

# “Van formule wisselen, is meer dan een likje verf”

30-10-2017 12:49



Van Rens: “Als individuele ondernemer krijg je te maken met een zeer divers pallet aan keuzes. Een ondernemer moet naar zijn individuele plaatje kijken en tegelijkertijd het collectief in de gaten houden. Alleen op die manier kan de ondernemer optimaal profiteren van de kansen die een formulewisseling biedt.” Schaap: “Als eenling sta je minder sterk. Daarom geloven wij in collectiviteit. De som van de delen is altijd meer dan de losse onderdelen. Wie een goede gesprekspartner wil zijn voor de franchisegever heeft collectiviteit nodig. Door als individuele ondernemers in gezamenlijkheid richting de franchisegever te treden, zijn meningen gedragen en werken alle betrokkenen aan een win-winsituatie. Samen kun je overkoepelende raamafspraken maken en belangrijke zaken borgen. Op basis van die gezamenlijkheid kan een individuele ondernemer vervolgens keuzes maken voor zijn individuele situatie.”

## Samenhang

Van Rens: “Het beoordelen van die individuele situatie zien wij als een drieluik waarbij alle punten met elkaar samenhangen. Kijk naar het marktgebied. Wat is de bevolkingssamenstelling, hoe ontwikkelt die zich en wat is de klusnoodzaak? Als tweede kijk je naar het pand en de locatie. Wat is de kwaliteit daarvan? Welke mogelijkheden biedt het qua vergroten of verkleinen en past de formule bij de locatie, het pand en het marktgebied? De derde stap is de ondernemer en zijn onderneming. Wat wil de ondernemer? Wat is zijn drijfveer en welk toekomstbeeld heeft hij voor ogen?”

Schaap vult aan. “Als we dat in beeld hebben, kijken we naar de financiële en fiscale situatie, de rechtspositie

en de gewenste strategie. Als we weten hoe de onderneming ervoor staat en waar de ondernemer naartoe wil, kunnen we een goede afweging maken." Van Rens: "Het succes van de onderneming wordt bepaald door verschillende factoren. Al die stukjes moeten in elkaar passen om de puzzel te kunnen leggen. Een plan moet financieel haalbaar zijn, je moet weten wat je onderhandelingskracht en -macht is en hoeveel bewegingsruimte je hebt. Al met al komt er veel meer bij een formulewisseling kijken, dan een ondernemer vaak vooraf denkt."

### Duidelijke visie

Van Rens: "Bij alle beslissingen die een ondernemer neemt, draait het om visie. Wat is je visie en welke formule past daar het beste bij? Een ondernemer die high end-producten wil aanbieden in een gebied waar vooral kopers van low end-producten wonen, zou gedoemd kunnen zijn te mislukken. Met een goede visie, gedegen keuzes en het grijpen van de juiste kansen, kan het echter een gat in de markt worden. Het kennen van de markt, een lokale invulling kiezen en het onderscheidend vermogen van een bouwmarkt uitdragen, zijn daarbij essentieel. Het aloude 'meten is weten', geldt vandaag de dag nog steeds als devies."

### Praktische zaken

"Wie van formule wisselt, krijgt met enorm veel dingen te maken", zegt Van Rens. "Dat zijn vaak zaken waarmee een ondernemer weinig ervaring heeft. Laat je goed informeren door diverse specialisten." Schaap vult aan: "Denk bijvoorbeeld aan de kwaliteit van het vestigingspunt. Hoe zijn de aanrijroutes en is het parkeerterrein goed ingericht? Is er een duidelijke routing? Zijn er invalide-parkeerplekken en plekken voor mensen die met een aanhangwagen komen winkelen? Hoe zichtbaar is het pand? Zijn lantaarnpaalborden goed leesbaar en staan de vlaggenmasten op de juiste plek? Maar denk ook aan zaken in de winkel zelf. Zijn er specifieke dingen die van essentieel belang zijn die je moet behouden? Welke voorraden kun je hergebruiken, hoe lang heb je nodig om huismerk uit te verkopen en hoeveel korting geef je daar op?"

### Meer dan een likje verf

"Bij een formulewijziging kan het lijken alsof je alleen van een blauwe winkel naar een rode winkel gaat", zegt Schaap. "Dat is echter niet zo. Een formulewisseling heeft enorme impact. De ondernemer verandert, er komen andere klanten, de medewerkers moeten anders werken en het verdienmodel is anders." Van Rens gaat verder: "Je moet zo'n wijziging integraal aanpakken. Als je op 'oude' manier doorgaat, wordt het geen succes. De verandering moet in alle haarvaten van de organisatie doorgevoerd worden. Als je een onderneming alleen een likje verf geeft, niet snapt wat de doelen van de formule zijn en de processen niet kent, gaat de formule niet slagen en verlies je klanten. De praktijk laat zien dat ondernemers die een nieuwe formule voor de volle honderd procent omarmen succesvol zijn. Blijf niet in het verleden hangen. Neem afscheid van het oude en ga vol voor het nieuwe. En dat betekent dus ook dat je de pennen van de oude organisatie wegdoet", lacht Van Rens.

### Medewerkers zijn essentieel

Van Rens: "Praxis is een andere formule dan Formido. Dat betekent dat medewerkers een andere rol krijgen dan ze gewend zijn. Onderschat dat niet. Medewerkers zijn essentieel in veranderingstrajecten. Zij zijn het gezicht van de winkel en dragen de nieuwe formule. Neem ze mee in het totaalproces, leg uit waarom je een formule kiest en wat die inhoudt. Geef mensen training en opleiding om hun werk op de nieuwe manier te kunnen doen. Medewerkers moeten afscheid nemen van een oude formule. Geef ze daar de ruimte voor." Schaap knikt. "Ondernemers lopen in dit proces voor op hun medewerkers. Ondernemers zijn in hun hoofd al lang bezig met het proces, wegen keuzes af en hebben al afscheid genomen van de formule. Terwijl de ondernemer bezig is met de financiële en organisatiekant van de formulewisseling lopen medewerkers rond

zonder te weten wat er gaat gebeuren. Betrek je medewerkers vanaf het begin bij de veranderingen. Informeer ze, al is het alleen maar over het feit dat je van formule gaat veranderen.”

### Continu richting bepalen

“Wil je van formule wisselen, kijk dan welke formule bij jou en je onderneming past. Op die manier kun je effectiever ondernemen”, adviseert Van Rens. “En begin op tijd. Trek er minimaal een half jaar tot een jaar voor uit om het meteen goed aan te pakken. Als je het vanaf het begin grondig aanpakt, kun je echt scoren. Wie verkeerde keuzes maakt, krijgt zijn personeel niet mee, ziet de omzet teruglopen en blijft brandjes blussen.”  
Schaap: “Een formulewisseling of bedrijfsovername is vaak een logisch moment om je als ondernemer met bovenstaande zaken bezig te houden. Beter is het om daar als ondernemer op regelmatige basis mee bezig te zijn. Vaak komt dat er in de waan van de dag niet van. Wij adviseren om dat elke drie jaar te doen, zodat ondernemers aan hun bedrijf werken in plaats van in hun bedrijf.”

Redactie MIXpress