

Shell

liveWIRE



NR.

4

**NIET OVER GELD****FINANCIERING****FONCKEL**

nieuw licht

**GAMEBASICS**

soccer manager

**YOURSURPRISE**

persoonlijk cadeau

**WEG NAAR GROEI****GOUDEN TIPS****SHELL LIVEWIRE****INSPIRATIE VOOR JONGE INNOVATIEVE ONDERNEMERS**

“We hebben jonge innovatieve ondernemers nodig om maatschappelijke problemen te kunnen aanpakken. Daarbij geven dit soort innovaties vertrouwen in de toekomst omdat zij bijdragen aan economische groei. Shell LiveWIRE laat zien dat Nederland bruist van ondernemerschap.”

**Rinke Zonnevel**  directeur Ondernemerschap bij het Ministerie van Economische Zaken.



“Bijna tweederde van de Nederlanders is van mening dat innovatie nodig is om uit de huidige economische crisis te komen. Dat blijkt uit de Nationale Innovatie Enquête die Ipsos Synovate in opdracht van Shell heeft uitgevoerd. LiveWIRE begeleidt ieder jaar meer dan 600 innovatieve ondernemers en geeft steun aan innovatie. Dit is juist in tijden dat de economie onder druk staat belangrijk. De succesvolle combinatie van innovatie en ondernemerschap maakt het verschil.”

**Dick Benschop**, President-directeur Shell Nederland B.V.



“Syntens Innovatiecentrum versterkt het innovatievermogen van ondernemers in Nederland. We werken samen met LiveWIRE door jonge ondernemers bij hun groeiambities te begeleiden en hen te helpen eerder, beter en sneller te innoveren. Deze ondernemers laten zien wat innovatie betekent! Laat ze een voorbeeld zijn voor vele ondernemers.”

**Piet van Stalduinen**, directeur Syntens Innovatiecentrum

# FINANCIERING

## Een financieringsvraag gaat niet over geld

Er is een toenemende vraag van innovatieve ondernemers naar financiering. Ook door andere kapitaalverschaffers dan banken. Tegelijk zijn financierende partijen op zoek naar goede business cases. Maar de ideale match tussen financier en ondernemer is er nog niet. De partijen spreken niet dezelfde taal en weten elkaar niet direct te vinden. Zowel ondernemers als financierende partijen hebben baat bij meer kennis over elkaar en over andere relevante partijen die betrokken zijn bij innovatiefinanciering. De landelijke Masterclasses Financiering bieden ondernemers in het gehele land gedegen kennis en geven een springplank naar het binnenhalen van financiering.

### Bouwen aan brede kennis over financiering

“Financiering is een samenspel van factoren en partijen, denk aan overheidsbeleid, banken en informal investors”, zegt Pieta Stam, innovatieadviseur bij Syntens Innovatiecentrum en betrokken bij LiveWIRE. “Het financieren van innovatie en groei was altijd al complex en lijkt de laatste jaren steeds complexer te worden. Het is moeilijk om een goed plan op te stellen inclusief het financiële deel. Daarnaast veranderen de aanbieders van financiering en van ondernemers worden nu meer vaardigheden verwacht. Met landelijke masterclasses reiken we ondernemers de hand om kennis en inzicht in alle gebruikelijke financieringsvormen te verkrijgen.”

### Match financier en onderneming

Banken zijn voorzichtig als het gaat om het verschaffen van bedrijfsfinancieringen. Wil je als ondernemer bankiers overtuigen om geld te lenen, dan zul je je beweegredenen daarvoor goed over de Bühne moeten brengen. Tijdens de masterclasses wordt de manier werken van bankiers uitgebreid belicht en worden ervaringen en inzichten gedeeld. En wat als het hier toch vastloopt? Hoe vind je dan de juiste investeerder? Pieta Stam: “Ondernemers moeten leren kijken wanneer er sprake is van een goede match tussen een financier en hun onderneming. In de masterclasses gaan we in op de denkwijze en beoordelingscriteria van financiers en laten we zien hoe een financier een businessplan screent.

De beste lessen komen uit de praktijk, dus bespreken we de typische valkuilen waar ondernemers tegen aan lopen.”

### Niet over geld

Veel ondernemers denken dat het bij financiering meteen over geld gaat. Zij gaan op zoek naar lijstjes met namen van financiers. Verspilling van tijd en energie! Geld is een middel, het doel is om een stap verder te komen met je onderneming. Het leidt tot veel betere resultaten om geld te zien als de sluitsteen van een stevige boog waar ondernemer en financier elkaar willen versterken. En daar hoort een gezonde spanning bij.

### Waarover dan wel?

Ambitieuze ondernemers zijn cruciaal voor een goed functionerende economie. Zij leveren toegevoegde waarde aan hun klanten én zij bouwen waarde op in hun bedrijf. Het langetermijnperspectief stuurt de belangrijke beslissingen. De focus op waardecreatie in plaats van op kortetermijnwinst vertaalt zich dan in een goede positionering, klanten als ambassadeurs en een sterke merknaam. Het is gebleken dat financiers deze focus met een hogere waardering belonen.

### Durf selectief te zijn

Traditionele businessmodellen zetten je klem in risicovolle en kostbare bedrijfsvoering. Commerciële pit betekent ook meer alternatieven bedenken en meer experimenteren om



**Innovatieadviseur Pieta Stam helpt ondernemers op weg naar financiering.**

tot een slimmer businessmodel te komen. Kortom, eruit halen wat er in potentie in zit! Een strakke uitvoering staat zelden hoog op de wensenlijst... En juist dit heb je het meest in eigen hand. Heldere afspraken maken, ook over betalingsvoorwaarden, snel rekeningen uitsturen, bovenop de inning zitten. Selectief durven zijn. Prestaties meten en bespreken met het team. Financiers vinden dit vanzelfsprekend, maar de meeste ondernemers hebben nog veel te winnen.

### Prikkel de investeerder

Hoe kan ik de groei van mijn bedrijf versnellen? Juist die vraag prikkelt een actieve investeerder. Indien je kan laten zien dat jouw bedrijf een aanzienlijk groeipotentieel heeft, overweegt een financier of en op welke manier hij kan bijdragen aan deze groei. Heb ik een goed netwerk voor dit bedrijf, kennis die aansluit bij de situatie, vertrouwde mede-investeerders? Bespreek deze groei-versnellers met financiers. De boog staat stevig op twee pijlers!

### Leer meer over financiering

Een goede voorbereiding vergroot kansen op een lening. Tijdens de masterclasses ‘Financiering van innovatie’ die het gehele jaar gegeven worden leer je hoe je dat doet. Kijk in de agenda van [www.livewire.nl](http://www.livewire.nl) en kijk of er bijeenkomsten zijn bij jou in de buurt. ■





## MASTERCLASSES FINANCIERING

Ondernemers kunnen het gehele jaar de juiste kennis en skills gaan ontwikkelen om succesvol financiering te behalen tijdens masterclasses. Kennis en praktijk wisselen elkaar af en je leert bovendien collega-ondernemers kennen waarmee je ervaringen kunt delen. Gezamenlijk gaan we aan de slag tijdens deze Masterclass om financiering voor jouw onderneming te verkrijgen!

### Financiering van innovatie voor groei

Tijdens deze praktische masterclass leer je waar te beginnen als je als ondernemer je innovatie- of groei-plannen wilt financieren. Je krijgt een overzicht van de mogelijkheden die er zijn, inclusief de minder bekende, zoals familie/vrienden, crowdfunding, subsidies en fiscale opties. Daarnaast wordt duidelijk welk type financiering bij welk bedrijf past en wat er nodig is om voor financiering in aanmerking te komen. In de masterclass worden concrete handreikingen gedaan voor acties die de kans op innovatie- en groeifinanciering vergroten. Deze bijeenkomst mag je niet missen omdat je een onafhankelijk beeld krijgt van het complete financieringsspectrum.

### Een investeerder voor de groei van je bedrijf

Wanneer kies je ervoor om een investeerder bij je onderneming te betrekken? En hoe vind je de juiste investeerder? De ene investeerder is immers de andere niet. We maken een vergelijking tussen de verschillende soorten investeerders en kijken wanneer er sprake is van een goede match tussen een investeerder en een onderneming. Ook gaan we in op de denkwijze en beoordelingscriteria van investeerders en zien we hoe een investeerder een businessplan screent. De beste lessen komen uit de praktijk, dus bespreken we de typische valkuilen waar ondernemers tegenaan lopen. Verder nemen we het investeringsproces met je door zodat je weet welke stappen en onderdelen je kunt verwachten.

### De rol van de bank bij de groei van je bedrijf

Banken zijn zeer kritisch als het gaat om het verschaffen van bedrijfsfinancieringen. Financiering van innovatieve starters en aanvragen voor groeifinanciering stuiten op veel scepsis. Bankiers hanteren specifieke beoordelingscriteria. Wil je bankiers overtuigen om financiering te verstrekken, dan zul je deze criteria en hun beweegredenen moeten kennen. Heb je eenmaal een bankier aan boord, dan is het verstandig om een goede relatie te ontwikkelen. Niemand wordt graag geconfronteerd met negatieve verrassingen, ook de bank niet. In deze bijeenkomst leer je hoe bankiers te werk gaan, waar op te letten bij het aanvragen van een financiering en hoe jij als ondernemer succesvol kunt ondernemen met je bankier als partner. ■

Aan de slag? Dat kan, schrijf je in via [www.livewire.nl](http://www.livewire.nl)

We zien je graag terug bij de masterclasses!

## FONCKEL

### Fonckelnieuw lichtconcept in het brandpunt van de belangstelling

De verlichtingswereld heeft het laatste decennium een duizelingwekkende ontwikkeling doorgemaakt. Met name de ontwikkeling van nieuwe lichtbronnen, zoals LED, springt hierbij in het oog.

Ondanks deze innovatiegolf is het bedieningsmechanisme van licht lang buiten schot gebleven. Met de introductie van lichtbediening op basis van gebaarherkenning doorbreekt Fonckel deze situatie.

Nadat Philip Ross als industrieel ontwerper afstudeerde aan de TU Delft, besloot hij zich tijdens zijn promotieonderzoek aan de TU Eindhoven te verdiepen in het ontwerpen van nieuwe vormen van bediening van interactieve producten. "Ik heb me hierbij gespecialiseerd in verlichting," aldus de medeoprichter van Fonckel. Ross ging bij het ontwerpproces uit van het menselijk vermogen om complexe zaken uit te voeren met behulp van lichamelijke vaardigheden.

#### Surplus aan intelligentie in behuizing

"Ik geloofde niet in het toegankelijk maken van nieuwe functionaliteit door nog meer knoppen op een apparaat te plaatsen of er een afstandsbediening aan te verbinden. Het menselijk lichaam is tot zoveel in staat. Denk bijvoorbeeld aan viool spelen of aan het knippen van ingewikkelde patronen met behulp van een schaar. Waarom zou je de interactie beperken tot het indrukken van een knop?" Het resultaat van deze filosofie is een buitengewoon fraai vormgegeven designlamp waarvan de bediening het best kan worden omschreven als intuïtief. Tijdens de ontwikkeling van het product was de grootste uitdaging om de



geavanceerde optica, de gebaarherkenningssoftware, de speciaal ontwikkelde materialen en texturen én de intelligente LED-aansturing in de behuizing van één strak vormgegeven model weg te werken. Ross: "Mede dankzij de samenwerking met vier engineering partners hier in de regio Eindhoven zijn we hier goed in geslaagd."

#### Intuïtieve bediening

De basis voor de intuïtieve bediening vormt de aanraakgevoelige behuizing. Door de rug van de lamp op een bepaalde manier met de hand aan te raken, kan de gebruiker het licht volledig naar eigen wens en behoefte instellen. De lichtbundel kan hiertoe op eindeloos veel manieren traploos worden ingesteld. De bediening laat zich nog het best vergelijken met de interactie met Apple-apparaten. Door een intuïtieve beweging van de hand wordt de intensiteit van het licht aangepast of wordt de lichtbundel bijvoorbeeld naar links of naar rechts verplaatst of juist verbreed of versmald.

#### Succesvolle introductie

Tijdens de introductie op de internationale beurs 'Light + Building 2012' in Frankfurt gooide Fonckel hoge ogen met haar innovatie. "Tijdens deze beurs is zeer enthousiast gereageerd op ons nieuwe verlichtingsconcept. Deelname aan deze beurs heeft ons veel contacten en leads opgeleverd," aldus Ross.

"Op dit moment hebben we al overeenkomsten met distributeurs in de Benelux, Duitsland, Frankrijk en Turkije. Stuk voor stuk beschikken deze partners in hun land over een krachtig professioneel netwerk in de wereld van inrichters, ontwerpers en architecten. Daarnaast is onze webshop sinds kort operationeel." Naast het opbouwen van een eigen portfolio van aantrekkelijke designlampen gelooft de deelnemer aan de Shell LiveWIRE competitie in de mogelijkheid om de opgedane kennis en ervaring in de vorm van licenties te vermarkten. "Het veranderen van de lichtinstelling door middel van aanraking hebben wij gepatenteerd. Vooral in de medische en automotive sector liggen er uitstekende mogelijkheden."

#### Winnaar LiveWIRE Award 2012

Op donderdag 20 december 2012 vond de uitreiking van de Shell LiveWIRE Award 2012 plaats. Fonckel ontving de prijs voor jonge innovatieve ondernemers uit handen van André Kuipers. Fonckel overtuigde de jury met hun vernieuwende lichtconcept en wist €10.000,- in de wacht te slepen. Ook wonnen zij de publieksprijs met 38% van de stemmen die online door het grote publiek werden uitgebracht. De Shell LiveWIRE Award wordt jaarlijks georganiseerd door Shell en Syntens Innovatiecentrum. De Award wordt ieder jaar uitgereikt aan de ondernemer die de jury weet te overtuigen van zijn innovatie vermogen en ondernemerschapkwaliteit. ■





## GAMEBASICS

Dankzij de populaire internetgame Online Soccer Manager voelen dagelijks miljoenen voetballiefhebbers zich voor even manager van hun favoriete voetbalclub. De status van één van 's werelds populairste voetbalmanagerspellen kwam het Zoetermeerse bedrijf Gamebasics echter niet aanwaaien. Mede met hulp van Syntens Innovatiecentrum slaagden de oprichters erin de groei van Gamebasics in goede banen te leiden, zowel in technologisch als in organisatorisch opzicht.

"Zolang er nog voetballiefhebbers zijn die niet meedoen aan ons spel, is er voor ons nog werk aan de winkel," schetst bedenker Jeroen Derwort de grenzeloze ambitie van Gamebasics. Samen met zijn compagnon Frank Tijhuis wil hij zoveel mogelijk voetbalfans tien minuten per dag het gevoel geven dat zij manager zijn van hun favoriete voetbalclub. De focus op deze missie leidde inmiddels tot meer dan 2,5 miljoen unieke deelnemers op maandbasis. OSM wordt inmiddels gespeeld van Brazilië tot Thailand en van Italië tot Indonesië.

### Virtueel manager

Als virtueel manager beheert elke deelnemer zijn team van A tot Z. Om de door het bestuur opgelegde doelstelling te realiseren, heeft de deelnemer een ruim arsenaal aan mogelijkheden ter beschikking. Deze zijn volgens Derwort zowel voetbaltechnisch als meer organisatorisch van aard. "De deelnemer bepaalt onder meer de tactiek, organiseert de trainingen en stelt de opstelling vast. Maar daarnaast kan de manager in spé bijvoorbeeld ook besluiten om de capaciteit van het stadion uit te breiden."

"ZOLANG ER NOG VOETBALLIEFHEBBERS ZIJN DIE NIET MEEDOEN AAN ONS SPEL, IS ER VOOR ONS NOG WERK AAN DE WINKEL."

### Plafond bereikt

Toen Gamebasics in 2009 het plafond binnen de toenmalige mogelijkheden bereikte, riep Frank Tijhuis de hulp in van Syntens innovatieadviseur Leon van der Sande. "Zowel in technologisch als in organisatorisch opzicht liepen we op dat moment min of meer vast," aldus Tijhuis. "Samen met Leon hebben we toen onder meer een innovatiescan van ons bedrijf gemaakt. Dit bleek voor ons een zeer waardevolle methode om onze eigen gedachten te ordenen. Ook heeft Leon ons in contact gebracht met een ander IT-bedrijf uit deze regio, dat vijf jaar eerder voor dezelfde uitdagingen stond. Uit dit gesprek haalden wij veel inspiratie en we hebben meteen een aantal acties in gang gezet." Daarnaast introduceerde innovatieadviseur Van der Sande de beide Zoetermeerse ondernemers binnen een ondernemerskring van snel groeiende bedrijven binnen het netwerk.

### Focus

In de beginjaren hadden we nog verschillende activiteiten. Door de eigen ervaring en de ervaringen van collega IT-bedrijven heeft Gamebasics zich sinds 2007 uitsluitend geconcentreerd op deze missie. Dit is één van de belangrijkste succesfactoren. "We worden regelmatig gevraagd voor interessante opdrachten in de gamewereld, maar zeggen altijd nee", aldus Derwort. "Daarnaast is ons wervingsbeleid helemaal gericht op voetballiefhebbers en toptalent dat zichzelf wil ontwikkelen. We doen hieraan ook geen concessies", vult Tijhuis aan.

### Snelle groei

In de periode na de deelname aan de MKB Innovatie Top 100 heeft Gamebasics een flinke groei doorgemaakt, van 10 naar 18 medewerkers, terwijl het aantal deelnemers verdrievoudigde van 800.000 naar 2,5 miljoen. "Voor de ontwikkeling van versies voor Facebook, iPhone en Android-toestellen zijn hierbij belangrijk geweest.

Daarnaast bieden we Online Soccer Manager inmiddels aan in 19 verschillende talen," aldus Derwort. "Om dit goed te kunnen managen hebben we de organisatie moeten aanpassen. Er is nu een developmentteam dat enthousiast gebruik maakt van de ontwikkelmethode SCRUM. Bij het marketingteam wordt de AARRR methode gebruikt." De omzet van Gamebasics is de laatste twee jaar verdrievoudigd.

### Groeiende complexiteit

Omdat het ontwikkelproces als gevolg van de uitbreiding van platformen, browsers en taalversies een stuk complexer is geworden, heeft Gamebasics eind 2012 wederom een beroep gedaan op innovatieadviseur Van der Sande. De grondleggers van het populaire voetbalmanagerspel legden Van der Sande de vraag voor hoe zij hun testproces moesten herinrichten om het aantal bugs terug te brengen. "Leon heeft ons daarop in contact gebracht met TNO. Dankzij het advies van twee specialisten van TNO zijn wij inmiddels in staat geweest om de kwaliteit van ons ontwikkelproces over de hele linie te verbeteren," aldus Derwort. "Mede dankzij het netwerk, de betrokkenheid en de begeleiding van Syntens, zijn wij wederom klaar voor de toekomst."

### Nieuwe acties

"We hebben volop nieuwe acties op stapel staan," vervolgt Tijhuis. "Zo gaan we in de zomer het prestigieuze COPA Amsterdam sponsoren. Tijdens dit toernooi in het Olympisch stadion vierten we met ons bedrijf en onze community dat er 2,5 miljoen managers wereldwijd actief meespelen. We gaan ervoor om het Olympisch stadion te vullen met enthousiaste OSM managers. Daarnaast gaan we, in de aanloop naar het WK, de Braziliaanse markt veroveren. Waar we 3 maanden terug in Brazilië nog maar tienduizend spelers hadden, zullen we eind 2013 in Brazilië de 100.000ste actieve speler verwelkomen." ■

# YOURSURPRISE

## Groot worden met persoonlijke cadeaus

Sinterklaas en Kerst zijn de drukste periode van het jaar, maar eigenlijk lopen de zaken altijd goed bij YourSurprise.com. De webwinkel voor cadeaus met een persoonlijke foto, naam, tekst of logo zit al jaren in de lift en blijft voorlopig groeien. Na Nederland is YourSurprise.com nu ook actief in andere Europese landen. De rest van de wereld veroveren lijkt alleen nog een kwestie van tijd.

In 2005 bedachten twee studenten MBA een mooi plan voor een internetwinkel die de mogelijkheid biedt 'tot het versterken van de relatie tussen twee of meerdere personen middels het geven van een persoonlijk cadeau,' zoals het op YourSurprise.com staat. In de beginperiode kwam de onderneming moeilijk op gang en werden de ondernemers af en toe voor gek verklaard. Maar ze hielden stug vol. Na een jaar of twee begonnen de zaken te lopen en in 2009 waren er vijftien mensen in dienst. Inmiddels zijn dat er 35.

Van die beginperiode heeft directeur Wouter de Vries veel geleerd. "Je moet altijd je doel voor ogen houden. Als het niet loopt zoals je had gedacht, zoek je een andere weg om je doel te bereiken." En wat is het doel? "We willen zo groot mogelijk worden. Vorige week hebben we onze domeinnaam in Hongkong geclaimd. We zien nu nog genoeg mogelijkheden in Europa, maar als Brazilië volgend jaar een interessante markt voor ons is, dan gaan we daar naartoe."



Het contact met Syntens Innovatiecentrum ontstond in 2005. Innovatieadviseur Jack Hoogenboom had direct plezier in de ondernemingszin van De Vries en zijn compagnon Gerbrand Verton. Hoogenboom fungeerde als klankbord voor de jonge ondernemers en bracht ze in contact met bedrijven die hen konden adviseren over de website, ICT en het afhandelen van bestellingen. De Vries: "We hebben nog steeds regelmatig contact. In 2012 heeft Syntens een scan gedaan naar het innovatievermogen en de creativiteit van onze organisatie. We hebben vier heel goede studenten over de vloer gehad die met een bewezen methodiek de organisatie hebben onderzocht. Dat was superwaardevol en leuk."

Een van de gevolgen van de organisatiescan is dat er nu elke ochtend 'stand-up meetings' zijn op de afdelingen.

YourSurprise.com wil zo groot mogelijk worden en tegelijkertijd voor klanten in elk land zo lokaal mogelijk overkomen. De Vries: "We hebben altijd een lokaal adres en telefoonnummer en de telefoon wordt aangenomen door een native speaker, terwijl we allemaal op hetzelfde kantoor in Zierikzee werken. Na ongeveer twee jaar is een nieuw land winstgevend en kunnen we uitbreiden naar een volgend land. We zijn nu actief in Oostenrijk, Duitsland, België, Frankrijk en Nederland. We hebben een goede basis en we zijn financieel gezond. Door de groei zijn we een aantrekkelijke werkgever geworden en kunnen we experts in dienst nemen die we als beginnend bedrijf niet konden krijgen."

Over het contact met Syntens Innovatiecentrum is De Vries goed te spreken. "Syntens biedt je als starter kennis, subsidies en expertise aan die je nodig hebt en brengt je in contact met andere bedrijven in de regio. Wij hebben er veel aan gehad." ■

"JE MOET ALTIJD JE DOEL VOOR OGEN HOUDEN. ALS HET NIET LOOPT ZOALS JE HAD GEDACHT, ZOEK JE EEN ANDERE WEG OM JE DOEL TE BEREIKEN."

De Vries: "Dan bespreken de medewerkers wat ze gisteren hebben gedaan, wat ze vandaag doen en wat ze daarvoor nodig hebben. Op die manier weten de mensen beter van elkaar waar ze mee bezig zijn. We beginnen nu ook met een systeem om de prestaties per afdeling beter te bewaken. Als een afdeling zijn doelen heeft gehaald, gaat er wat geld in de pot. Als ze de doelen niet halen, gaat er wat geld uit. Wanneer de pot vol is, doen we iets leuks voor het hele bedrijf."

# NIEUWE GROEISCAN WIJST MKB-ONDERNEMERS WEG NAAR GROEI

Ondernemerschap gaat over vooruitgang, innovatie en doorgroei. Om effectief te kunnen inschatten welke stappen nodig zijn om als ondernemer door te kunnen groeien, ontwikkelde Syntens Innovatiecentrum met LiveWIRE de 'Nieuwe Groeiscan'. De scan is vanaf 1 maart 2013 beschikbaar voor ondernemers en geeft concreet inzicht in de stand van zaken én laat bovendien de kansen zien die aanwezig zijn om nieuwe groei te realiseren.

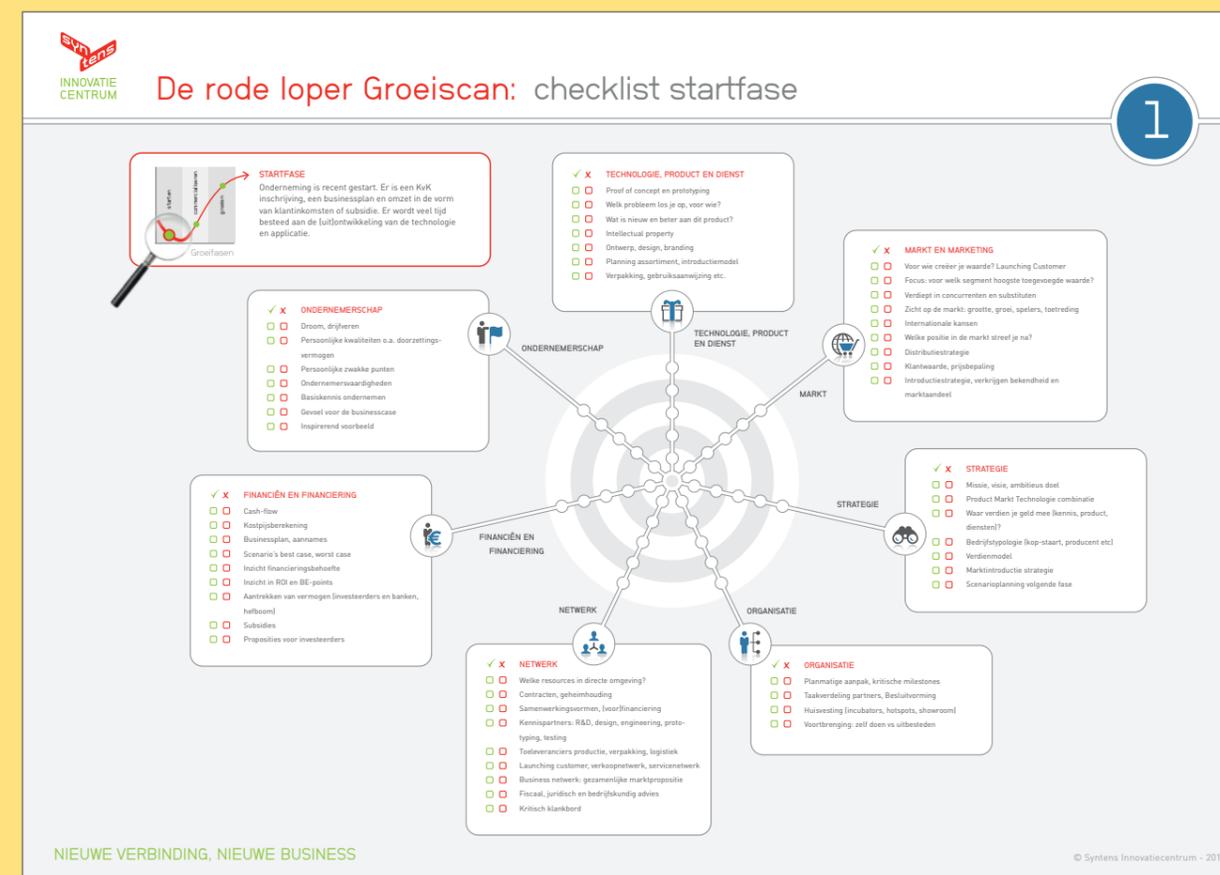
Vooraf bij jonge innovatieve ondernemingen speelt de sterke ambitie om als organisatie door te groeien. De onderneming gaat goed maar er is een gebrek aan mensen (handjes), geld en tijd, terwijl er grote kansen liggen. Helder inzicht is belangrijk voor het opbouwen en doorgroeien van een onderneming. Ondernemers houden veel ballen tegelijk in de lucht en moeten van alle markten thuis zijn. En dan is een moment om de balans op te maken zeer gewenst. De Nieuwe Groeiscan geeft direct inzicht in de stand van zaken, geeft aan wat de te zetten stappen zijn en wijst de weg naar succes.

## Groeifases

Iedere onderneming doorloopt bij het realiseren van de ambitie om de groei in drie fases: start, commercialisatie-fase en doorgroei-fase. De Nieuwe Groeiscan stelt per fase checklists beschikbaar over zeven onderwerpen, die de betreffende groeifase afdekken. Zo wordt grafisch inzichtelijk hoe ver de ondernemer is, wordt verdieping gebracht op belangrijke onderwerpen en vastgelegd welke verbindingen daarbij nodig zijn. Er ontstaat een strategisch plan waarin duidelijk is welke pijnpunten moeten worden aangepakt, welke kennis nodig is en welk netwerk moet worden aangesproken.

## Nieuwe Groeiscan

Met de Nieuwe Groeiscan krijgen ondernemers, zowel start-ups als gevestigde bedrijven, direct inzicht in de kansen en belemmeringen van hun onderneming. Sjoerd Keijser is projectmanager van LiveWIRE bij Syntens Innovatiecentrum en kent veel jonge innovatie ondernemers: "Iedere ondernemer met de ambitie tot Groei zou dit model samen met een Syntens Innovatieadviseur moeten doorlopen om echt vooruit te gaan. De innovatieve ondernemers zijn degenen die ons in de toekomst van banen voorzien en bijdragen aan de welvaart en het welzijn van Nederland. Laten we de belemmeringen die er zijn in groei wegnemen en doorgroei mogelijk maken." ■



## Ervaringen van een expert:

# GOUDEN TIPS VOOR JONGE INNOVATIEVE ONDERNEMERS



**Bianca Oudshoff**

Deze tips zijn tot stand gekomen dankzij de bijdrage van Bianca Oudshoff van het Ministerie van Economische Zaken. Als Hoofd Technisch Wetenschappelijke Attachés heeft Bianca gedurende een periode van vijf jaar innoverende bedrijven en kennisinstellingen uit Nederland in contact gebracht met relevante partijen in Silicon Valley, het hart van de Amerikaanse technologiesector. De ervaring en expertise van Bianca Oudshoff hebben wij vertaald naar een aantal gouden tips voor (jonge innovatieve) ondernemers.

### **Bouw een relevant netwerk op**

Het opbouwen van een relevant netwerk is cruciaal voor het slagen van een onderneming. Mensen uit een sterk netwerk kennen veelal mogelijke investeerders of eerste klanten, waarmee zij je in contact kunnen brengen. Probeer tijdens bijeenkomsten juist contacten te leggen met mensen, die je niet kent, in plaats van weer een gesprek aan te gaan met een bekende.

### **Jezelf kernachtig introduceren**

Het is zinvol om tijdens bijeenkomsten met een groot aantal personen contact te leggen in plaats van de hele tijd met één persoon in gesprek te blijven. Het is hierbij belangrijk dat je in staat bent om binnen een minuut te vertellen waar je bedrijf voor staat, in welke markt je actief bent en welk probleem je oplost voor je doelgroep. Het is raadzaam om deze zogenaamde elevator pitch goed te oefenen. Probeer andersom met enkele scherpe vragen vast te stellen wie je gesprekspartner is en waar zijn bedrijf zich op richt. Als je constateert dat er geen sprake is van een interessante match, schroom dan niet om je aandacht te verleggen naar een andere gesprekspartner.

### **Geen valse bescheidenheid**

Bedenk dat je er zelf voor moet zorgen dat je gesprekspartner je interessant vindt. Dit lukt je niet met valse bescheidenheid. Het is arrogant om te veronderstellen dat anderen zelf maar moeten 'zien' hoe goed je bent. Durf je successen op een sympathieke manier te benoemen ('name & claim'). Laat zien dat je in jezelf gelooft ('believe in yourself'). Dit is toch wel een eerste voorwaarde om een ander eveneens in jou te laten geloven. Als je reeds werkt voor aansprekende opdrachtgevers, meld dit dan. Het feit dat zij in je geloven, schept vertrouwen bij je gesprekspartner.

### **Onderhoud contacten**

Zorg voor een goede documentatie van je netwerk. Leg voor jezelf vast met welke interessante contacten je hebt gesproken en wat je hierbij mogelijk hebt afgesproken. Stuur interessante contacten kort na het eerste gesprek een mailtje en probeer het contact 'levend' te houden. Als mensen een half jaar niets van je horen, ben je in hun beleving 'van de radar verdwenen'. LinkedIn is een uitstekend hulpmiddel om zakelijke relaties te bestendigen. Ook bij een mogelijke overstap naar een andere onderneming, blijf je met behulp van LinkedIn in contact met deze interessante mensen. Nodig interessante contacten daarom via LinkedIn uit om zich aan te sluiten bij jouw zakelijke netwerk. Help relaties door vragen te beantwoorden en hen in contact te brengen met anderen, die mogelijk voor hen interessant zijn. Door dit te doen zonder dat je hier zelf een rechtstreeks belang bij hebt ('paying it forward') laat je zien te willen investeren in een relatie. Op termijn betaalt dit zich dubbel en dwars terug.

### **Zorg voor een goede voorbereiding**

Bereid je goed voor op zakelijke gesprekken. Dit getuigt niet alleen van respect naar je gesprekspartner, maar het helpt je bovenal om de goede vragen te stellen tijdens een gesprek.

### **Werk met de beste specialisten samen**

In Nederland zijn de oprichters van technologische ondernemingen veelal de technische bedenkers van het idee. Zij excelleren op technologisch vlak, maar zijn vaak van mening dat zij gedurende de startfase van het bedrijf ook alle andere disciplines, zoals bijvoorbeeld marketing, er wel 'even bij kunnen doen'. Het getuigt echter van kracht om te erkennen dat je niet overal goed in kunt zijn. Omring je daarom met de beste specialisten op hun vakgebied. Veel succesvolle ondernemers hebben het vermogen om advies van derden aan te kunnen nemen, snel te leren en zich aan te passen. Wees creatief in het vinden van een beloningsstructuur die past bij de financiële mogelijkheden van je bedrijf. Als het betalen van een marktconform salaris niet reëel is, denk dan aan de mogelijkheid om iemand een klein deel van de aandelen aan te bieden of in de toekomst op een andere manier financieel te laten delen in mogelijke successen. Een andere reden om je te omringen met een hoog gekwalificeerd team, is dat potentiële investeerders in toenemende mate niet alleen naar het businessconcept kijken, maar steeds meer waarde hechten aan het team dat er achter staat.

## WIE ZIJN JE KLANTEN?

## WAAR HEBBEN ZIJ BEHOEFTE AAN?

### **Wees open en vertel het verhaal achter het concept**

Door jezelf bloot te geven win je aan vertrouwen bij je gesprekspartner(s). Maak mensen bijvoorbeeld helder dat je niet persé datgene doet waarmee je geld kunt verdienen, maar dat je datgene doet waar je hart ligt. Maak je gesprekspartner(s) dus deelgenoot van je innerlijke wereld en van het persoonlijke verhaal achter je bedrijf.

Op deze manier krijgen mensen veel beter zicht op de passie en energie waarmee je je bedrijf runt. Daarnaast getuigt het van kracht om open te durven zijn over je eigen falen. Door dit te benoemen en tegelijkertijd duidelijk te maken dat je hiervan hebt geleerd en mede hierdoor succesvol bent geworden, win je aan geloofwaardigheid.

### **Investeer in jezelf**

In de Nederlandse cultuur overheerst veelal de overtuiging dat de overheid ervoor moet zorgen dat je een goede opleiding kunt volgen en aantrekkelijke belasting- en subsidiefaciliteiten creëert voor startende ondernemers. En banken worden geacht om risicodragende leningen te verstrekken. In de Verenigde Staten is dit vangnet voor ondernemers er nauwelijks. Door echter zelf te investeren in opleidingen en het opstarten van een eigen bedrijf creëren ondernemers daar een ultieme vorm van commitment en enthousiasme. Neem het heft dus in eigen hand en durf in jezelf te investeren.

### **Wees zorgvuldig bij kiezen partners**

Bedenk goed welke kant je op wilt met je bedrijf. Als je dit voor jezelf goed hebt afgebakend, is het makkelijker om partners met de juiste fit te vinden. Zoek partners die op dezelfde golflengte zitten en hierin mee kunnen groeien. Dit geldt ook voor mogelijke investeerders.

### **Verdiep je echt in de markt**

Zorg ervoor dat je de markt waarop je je richt, echt goed kent. Wie zijn je klanten? Waar hebben zij behoefte aan? Hoe kan jij dit hen bieden en met welk concept? Besteed voldoende tijd en energie om dit goed te onderzoeken en in kaart te brengen. Laat tevens aan mogelijke financiers zien hoe je eerste idee dankzij alle input en marktonderzoek gegroeid is tot wat het nu is. Door te laten zien dat je weet waarover je het hebt, creëer je vertrouwen bij anderen. ■



## ORGANISATIE

Shell LiveWIRE Nederland is een van de 17 LiveWIRE programma's ondersteund door Shell over de hele wereld om de ondernemingszin bij jongeren te stimuleren. De ondersteuning van ondernemers wordt in Nederland verzorgd door Syntens Innovatiecentrum en bestaat uit het gericht geven van advies, het bieden van een netwerk en het aanbieden van masterclasses. In totaal hebben sinds de oprichting van het programma in 1982 al meer dan acht miljoen jonge ondernemers contact gehad met LiveWIRE-programma's op internationaal niveau. ■

Twitter: #LiveWIRENL

Web: [www.livewire.nl](http://www.livewire.nl)

E-mail: [info@livewire.nl](mailto:info@livewire.nl)

### Partner van LiveWIRE:



### Sponsors van LiveWIRE:

