



Dubbel aantal klanten, driedubbele omzet

Alexander Wiltjer benut slim synergie om zijn bedrijven te laten groeien. Daarnaast zet de Drachter ondernemer actief social media in om klanten te werven en staat hij 'open voor overnames'.

Samen hebben Op10ma en Spoor10, de twee bedrijven van Alexander Wiltjer, een omzet van twee ton. „Over zeven jaar”, begroot de 43-jarige ondernemer uit Drachten optimistisch, „moet dat een miljoen zijn”. Op10ma, dat Wiltjer in 2005 oprichtte, is gespecialiseerd in financiële diensten zoals hypotheeken, verzekeringen en pensioenen en heeft ongeveer vierhonderd, overwegend particuliere, klanten. Wiltjer is er trots op dat zijn bedrijf ook tijdens de financiële crisis een lichte groei bleef laten zien.

Zzp'er

Twee jaar geleden is hij daarnaast voorzichtig met Spoor10 begonnen. „Dat bedrijf coacht mensen die gedwongen zzp'er zijn geworden, mensen die nog niets van ondernemerschap weten. Eens in de drie maanden kijken we samen waar ze staan en waar ze heen willen. We leveren hen ook administratieve diensten en mediation.” Spoor10 heeft inmiddels een stuk of tien klanten

en Wiltjer krijgt naar eigen zeggen ook aanvragen van grotere ondernemers, vooral mkb'ers in sectoren als horeca, detailhandel en dienstverlening. „Dit jaar reken ik op een verdubbeling van het aantal klanten en een verdriedubbeling van de omzet. Want die nieuwe klanten vergen intensievere begeleiding. Aan de hand van een quick

'Ik kan dan met dezelfde klant meer zaken doen'

scan van hun jaarcijfers laat ik zien waar problemen zitten en draag ik mogelijke oplossingen aan. Daarnaast merk ik dat die klanten ook hypotheeken en verzekeringen willen. Daar profiteert Op10ma van. Ik kan dan met dezelfde klant meer zaken doen.”

Los van de positieve wisselwerking tussen Op10ma en Spoor10 groeit Wiltjers omzet door extra marketinginspanningen, ook op social media. „Ik plaats bijvoorbeeld elke week een filmpje op Facebook, waarin een probleem rond hypotheeken, verzekeringen, pensioenen of financiële planning aan de orde komt. Daar krijg ik heel veel reacties op. Bij LinkedIn en Instagram werkt het ook zo. Die aanpak slaat aan.”

Kerngezond

Volgens Wiltjer zijn Op10ma en Spoor10 financieel kerngezond. „Geen schulden, alles is met eigen vermogen gefinancierd. De bv boekt al een paar jaar ongeveer 20 procent winst voor belasting? Daarmee staat hij niet onwelwillend tegenover overnames. „Op aanbiedingen ben ik nog niet ingegaan omdat het meestal om portefeuilles met veel verloop gaat. Dan weet je nooit of ze de koopprijs waard zijn.”

SIERADENSHOP SUUS GROEIT VOORAL OP INSTA

Drie jaar geleden vertrok Suus naar Italië met haar ouders. Die begonnen een glamping, bekend van 'Ik vertrek', en Suus ging sieraden maken. De hobby groeide uit tot een Insta met 11,1k volgers.

„Samen met mijn ouders kocht ik voor 20 euro spulletjes om sieraden in elkaar te zetten. We maakten foto's en zetten die online.” Suus maakte een Instagrampagina en al snel stroomden de zoekjes binnen. „Ik was niet heel actief. Als ik wat gemaakt had, plaatste ik een fotootje op Insta. Twee maanden later had ik 4000 volgers en dacht dat het weleens wat zou kunnen worden.”

Influencers

Ze ging iedere dag privéberichtjes sturen naar influencers, modellen en deelnemers van bijvoorbeeld het Junior Songfestival. Of zij in ruil voor gratis sieraden een fotootje wilden maken voor haar pagina. Een winactie is ook een optie. Een influencer die Suus' sieraden gratis weggeeft en haar daarvoor moet gaan volgen, is vaak weer goed voor een lading nieuwe volgers. Zo strikte ze model Farrieda Smit voor een kiekje met haar handgemaakte schelpenketting.

Strategie

„Ik stuur vaak tien berichtjes per dag en kreeg misschien twee keer per week een reactie. Mensen met meer dan 50.000 volgers hoef ik niet te vragen - die willen vaak betaald worden voor zo'n deal.” Haar strategie werpt zijn vruchten af, want inmiddels heeft ze 11,1k volgers.



Lees het hele interview met Suus Lothmann op www.deondernemer.nl.

Zon, zee en ... ondernemen

HITTE & KANSEN

nu op www.deondernemer.nl

Luisteren



TINEKE RENSEN OVER GROEI

Groeien kan iedereen. Maar goed groeien?

Je onderneming laten groeien kan op verschillende manieren. De eerste groeispurt ontstaat doorgaans doordat zich buiten je bedrijf een kans voordoet. De beste groei ontstaat van binnenuit, gevoed door je eigen ambities.

De veiligste manier om te groeien begint met luisteren naar je klanten. De vertrouwensrelatie vormt een solide basis en als de klant nieuwe dingen vraagt, weet je wat je kunt doen. Je kunt natuurlijk

ook zelf bedenken waar ze meer behoefte aan hebben. Is dat duidelijk, dan moet je bepalen of je de benodigde expertise in huis hebt of moet inhuren. Meer van hetzelfde doen kan natuurlijk ook. Extra marketing en extra verkopers zullen tot omzetgroei leiden, al blijft de vraag of de kosten daartegen opwegen. Het werven van nieuwe klanten is altijd een dure aangelegenheid.

Export

Export is een groeiscenario waarvan de gevaren vaak worden onderschat. Cultuurverschillen kunnen een grote belemmering

vormen. Wij Nederlanders staan bijvoorbeeld bekend als 'direct', een houding die niet overal op prijs wordt gesteld. In het buitenland moet je soms dingen juist anders doen. Steek daarom je licht op bij organisaties als de Kamer van Koophandel, de RVO en de ambassade.

Overname

Een bedrijf overnemen leidt tot groei doordat je nieuwe klanten en productiecapaciteit koopt. Voor de financiering heb je cashflow nodig of steun van financiers. Zorg dat de verkopende partij niet alleen als directeur of advi-

seur betrokken blijft. Laat hem of haar ook meebetalen, bijvoorbeeld met een achtergestelde lening. Als de verkoper dat niet wil, moet je extra op je hoede zijn. Wees je ervan bewust dat de integratie van het nieuwe bedrijf doorgaans veel meer tijd en geld kost dan je had ingepland. Groeien doe je tenslotte beter niet in je eentje. Laat je bijstaan door iemand die daar verstand van heeft.

i

Tineke Rensen is auteur van 'Geef je Concurrenten het Nakijken' en is sparringpartner van ondernemers.