

# Focus Forward Module 1

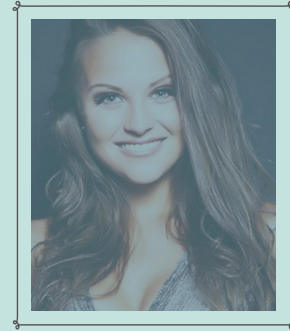


Jouw verhaal



**SARAHDEGROOF**

# Welkom!



We beginnen in deze module met JOU.

Als allereerste stap gaan we reflecteren op hoe het nu verloopt, waar je energielekken zitten en hoe we dit gaan ombuigen. Alles begint bij bewustwording.

Het is belangrijk een objectieve kijk op je huidige situatie te hebben.

Als zelfstandig ondernemer ben je namelijk ook altijd het knelpunt binnen je bedrijf want alles is een reflectie van jezelf.

Groei jij niet verder, dan groeit je bedrijf ook niet verder. Daarom is het belangrijk om heel bewust te zijn van je eigen gedrag, mindset en energielekken.

**Ik wens je veel succes toe!**

Liefs,

Sarah

# Intro

Vanaf nu ga het, zoals mijn motto het zegt, **DAY BY DAY** aanpakken.

Je hebt een week de tijd om telkens de module en de opdrachten te doorlopen

Neem voor de opdrachten echt de tijd.

Plan ongeveer 60 minuten in je agenda in om de opdrachten uit te voeren. Of verspreid de verschillende oefeningen over enkele dagen.

Maar – belangrijk – plan ze vast in je agenda. Plan nu meteen de momenten in wanneer je gaat werken aan de modules en oefeningen.

Denk eraan, een goede voorbereiding is het halve werk!

Neem er een lekkere kop koffie of thee bij, elimineer alle afleidingen en begin!

Zo dit gezegd zijnde is het tijd om een stapje terug te doen en stil te staan bij wat er goed gaat en wat je beter wil gaan doen.



# Jouw verhaal

Jouw complete bedrijf valt of staat aan de hand van twee verhalen.

**1. Het verhaal wat jij jezelf vertelt.**

**2. Het verhaal wat jij de buitenwereld vertelt.**

We zijn onze eigen verhalenvertellers. Onze gedachten staan nooit stil en zijn de hele dag bezig met 'praten'. Ze vliegen alle kanten op en het voelt alsof we continu een film afdraaien waarin wij zelf de hoofdpersoon zijn. De uitdaging hierin is dat we heel vaak niet de held spelen in ons eigen verhaal, maar we houden onszelf klein en spelen eerder een bijrol..

Weinig zelfstandigen zijn perfect tevreden met hun professionele situatie. Waarom: wel er is altijd wel iets...

Te veel werk. Je krijgt je zelfmanagement niet in de greep. Je kan werk en privé-leven niet duidelijk scheiden. Er zijn steeds weer vergelijkbare conflicten met klanten. Je lijdt aan tijdelijke creativiteit blokkades. Je kan geen prioriteiten stellen. Je voelt je soms als in een hamsterwiel. Je wil de verkoop verhogen. Of je wil gewoon een verandering. Zo kan de lijst maar doorgaan. Omdat het zelfstandig leven complex is en de problemen die optreden divers zijn.

We hebben geen baas waar we met problemen terecht kunnen. En we hebben ook geen personeelsafdeling die ons helpt ons bedrijf te ontwikkelen. Nee, wij zelfstandigen zijn de eenzame strijders en moeten het ten grootste deel zelf uitmaken.

Daarom loont het zich dus om na te denken en op tijd en stond te reflecteren.



# Jouw verhaal

Als zelfstandig ondernemer ben jij namelijk je bedrijf en jouw verhaal vormt dan ook de belangrijkste basis voor het creëren van een consistente stroom aan klanten en omzet. Je vraagt je af: Is die WHY nu nog altijd dezelfde als toen ik begon? Of moet ik mijn WHY aanpassen? Wie ben ik, wat wil ik, waar houd ik mezelf nog tegen en hoe kan ik mijn eigen verhaal inzetten.

Daarom help ik je in dit programma om jezelf beter te leren kennen zodat jij ervoor kunt zorgen dat jouw bedrijf ook echt een verlengstuk is en blijft van jezelf. Daarnaast help ik je in deze module ook om erachter te komen waar jij jezelf nog saboteert met betrekking tot je groeien in je productiviteit.

**Je gaat jezelf de komende tijd coachen, wat dus wil zeggen: je gaat denken in oplossingen, niet in problemen.**

Coachen is: groot denken, vrij, niet voorbedacht denken. Je gedachten toelaten en ermee spelen, hoe absurd ze op het ogenblik ook mogen lijken. En zonder 'ja, maar ...'. Met coaching sta je jezelf toe nieuwe mogelijkheden te ontdekken ", zeg ik altijd.

We beginnen dan ook gelijk met het analyseren van je huidige situatie. Het is belangrijk om daadwerkelijk stil te staan bij hoe het nu verloopt.

We gaan gelijk aan de slag met de eerste opdracht.

Ik zou willen dat je voldoende tijd neemt om eerlijk de vragen van opdracht 1 te beantwoorden. Niet snel snel, maar echt even diep in en uit ademen en waarnemen welk gevoel de vraag in je hoofd en lichaam oproept.



# OPDRACHT 1

## Beantwoord de volgende vragen:

Stel jezelf de volgende vragen, beantwoord schriftelijk en zo gedetailleerd mogelijk. Wees zo eerlijk mogelijk tegenover jezelf.

### Hoe loopt het nu?

---

---

---

---

---

---

---

---

### Waar krijg je momenteel het meeste energie van?

---

---

---

---

---

---

---

---

# OPDRACHT 1

## Beantwoord de volgende vragen:

**Waar ben je trots op?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Wat ging er niet goed afgelopen tijd?**

---

---

---

---

---

---

---

---



# OPDRACHT 1

## Beantwoord de volgende vragen:

**Wat koste je veel energie?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Waar zou jij graag meer tijd aan willen besteden?**

---

---

---

---

---

---

---

---





# Energiemanagement

Naast het feit dat we als mens allemaal bepaalde behoeftes hebben om ons vrij en gelukkig te voelen, hebben we ook allemaal bepaalde grenzen. Als zelfstandig ondernemer ben JIJ je bedrijf. Val jij om, dan valt je bedrijf om. Daarom wil ik je ook vragen om er heel goed naar te kijken waar jouw grenzen zijn, zodat je ervoor kunt zorgen dat je mentaal maar ook fysiek voldoende energie blijft houden om te kunnen doen wat je wilt doen.

Wat dat betreft heeft het bouwen van een succesvol bedrijf niet alleen te maken met strategie, maar ook met je energie en mindset. Ik zie het zo:

## 1. Energie

Je energie vormt de onderste fundering van je bedrijf. Ben jij bijvoorbeeld doodmoe? Dan kun je nog zoveel willen, maar dat lukt niet.

## 2. Mindset

Je mindset vormt de middelste laag van de fundering van je bedrijf. Je kunt namelijk alle kennis hebben van sales en marketing, maar als jij bijvoorbeeld de overtuiging hebt dat je niet goed genoeg bent, dan zul je alsnog niet een aanbod doen, ook al weet je hoe het zou moeten. Je moet er zelf echt in geloven.

## 3. Strategie

Je strategie vormt de bovenste laag van de fundering van je bedrijf. Pas als jij je energiek en mentaal zeker voelt zullen alle sales- en marketingactiviteiten resultaat gaan opleveren.

Om ervoor te zorgen dat jij genoeg energie overhoudt, is het belangrijk om grenzen te bepalen voor jezelf. Doe je dat niet? Dan zul je ervaren dat jij zelf maar ook jouw klanten bijvoorbeeld over deze grenzen heen gaan waardoor er problemen ontstaan.



# Energiemanagement

Denk daarom voor jezelf ook goed na over dingen als:

Wanneer werk je aan je bedrijf? En wanneer ben je vrij om op te laden?

Wanneer ben jij beschikbaar voor je klanten? Zorg dat je je hier ook aan houdt. Ben je niet beschikbaar op zaterdag, maar krijg je toch een e-mail, reageer dan nog niet en wacht tot maandag.

Hoeveel uur slaap per nacht heb jij nodig om jezelf fit en energiek te voelen? Zorg dat je je hier aan houdt.

Veel ondernemers gaan hier de mist mee in. Ze worden ondernemer om meer vrijheid te ervaren, maar gaan vervolgens over al hun grenzen heen uit angst dat er iets mis gaat met bijvoorbeeld hun klanten als ze even de controle los laten.

De juiste focus heeft ook met energiebesparing te maken.

Wanneer je jezelf ervan bewust wordt ga je jouw kostbare tijd en energie niet meer onnodig verspillen aan allerlei onbenullige dingen.

Een verkeerde focus maakt je leven 10 keer vermoeiender als het zou moeten zijn.

Met de juiste focus, wordt alles makkelijker. Je hebt meer tijd en kracht voor de dingen die voor jou het belangrijkste zijn, de dingen die je tevredenstellen, die je vreugde brengen, die je laten lachen.

Daarom is de juiste focus zo belangrijk. En daarom doe je ook hoogstwaarschijnlijk mee aan dit programma.

**Ik vind het geweldig dat je erbij bent en je vaardigheden op dit gebied wilt versterken en ontwikkelen.**

# OPDRACHT 2

# Energiemanagement

Beschrijf of teken wat je behoeftes en verlangens zijn aankomende tijd. Hoe voel je je op dit moment? Wat wil je nog bereiken? Met wie wil je dit bereiken? Wat moet je daarvoor doen? Durf groot te denken. Hoe ziet je komende jaar eruit? Wat gebeurt als alles perfect zou gaan? Waarom wordt het een geweldig jaar? Schrijf, teken, laat je verwachtingen los en durf te dromen.

**TIP: hoe gedetailleerder hoe beter!**

## Mijn verhaal



## Jouw verhaal

# OPDRACHT 3

## Zeg vaarwel tegen je afgelopen jaar!

Wat moet je nog meer zeggen om het afgelopen jaar of periode af te sluiten?

Wat moet je laten gaan voordat je kan beginnen aan dit nieuwe hoofdstuk?  
Teken of schrijf, en evalueer dan wat je neergezet hebt.

Zet er een kruis achter: Laat het allemaal gaan.

**Vaarwel aan:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# Jouw waarom

Ergens is er een stemmetje die zegt dat jij een gave hebt. Dat je hier bent om iets heel moois met de wereld te delen en dat je dat kunt. Maar tegelijkertijd is er vaak ook een ander dominerender stemmetje die zegt dat jij niet bijzonder bent. Wat heb jij nu te bieden? Waarom zouden mensen van jou iets kopen? Ga je dit verkopen? Dat is echt nog niet goed genoeg.

Daarom is het niet alleen belangrijk om er bewust van te zijn dat het verhaal wat jij de buitenwereld vertelt – een sales en marketing strategie is – maar ook het verhaal wat jij jezelf vertelt..

Uiteindelijk is het namelijk niet de ondernemer die het beste is in zijn/haar vak die 'wint' maar de ondernemer met het meeste zelfvertrouwen.

Het goede nieuws is dat je zelfvertrouwen kunt opbouwen. Het verhaal wat jij jezelf vertelt is ontstaan door alles wat je gezien, gehoord en ervaren hebt in je leven. Heb jij bijvoorbeeld vroeger ooit van een juf gehoord dat je niet zo slim bent? Dan is de kans groot dat deze 'waarheid' je nog steeds achtervolgt.

**Als mens zijn we ontzettend beïnvloedbaar en heel gevoelig voor meningen van anderen. Wat je alleen mag beseffen is dat alles meerdere kanten heeft, meerdere waarheden.**

Zo ziet de ene persoon bijvoorbeeld een jonge vrouw die naar rechts kijkt in nevenstaande afbeelding terwijl de andere persoon het profiel van een oude vrouw ziet.

Beide zijn waar.

**Het is maar net hoe je het bekijkt.**



# Jouw waarom

En zo geldt dat ook voor jou. Zo zal de ene persoon vinden dat jij mega inspirerend bent en heel veel waardevolle kennis hebt, terwijl de andere persoon net een paar stapjes voor loopt op jou en daardoor de kennis die jij deelt minder waardevol vindt. De truc is om je te focussen op de groep die 'achter' je staat en voor wie je waardevol bent in plaats van de groep die 'voor' je staat.

Besef goed: 80% goed genoeg voor jou is al 140% (dus fantastisch) voor een ander en tegelijkertijd is het 40% (niet waardevol) voor weer een ander. Maar dat is ook het mooie want zo is er voor iedereen voldoende. We zijn namelijk allemaal op een ander punt met betrekking tot het pad wat we bewandelen. Zo trek ik als coach enerzijds veel mensen aan omdat ik over kennis bezit die zij willen, maar anderzijds stoot ik ook ondernemers af omdat ze het gevoel hebben dat de kloof tussen hen en mij te groot is. En alles is daarin oké.

Lange tijd heb ik gedacht dat het bouwen van een succesvol bedrijf vooral te maken heeft met het ontwikkelen van een uniek product zodat je op die manier kunt concurreren.

Gedeeltelijk is dit natuurlijk ook zo, maar ik ben steeds meer gaan beseffen dat concurrentie onder zelfstandig ondernemers eigenlijk een illusie is. Het bestaat niet echt. Er zullen altijd andere ondernemers zijn die een soortgelijk product hebben als jij, maar er is niemand zoals jij. En uiteindelijk kopen mensen van mensen.

**Je Unique Selling Point als zelfstandig ondernemer is dan ook niet zozeer je product, maar eerder de combinatie van jouw product, jouw persoonlijkheid en je verhaal.**

Tegenwoordig moeten klanten niet alleen jouw product willen, ze moeten jou hun aankoop ook gunnen en je vertrouwen

# Jouw waarom

Dit zie je ook terug in Google Analytics. Hiermee kun je zien hoeveel bezoekers er op jouw website zijn geweest en welke pagina's ze hebben gezocht. De meest gelezen pagina op websites is altijd de homepage en wordt in 90% van de gevallen gevolgd door de Over Ons/Over Mij-pagina. Dit heeft te maken met de manier waarop onze hersenen werken. We denken vaak dat we rationele wezens zijn, maar eigenlijk zijn we juist heel emotionele wezens en zijn we continu op zoek naar connectie met andere mensen.

Ons brein heeft bijvoorbeeld de volgende drie onderdelen:

**1. Het rationeel brein** | Dit is het deel van ons brein waarmee we logische beslissingen nemen en waarmee we ons lichaam aansturen.

**2. Het limbisch brein** | Dit is het deel waarmee we voelen en emoties ervaren. Dit is het meest actieve deel.

**3. Het reptielenbrein** | Dit is ons overlevings brein. Het zorgt er bijvoorbeeld voor dat we zin hebben in eten en sex zodat we blijven leven en ons voortplanten.

Lange tijd hebben we gedacht dat we vooral op basis van ratio (koop-) beslissingen nemen, maar uit verschillende wetenschappelijke onderzoeken is inmiddels gebleken dat dit deel van ons brein maar voor zo'n 5% actief is. Ons limbisch brein – dit wordt ook wel ons emotioneel brein genoemd – is daartegen juist het meest actief. Het is voor 95% van de dag actief.

**Om er dus voor te zorgen dat jouw potentiële klanten een connectie voelen met jou en je bedrijf is het belangrijk om dit deel van het brein te prikkelen en dat doe je met je verhaal en je WHY.**



# Connectie

Door middel van je verhaal ontstaat er namelijk herkenning, vertrouwen en verbinding.

Ik wil jou daarom ook uitdagen om even stil te staan bij wie je bent, waarom je doet wat je doet en hoe je dit zo goed mogelijk kunt uitdragen in je sales- en marketingactiviteiten. Welke onderdelen horen bij jouw verhaal en zijn dus jouw “personal brand” zodat je jouw ideale klant systematisch aantrekt?

De belangrijkste dingen waarop we als mensen met elkaar connecten zijn:

- ✓ Herkomst
- ✓ Mindset
- ✓ Taal
- ✓ Terminologie
- ✓ Humor
- ✓ Interesses
- ✓ Pijn
- ✓ Energie
- ✓ Gebeurtenissen

Dit zijn dus de dingen die jij van jezelf mag laten zien om de juiste mensen aan te spreken.

# Hoe draag je jouw verhaal uit?

Een van de belangrijkste onderdelen van jouw verhaal is jouw WHY. Oftewel: de reden waarom je doet wat je doet.

Daar ligt namelijk vrijwel altijd een emotie aan ten grondslag en door dat uit te dragen trigger je ook weer een gewenste emotie bij je ideale klant.

Mooie voorbeelden van bedrijven met een krachtige WHY zijn Happy Tosti en Heilige Boontjes.

Dit zijn beide restaurants met een heel simpel productaanbod, maar bij Happy Tosti geloven ze bijvoorbeeld dat iedereen onderdeel moet kunnen zijn van de werkende maatschappij en daarom werken ze met verstandelijk gehandicapten.

**Hun productaanbod is simpel, maar hun WHY is zo krachtig dat het groeit als kool.**

Als ook Heilige Boontjes. Zij hebben net als Happy Tosti een simpel productaanbod (koffie), maar geloven dat ex-gedetineerden een plek verdienen in de maatschappij. Deze mensen hebben vaak moeite met het vinden van een baan en worden hier juist aangenomen.

Doordat hun WHY een bepaalde emotie triggert, kies je voor hen in plaats van bijvoorbeeld een 'gewoon' tosti-restaurant. Het kan je dus enorm helpen om klanten aan te trekken als je jouw why consistent deelt.

Mijn why staat bijvoorbeeld ook heel duidelijk op mijn website en deel ik regelmatig op mijn online kanalen. Het helpt om mijn ideale klant aan te trekken, maar wat ik nog veel belangrijker vind, is dat het een pull effect heeft op mij. Doordat ik zo'n diepe emotionele verbinding voel met mijn why heb ik elke dag weer zin om aan de slag te gaan en mijn why uit te dragen.

# Hoe draag je jouw verhaal uit?

Nu wil ik echter wel benadrukken dat het super fijn is als je een heldere why hebt, maar het is ook iets wat tijd kost. L

aat je niet tegenhouden in het ondernemerschap doordat je bijvoorbeeld nog geen heldere why hebt. Je ontdekt je why juist door te beginnen, door dingen te proberen en dan kom je er gaandeweg achter wat jou vanuit het diepste van je ziel drijft.

Misschien heb je nu wel het gevoel dat je nog niet helemaal doet waar je voor gemaakt bent. Dat is helemaal oké. Waarschijnlijk heb je dan eerst deze ervaring nog nodig om er achter te komen waar je dan wél voor gemaakt bent.

Iemand die heel bekend is op dit gebied is Simon Sinek. Hij heeft jarenlang onderzoek gedaan naar organisaties vanuit de vraag: hoe kan het dat het ene bedrijf wel succesvol is en het andere bedrijf niet?

Hij ontdekte dat succesvolle organisaties op een andere manier communiceren met hun doelgroep. Veel bedrijven vertellen enkel wat ze doen en hoe ze het doen. De meest succesvolle bedrijven vertellen ook wat ze doen en hoe ze het doen, maar eerst vertellen ze waarom ze het doen.

Je kan de extra video bekijken op de pagina van module 1. In het filmpje legt Simon Sinek het zelf verder uit.

# OPDRACHT4

## Hoe draag je jouw verhaal uit?

Welk verhaal vertel jij jezelf? Wat geloof jij ten aanzien van jezelf? Wat is jouw WHY? Waarom doe jij wat je doet? Welk verschil probeer je te maken in de wereld?

**TIP: hoe gedetailleerder hoe beter!**

---

---

---

---

---

---

---

---

# Kennen je medewerkers jouw verhaal?

Ik vind het ook belangrijk dat jouw bedrijfsverhaal schriftelijk is vastgelegd. Het moet voor iedere medewerker en klant toegankelijk zijn.

Deze “handleiding” dient jouw medewerkers als ondersteuning en leidraad, waardoor conflicten en onzekerheden worden voorkomen.

- Hoe transporteer ik mijn verhaal aan mijn medewerkers?
- Heb ik een speciale initiatie (inwijding) voor nieuwe medewerkers
- Vraag je medewerkers in een paar zinnen jou (en dat van je bedrijf) verhaal te vertellen. ( een goede oefening om de blik van buiten uit te proberen)

Zeker voor nieuwe medewerkers is de kennis van filosofie, jouw verhaal een belangrijk uitgangspunt.

Want een gedeelde missie zorgt voor een gevoel van samenhang, wat weerom een positieve werksfeer creëert.

**Als iedereen het waarom en het doel kent, kan vrijwel niemand verdwalen en heeft niemand het gevoel het pad alleen te moeten bewandelen.**

# Outro

Er is nog één belangrijk punt waar we even moeten bij stilstaan: Voor wie wil je dit programma succesvol bereiken?

Het enige juiste antwoord hierbij is: "Voor mijzelf".

Stel geen doelen op omdat andere mensen die belangrijk vinden. Niet voor je vrienden, ouders, familie,... Stel enkel doelen die je zelf echt wil behalen en waar je een sterk gevoel bij hebt. Alleen dan zal je jezelf geïnspireerd en gemotiveerd voelen.

Neem je verantwoordelijkheid voor de dingen die niet goed zijn gegaan. Verzin geen excuses waarom dingen zo zijn gegaan.

Alleen jij bent degene die de situatie kunt veranderen en jij maakt je eigen besluiten. Wanneer je niet tevreden bent met de situatie ben jij degene die dit kan veranderen (gelukkig maar!)

Wees trots en blij met de dingen die goed zijn gegaan het afgelopen jaar. Dit zijn jouw verdienste, gefeliciteerd!

In de volgende module gaan we bekijken hoe bewust je omgaat met jouw kostbare tijd.

Tot dan!

Sarah

**“You either walk  
inside your story and  
own it  
or  
you walk outside your  
story and hustle  
for your worthiness.”**

**– Brené Bro**



**SARAHDEGROOF**

Copyright 202: Sarah De Groof  
Auteur: Sarah De Groof  
Organisatie: Sarah De Groof Succescoach

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, door middel van druk, fotokopieën, geautomatiseerde gegevensbestanden of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Ook het plaatsen van directe links naar de bestandslocatie van dit document op websites, in email nieuwsbrieven of andere vormen van digitale media is niet toegestaan.