

“Kiezen moet!”

Kiezen moet. We hebben vaak met dezelfde dilemma's en problemen te maken. Geen wonder, want uiteindelijk, zeker in een kleiner wordende wereld, krijgen we allemaal met dezelfde trends te maken. Een totaal onvoorspelbare consument. Een markt die polariseert. Verticale intergratie en nieuwe manieren van samenwerking tussen afnemer en leverancier. Chain supply management en de enorme vlucht die automatisering neemt. “De markt” is lekker in beweging zeggen we dan maar.

Naast die externe “onrust” heb je ook te maken met je “interne” organisatie. Ook die organisatie is alsmat in beweging. De mensen, je bedrijfscultuur en je organisatie. Je probeert je organisatie steeds aan te passen aan je “missie” en de beweging en kansen in de markt. Maar ook de “groeistuipe” van een bedrijf gaan niet zomaar aan je voorbij. Kort en goed, je bent van de straat.

Kernvraag is natuurlijk hoe bouw je een gezonde onderneming die ook tegen zwaar weer bestand blijkt. Als ondernemer en manager ben je redelijk alleen is mijn ervaring. Achteraf weet iedereen het antwoord, maar jij moet vooruit kijken en het initiatief nemen. De grootste uitdaging en opdracht die je hebt als ondernemer is het maken van keuzes. Kiezen is voor mij ten eerste het bepalen van je concept, je missie. Wat is je visie en waar wil je heen. Het denken in concepten vraagt veel. Het is vanuit een bestaande situatie en de dagelijkse werkdruk niet eenvoudig boven de routine van alle dag uit te stijgen en een nieuw punt aan de horizon te kiezen. Mijn overtuiging is dat je bij die keus niet moet laten leiden door onderzoek of “marketing”. Je intuïtie, je creativiteit, de kennis van de markt en je eigen kracht, geeft je vaak de beste richting. Dat je, nadat je de koers hebt bepaald, test of onderzoekt wat de kansen en gevaren zijn van deze koers, is verstandig. Het kiezen van een doel is vooral kiezen wat je niet wilt, waar je niet heen gaat. Dat is in de praktijk het lastigste. Want er zijn zoveel kansen en leuke “bestemmingen”. Een ding is voor mij duidelijk. Kiezen moet.



In 1995 nam Jeroen Bik The Society Shop (tegenwoordig SOCI3TY) over en realiseerde met twee compagnons een succesvolle herpositionering. Jeroen Bik wordt veelal gevraagd zijn verhaal te houden over de ontwikkeling van deze mode keten die al in het begin van de vorige eeuw werd opgericht. Ondernemerschap en merkopbouw zijn thema's die veelal aan bod komen. **Nadere informatie: jeroenbik@speakersacademy.nl**

