorm van belang. Zorg daarom dat u ze tijdig betreft bij uw plannen.” Gerard helpt ondernemingen met visievorming voor een toekomstvaste organisatie, en het verandermanagement dat daar een belangrijk onderdeel van uitmaakt.

Inleiding

Hoe toekomstvast is uw advieskantoor?

Een goede vraag om uzelf eens te stellen is deze: hoe interessant bent u als werkgever voor pas afgestudeerde hbo’ers? Kampt u net als 70%(I) van de advieskantoren met vergrijzing, en mogelijk verlies van waardevolle kennis en ervaring als steeds meer adviseurs de pensioengerechtigde leeftijd bereiken? De waarde van uw bedrijf hangt nauw samen met de toekomstbestendig-

heid ervan. Jonge medewerkers zijn een belofte voor de toekomst, zeker met een hbo-opleiding bedrijfskunde of een opleiding risicomangement.

Maar hoe haalt u zulke talenten binnen? In deze whitepaper kijken verschillende experts van Avéro Achmea naar trends en ontwikkelingen in de onafhankelijke adviesbranche. Daarbij geven we u een aantal

belangrijke handvatten om ook van uw organisatie een Koploper in advies te maken. Hoe u bestaande medewerkers helpt mee te gaan met een veranderende organisatie, bijvoorbeeld. Hoe u als werkgever aantrekkelijker wordt voor jong toptalent. En hoe u inspeelt op de wens van de klant: vandaag, morgen en over 5 jaar.

Veel mkb'ers zijn onzeker over hun toekomst^(II)

49%

geeft aan niet genoeg te weten van fiscale zaken.

38%

van de ondernemers in het mkb haalt zijn financiële kennis van het internet^(III).

41%

heeft te weinig kennis van financiële producten^(IV).

53%

heeft hulp nodig om doelen te stellen en te halen.

Maar liefst 90%

van het bedrijfsleven is klant bij een onafhankelijk advieskantoor.

Toch wordt de rol van trusted advisor niet vaak opgepakt:

slechts 2%

van het mkb gaat voor belangrijke financiële beslissingen naar een onafhankelijk advieskantoor.

60%

wil investeren in duurzaamheid, innovatie en digitalisering, maar ziet daarvoor geen kansen.

70%

bouwt onvoldoende pensioen op en ligt daar weleens wakker van^(VI).

Ondernemers hebben behoefte aan advies en steun

Veel ondernemers ontdekken pas laat dat ze zichzelf hebben overschat en dat ze veel eerder hulp hadden moeten inschakelen. Dat blijkt uit onderzoek van Interpolis/GfK^(VII). Zo vertrouwt het merendeel van de mkb'ers erop dat het met vakkennis en



hard werken wel goed komt. Gevraagd naar de waarde van advies blijkt dat ze vooral hulp willen bij:

- een goede strategie
- analyse en afdekken van risico's
- financiële bewegingsruimte
- begrip van wet- en regelgeving (begripvol, meedenken).

Er liggen veel kansen in het mkb

Het mkb verwacht van u als adviseur dat u kunt meedenken over de financiële beslissingen. Ze vertrouwen erop dat u hen kunt behoeden voor onverstandige beslissingen. Tenminste, dat zeggen ze op onderzoeksvragen van GfK in opdracht van Interpolis. In de praktijk zien we dat slechts 2% van het mkb ook daadwerkelijk aanklopt bij een onafhankelijke adviseur vóórdat ze belangrijke besluiten nemen. Volgens het onderzoek vertrouwen ondernemers u meer dan andere instanties wanneer het gaat om:

- het opstellen van een plan van aanpak
- het herstructureren van de eigen organisatie
- een frisse blik op de eigen ondernemersplannen
- voldoende inzicht en ervaring als het gaat om voorkomen van faillissement
- sparren en twijfels delen om los te komen van alle stress en weer door te gaan
- werk uit handen nemen door te helpen zoeken naar oplossingen voor ondernemersproblemen.

Er liggen daar dus veel kansen voor u. Natuurlijk valt niet elke hulpvraag binnen uw expertise, maar in veel gevallen zult u wel de juiste kennis in uw netwerk hebben.

“In de praktijk zien we dat slechts 2% van het mkb ook daadwerkelijk aanklopt bij een onafhankelijke adviseur vóór ze belangrijke besluiten nemen.”



Koplopers in advies: een profiel van succesvolle ondernemers

Koplopers in advies zijn de trendsetters in de branche, vertelt Jaap de Louw, directeur bij Avéro Achmea. Zelf was De Louw verantwoordelijk voor de transitie van Avéro Achmea naar een klantgerichte organisatie die de onafhankelijke adviseur centraal stelt en op alle fronten probeert te helpen om de stap te maken naar de rol van trusted advisor. “Dat is de sleutel tot duurzaam succes. Daarvoor moet je de juiste mensen en middelen in huis hebben. Dat klinkt makkelijk, maar een bedrijf transformeren is geen kleine opgave. Toch is het belangrijk om op tijd de keuze te maken.”

De hulpvraag van uw relaties is anders dan 10 jaar geleden

“De impact van de digitalisering heeft grote gevolgen voor de branche. De klant verandert. Is veel zelfstandiger in praktische zaken. Zijn hulpvraag is daarom anders dan een jaar of 10 geleden. Maatschappij en economie worden steeds complexer. Meer regels. Zwaardere eisen voor duurzaamheid, risicobeheersing en veiligheid. Dat is waar uw relatie nu uw hulp bij nodig heeft, om zo de juiste keuzes te maken voor de toekomst.”

Succes is vaak een kwestie van talent op de juiste plaats

Een jaar of 10, 20 geleden was voor veel advieskantoren de DGA het gezicht, het uithangbord van de organisatie. Tegenwoordig zien steeds meer adviseurs dat het niet gaat om dat ene poppetje, maar om het hele team. Want een DGA kan nog zo goed zijn in zijn specialisme, hij kan natuurlijk onmogelijk een topper zijn op alle terreinen waar zijn relatie een hulpvraag heeft. “Dat is wat de Koplopers onderscheidt van veel andere kantoren”, zegt Arno Brons, senior consultant bij Avéro Achmea en medeoprichter van het programma [Voorzie](#), dat onafhankelijke adviseurs helpt proactief te ondernemen. “Ze halen mensen in huis die juist niet lijken op de DGA. Mensen met expertise op

“Maatschappij en economie worden steeds complexer. Dat is waar uw relatie nu uw hulp bij nodig heeft, om zo de juiste keuzes te maken voor de toekomst.”



die vlakken waar de directie zich minder thuis voelt. Die ook qua persoonlijkheid een aanvulling zijn op het team. Want die diversiteit binnen uw kantoor zorgt voor 2 belangrijke dingen. U wordt aantrekkelijker voor afgestudeerde toptalenten én uw relaties gaan uw kantoor met andere ogen bekijken. Als zij zien dat u de expertise in huis heeft om hen te ondersteunen bij ingrijpende beslissingen, dan is dat de basis voor een duurzame, dynamische relatie. En dat is de belangrijkste voorwaarde voor een gezonde adviesorganisatie met uitstekende toekomstverwachtingen.”

Een breed portfolio maakt een wereld van verschil

Gerard Rooks is senior consultant bij Voorzie, een programma van Avéro Achmea. Ook hij ziet dat de Koplopers van nu veel investeren in hun mensen. Als voorbeeld noemt hij een adviesorganisatie die in de afgelopen jaren met succes haar portfolio uitbreidde. “Ze bestrijken nu zo’n beetje alle aspecten van de adviesmarkt. Risicomanagement, transport & logistiek, beroepsvaart, human resources en financial planning. En verzekeringen natuurlijk. Zo’n breed portfolio maakt hen al aantrekkelijker voor potentiële werknemers. Maar het belangrijkste verschil maken ze door hun actieve manier van werven.”

“Het bedrijf is zeer actief op LinkedIn”, zegt Gerard. “Daar richt het zich met veel nadruk op ambitieuze hbo’ers die alle ruimte krijgen om hun talenten te ontdekken en uit te bouwen. Wat opvalt is dat ze daarbij hun kernwaarden uitdragen op een consistente manier. Daarmee spreken ze een brede groep mensen aan, van meer ervaren specialisten die een stap hogerop willen, tot de pas afgestudeerde toppers van verschillende opleidingen. Er zit een gedachte achter die consequent wordt uitgedragen. En dat levert veel op. Een brede inzetbare expertise voor het bedrijf natuurlijk. Maar potentiële klanten zien tegelijk natuurlijk ook wat de adviesorganisatie in zijn mars heeft. En waar ze voor staan. Actief werken aan uw bedrijfscultuur is op die manier 1 van de sterkste marketingtools die een bedrijf kan inzetten.”

“Het belangrijkste verschil maken ze door hun actieve manier van werven.”

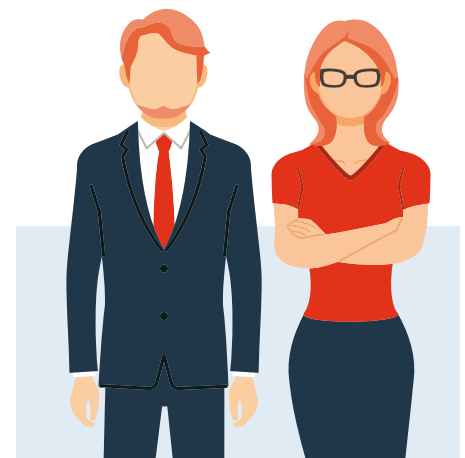
“Actief werken aan uw bedrijfscultuur is 1 van de sterkste marketingtools die een bedrijf kan inzetten.”

Elke adviseur komt op een punt dat de groei afneemt of zelfs stopt. Wat kunt u doen om over dat moeilijke punt heen te komen? Daar is vrijwel altijd verandering nodig. En verandering komt nooit vanzelf. Samen met Gerard Rooks en Arno Brons zetten we 3 belangrijke stappen voor transitie op een rij.

Stap 1: Neem de tijd om over uw toekomst na te denken

Waarschijnlijk maakt u elk jaar al een businessplan. Bijvoorbeeld om uw budgetten vast te stellen. Maar als u een concreet beeld heeft van hoe uw onderneming er over 5 jaar uitziet, krijgt u betere inzichten. Denk aan de toekomstige samenstelling van uw portfolio. De diensten die u levert als trusted advisor. Hoeveel mensen daar elke dag aan werken, en welke competenties en opleidingen daarvoor nodig zijn. Dat toekomstbeeld legt u naast uw huidige situatie. Zodat u ziet welke stappen u moet zetten om uw droom te realiseren. Daarvoor kruipt u even uit uw vertrouwde rol als adviseur, en in de rol van ambitieuze ondernemer. Met belangrijke vragen als:

- Wat wil ik met mijn bedrijf bereikt hebben over 3 tot 5 jaar?
Wat weet ik van mijn klanten? Wat wordt mijn waardepropositie?
En zit er dan voldoende toekomst in mijn portefeuille?
- Hoe leg ik dat vast in een strategie? En hoe leg ik die uit aan anderen in een paar simpele zinnen?
- Welke activiteiten zijn dan mijn core business, en welke capaciteiten en welke mensen heb ik daarvoor nodig?



“Vergeet uw medewerkers niet. Neem uw mensen mee in uw plannen en zorg voor inspraak. Als zij het gevoel hebben deel te zijn van uw toekomstplannen, dan zorgt dat voor draagvlak. Ook in de uitvoering helpt het om belangrijke onderdelen van uw toekomstvisie te delegeren. Zo creëert u het eigenaarschap en de motivatie die noodzakelijk zijn voor succes.”

– Arno Brons

Zet uw doelen op papier in een strategisch meerjarenplan

Het uitwerken van uw strategie vraagt tijd. Tijd die u besteedt aan uw bedrijf, in plaats van in uw bedrijf. En dat is precies wat nodig is om te kunnen groeien.

- Probeer zo precies mogelijk te omschrijven wat u met uw bedrijf bereikt wil hebben over 3 tot 5 jaar. Schrijf alles op wat in u opkomt. Neem de tijd en laat uw gedachten de vrije loop.
- Bekijk alles wat u heeft opgeschreven. Maak een lijst van dingen die u in de toekomst doet én van de dingen die u dan juist niet meer of minder doet.
- U weet nu welke activiteiten u moet starten, uitbreiden of stoppen. Daarmee kunt u per onderdeel vaststellen wat ervoor nodig is. Zet al die punten in de meest logische volgorde. Zo maakt u een tijdlijn die haalbaar is in een periode van 3 tot 5 jaar.
- Zorg voor opbouwende feedback Praat over de belangrijkste punten van uw strategie met anderen. Mensen met inzicht en kennis van zaken. In uw team, of in uw netwerk van collega-ondernemers. Een frisse kijk op de zaak maakt elk plan beter.

Wilt u werken aan de groei en waarde van uw bedrijf? En bent u toe aan een duurzame toekomststrategie? Avéro Achmea heeft verschillende programma's om u op weg te helpen uw toekomst helder en concreet uit te stippelen.

[Meer over onze programma's](#)

Stap 2: Zet in op de behoeften van uw relaties

Om te weten wat uw relatie nodig heeft, is een goed ontwikkeld bedieningsmodel onmisbaar. Daarmee kunt u uw dienstverlening versnellen en verbeteren. Bent u bereikbaar? Is de drempel laag genoeg voor uw relaties? En de belangrijkste vraag: hoe zorgt u dat uw relaties altijd eerst aan u denken voor ze een belangrijke zakelijke beslissing nemen?

Ambitieuze ondernemers hebben behoefte aan een klankbord

Als onafhankelijke adviseur bent u zelf ook ondernemer. Elke



investering, elke sollicitatieronde, voor iedere beslissing kijkt iedereen naar u, alsof u altijd alle antwoorden hebt. Maar net zomin als uw medewerkers heeft u alle wijsheid in pacht, of een glazen bol die precies laat zien wat u moet doen. Ondernemers die willen groeien, voelen dat probleem elke dag. Wat is wijsheid? Heel veel verstrekkende beslissingen worden daarom meer op gevoel gemaakt dan op afgewogen keuzes. Op hoop van zegen. Als onafhankelijk adviseur kunt u ondernemers helpen het overzicht te houden.

Versterk uw positie met advies over risico's en bedrijfskundige vragen

Met een zo breed mogelijk advies geeft u uw relatie het vertrouwen om te ondernemen. U kunt natuurlijk helpen met de diensten die u altijd al verleende. Maar net zo belangrijk voor uw relatie zijn:

- hulp bij overnames en uitbreiding, bijv. naar het buitenland
- inkomenszekerheid, ook bij pensioen en arbeidsongeschiktheid
- advies over innovatie en nieuwe verdienmodellen
- focus op doelen en perspectief op de toekomst
- een sparringspartner bij het halen van duurzaamheidsdoelen.

Bij de meeste adviseurs ligt de nadruk op verzekeringsproducten. Gerard Rooks: “Er is tegenwoordig meer behoefte aan een goede risicoanalyse. Elke verandering, elke investering en iedere verhuizing, overname of nieuwe bedrijfsactiviteit brengt risico's met zich mee. Als adviseur kijkt u van de buitenkant naar de plannen van uw relatie. Daardoor ziet u risico's vaak helderder dan de ondernemer zelf. Zeker als u zich wat verder verdiept in risicomanagement. Of bijvoorbeeld iemand in dienst neemt met een achtergrond in risicomanagement. Draagt een verandering bij aan de bedrijfsdoelen? Wegen de baten op tegen de lasten? Is de verandering duurzaam? Het gaat erom dat iemand de juiste vragen stelt. Dat klankbord is voor de ondernemer onmisbaar.”



“Als onafhankelijk adviseur kunt u ondernemers helpen het overzicht te houden.”

“Er is tegenwoordig meer behoefte aan een goede risicoanalyse.”

Stap 3: Ontwikkel uw organisatie om aan te sluiten bij uw strategie

Groei kan niet zonder verandering. De transitie van uw kantoor kan daarom niet zonder aanpassingen in de organisatie. Welke sleutelposities zijn er in uw bedrijf? En zitten daar de beste mensen voor de taak? Sluit hun expertise aan op de diensten die u wilt verlenen, of moet u nieuwe mensen aantrekken, of extra opleidingen aanbieden? Alles valt of staat met de samenstelling van uw team.

Motiveer uw organisatie om de transitie te dragen

Uw plannen kunnen nog zo mooi zijn, als de organisatie ze niet draagt komt er vaak niet veel van terecht, zegt Gerard Rooks. “Uw bedrijf transformeren doet u niet alleen. Betrokkenheid begint ermee dat u uw mensen meeneemt in uw plannen, en al in het vroegste stadium. Stel een werkgroep samen om in overleg een mijlpalenplan uit te werken. Verdeel alle grote doelen in kleine stapjes. En maak daar dan projectgroepjes voor. Wilt u bijvoorbeeld al langer weten of u geen kansen laat liggen bij uw relaties? Dan kunt u een projectgroep aan het werk zetten om al uw relaties eens in kaart te brengen en te segmenteren. Welke diensten passen bij welk segment? Zijn we goed vertegenwoordigd op dat gebied, of laten we stekken vallen? Met zulke deelprojecten maakt u de transitie concreet. Dat zijn de piketpaaltjes van uw transitie. Door de verantwoordelijkheid daarvoor bij uw mensen te leggen, creëert u eigenaarschap. En dat is essentieel voor motivatie.”

Met employer branding haalt u de juiste expertise in huis

De meeste advieskantoren zoeken naar nieuwe medewerkers met de vertrouwde Wft-diploma's. Natuurlijk is die vakkennis onmisbaar, maar om uw bedrijf te laten groeien heeft u meer nodig. Nieuwkomers met een opleiding bedrijfskunde of risicomanagement kunnen goud waard zijn voor uw relaties en dus voor uw organisatie. Uw relaties hebben behoefte aan goede risicoanalyses, dat blijkt uit onderzoeken. Ze willen weten wat de impact van hun keuzes is op hun organisatie. En ze willen dat er altijd iemand meekijkt die zegt: daar liggen kansen, heb je daar wel eens over nagedacht?

“Zorg voor eigenaarschap. Uw bedrijf transformeren doet u niet alleen. Betrokkenheid begint ermee dat u uw mensen meeneemt in uw plannen, en al in het vroegste stadium.”

Maar hoe komt u aan dat jonge talent? Met de vergrijzing in de branche ligt het eerder voor de hand dat kennis verdwijnt dan dat er bijkomt. De krapte op de arbeidsmarkt is ongekend, en afgestudeerde hbo'ers kiezen graag voor een uitdaging met veel kans om te groeien. Daarom is employer branding belangrijker voor uw succes in de toekomst dan u misschien denkt.

Employer branding begint eigenlijk heel simpel: u wilt een goede werkgever zijn voor al uw medewerkers. Zij zijn namelijk de beste ambassadeurs. Uw bedrijfscultuur moet dus helemaal aansluiten bij uw strategische doelen. Als de hele organisatie uw bedrijfscultuur draagt, dan doet u als werkgever iets heel goed. In praktische zin kunt u dan denken aan zaken die te maken hebben met duurzame inzetbaarheid, zoals:

- hybride werken, flexibele werkplekken en -tijden
- aandacht voor fitheid met gezonde lunches en voldoende beweging
- management op afstand en meer autonomie voor medewerkers.

Een open bedrijfscultuur met een gezonde verhouding tussen werk en privé is goed voor het welzijn van uw medewerkers en staf, maar ook voor de productiviteit in uw organisatie.

Werk samen aan de bedrijfscultuur die past bij uw strategie

Een passende bedrijfscultuur is bepalend voor het succes van uw koers, zegt Gerard Rooks. "Die cultuur is de optelsom van uw team, uw kantoor wordt door hen gevormd. Als collectief vormen ze de belangrijkste bijdrage aan uw ambities. En dat geeft ze inspiratie om persoonlijk te groeien. Bij Voorzie helpen we adviseurs bij het bepalen van hun richting.

“U moet een goede werkgever zijn voor al uw medewerkers. Zij zijn namelijk de eerste en beste ambassadeurs voor u op de arbeidsmarkt.”



Voorzie is een consultancyprogramma dat maatwerk biedt aan adviseurs en hun intermediaire organisaties. Geen hoog-over sessies, want alles draait om de dagelijkse praktijk. In strategische sessies helpen we u een businessmodel te ontwikkelen om de toekomst binnen handbereik te brengen. Met heel veel aandacht voor de bedrijfscultuur en daarmee ook hoe u zich kunt profileren op de arbeidsmarkt. Zodat u écht een streepje voor heeft als u de talenten wilt binnenhalen die zo belangrijk zijn voor de waarde van uw advies.”

Uw kernwaarden zijn uw USP's

Arno Brons benadrukt het belang van kernwaarden bij het bepalen van uw bedrijfscultuur. “Die zijn onmisbaar bij het bepalen van uw missie, uw strategie. De kernwaarden van een kantoor zijn de punten waarmee u zich als adviseur onderscheidt van andere spelers in de markt. Kernwaarden gaan over gedrag. En gedrag is de belangrijkste factor voor succes bij het realiseren van je ambities. Dat is echt iets om goed over na te denken. En formuleer elke waarde dan zo precies mogelijk. Zijn we professioneel? Prima, maar waaruit blijkt dat we professioneel zijn? Het is dus niet genoeg om alleen steekwoorden op te schrijven.”

“In strategische sessies helpen we u een businessmodel te ontwikkelen om de toekomst binnen handbereik te brengen.”



Tips & tricks voor ambitieuze Koplopers

Om de stap te zetten naar Koploper in advies is uw bedrijfscultuur net zo belangrijk als uw doelen. Een ondernemer die investeert in zijn team en een optimale werksfeer merkt vanzelf dat er meer kan, dat mensen verantwoordelijkheid durven nemen.

Tip 1: Ontdek de verschillende communicatiestijlen in uw bedrijf

De communicatie met uw medewerkers is erg belangrijk. Zorg ervoor dat ze elkaar feedback geven, maar sta als ondernemer ook zelf open voor wat anderen van u zeggen. Mensen vinden het lastig om feedback te geven en zijn bang om iets verkeerd te zeggen. Dit komt het teamgevoel niet ten goede. Het is daarom belangrijk dat medewerkers leren hoe zij overkomen op een ander. Om uw medewerkers inzicht in hun eigen gedrag te geven, zijn er verschillende instrumenten zoals de praktisch opgezette persoonlijkheidsanalyse DISC. Tijdens een DISC training voor teams leren medewerkers ook elkaars communicatiestijlen beter kennen. Dit vergroot het begrip en leidt tot een betere samenwerking.

Wilt u meer weten van communicatiestijlen? Of de invloed van verschillende persoonlijkheden op uw bedrijfscultuur? Met DISC Teambuildingmethode krijgt u inzicht in de communicatiestijlen van uw team.

[Meer over DISC](#)

Tip 2: Praat met elkaar en niet over elkaar

Feedback is vaak net zo moeilijk te geven als te ontvangen. Het klinkt en voelt al snel als kritiek, terwijl de boodschap juist heel constructief kan zijn. Als iemand ondanks de gevoeligheid toch feedback geeft, dan zegt dat dus iets over hoe belangrijk hij of zij de situatie vindt. Het is goed om daarbij stil te staan en er uw waardering voor uit te spreken. Wat u met de informatie doet, is aan uzelf. Vindt u dat de ander een punt heeft? Gebruik dat



dan om uzelf te ontwikkelen. Bent u het er niet mee eens? Wees daar dan duidelijk in. U hoeft niet altijd toe te geven, maar zorg wel dat u kritisch kijkt naar uzelf en de feedback op waarde weet te schatten. Uw voorbeeldgedrag heeft effect op uw medewerkers, zeker als u ook hen actief stimuleert om open te staan voor kritische kanttekeningen. En hoe meer uw organisatie daaraan gewend raakt, hoe makkelijker het wordt om elkaar met opbouwende feedback tot betere prestaties te brengen.

Tip 3: Begin op tijd

“Als u merkt dat uw omzet stagneert of dat u geen personeel meer kunt vinden, wat u ook probeert, dan bent u op het kritieke punt aangekomen.” Jaap de Louw spreekt uit ervaring. Toen hij in 2011 voor een serieuze reorganisatie stond met Avéro Achmea, was de druk groot. “En onder druk kom je niet altijd tot de beste prestaties, waardoor een transitietraject zwaarder wordt en langer gaat duren dan noodzakelijk. Het is en blijft waar: je dak repareer je het best als de zon schijnt.” Zijn advies aan ambitieuze adviseurs is daarom: “Wacht niet. Begin vandaag met tijd vrijmaken in uw agenda, om eens serieus na te denken over de toekomst. En doe dat niet alleen, maar neem die mensen mee van wie u verwacht dat ze niet bang zijn om andere inzichten te laten horen. Een beter begin is er niet.”

Bent u toe aan groei en een rol als trusted advisor?

[Voorzie](#) heeft alle kennis en jarenlange ervaring om u en uw organisatie te helpen met een succesvolle transformatie naar Koploper in advies. Neem rechtsreeks contact op met [Gerard Rooks](#) of [Arno Brons](#) voor een vrijblijvende afspraak.

“U hoeft niet altijd toe te geven, maar zorg wel dat u kritisch kijkt naar uzelf.”



Bronnen

- (I) Adfiz, 2021, fig. 1.16
- (II) KvK, 2016
- (III) Adfiz, 2021
- (IV) MKB-financieringsplatform October
- (V) Mkb-servicedesk Onderzoek bedrijfsgroei, 2018
- (VI) Ipsos/Allianz 2019
- (VII) Focus op wat er echt toe doet – Rapportage van een kwalitatief onderzoek onder ondernemers die faillissement hebben aangevraagd, Interpolis/GfK, Mei 2018

Avéro Achmea is een merk van Achmea Schadeverzekeringen N.V. in Apeldoorn (ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 08053410 en de AFM onder nummer 12000) en Achmea Services N.V. in Zeist (ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 34136). Achmea is de grootste verzekeraar van Nederland.

**Tránsformeren:
zo wordt u koploper
in advies**