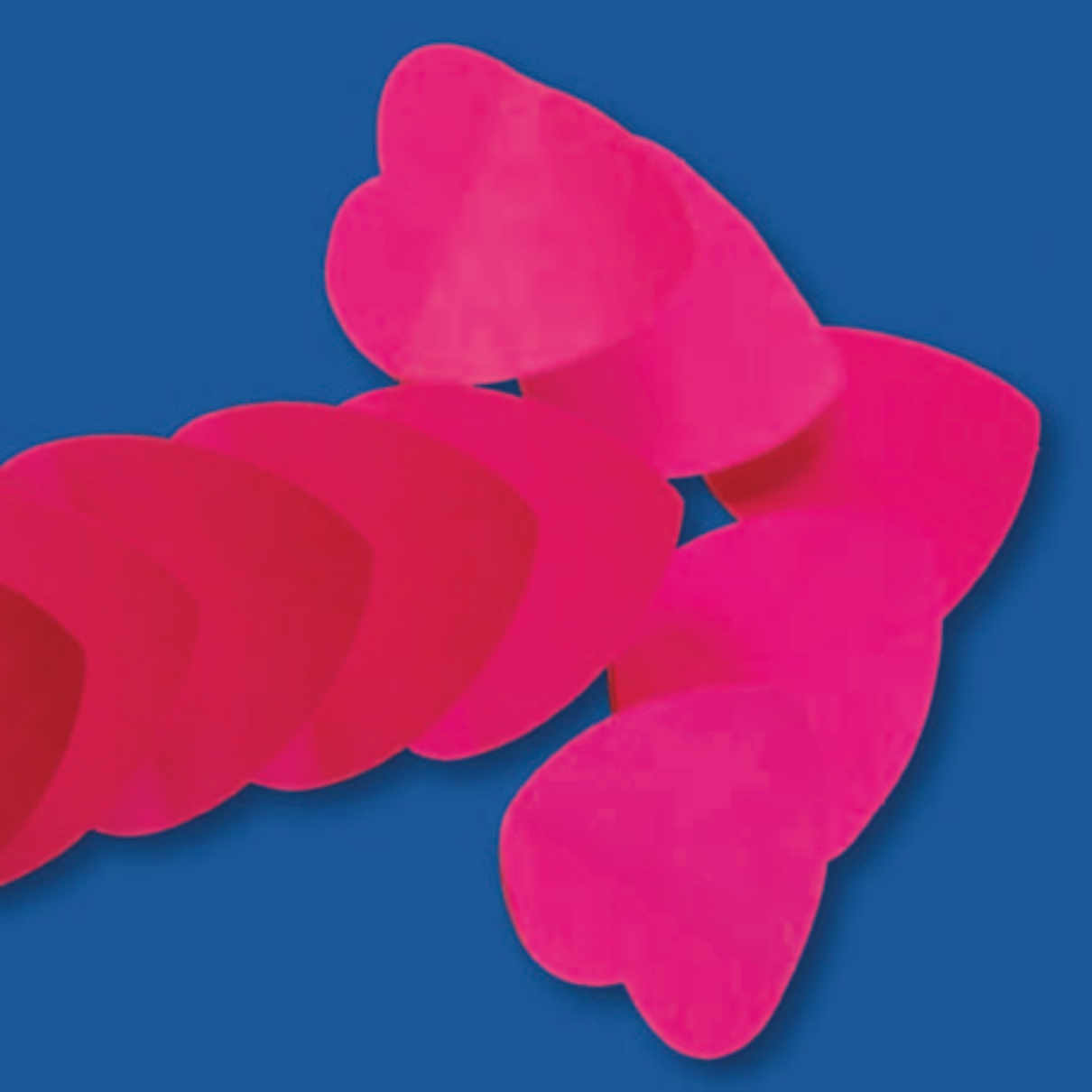




HARTSMOTIEF



Wat drijft je om te doen
wat je doet? Als je jouw
drijfveer, jouw hartsmotief
helder hebt, wordt dit jouw
onderscheidend vermogen.

Als je je hartsmotief eenmaal ontdekt hebt, wordt het ineens veel makkelijker om jezelf te onderscheiden: jouw verhaal is namelijk uniek. Het onderscheidt je van je collega-ondernemers en vormt voor klanten een unieke reden om juist jou te benaderen.

Mijn hartsmotief is dat ik een heel sterke drang voel om mensen te helpen (en daarmee ook mezelf) de binnen- en buitenkant op één lijn te brengen. 'Puurheid' noem ik dat. Lange tijd heb ik in een soort 'overlevingsstand' verkeerd, waardoor ik sociaal wenselijk gedrag liet zien, dat niet overeenkwam met hoe ik me werkelijk voelde. De overtuiging die me in de weg zat was: 'Als ik me kwetsbaar opstel, word

ik gekwetst' en dat wilde ik nu juist niet.

Als ondernemer voel ik me echter totaal teruggeworpen op mijn motivatie en waarden. 'Puur' z gezegd. Het gaat bij succes namelijk niet alleen om kennis en kunde, maar om wie je bent. Het hele plaatje dus: binnenkant en buitenkant.

Daarmee maak je tenslotte ook verbinding met anderen. Mijn missie is om de wereld een beetje puurder en daarmee mooier en krachtiger te maken. En hoe ik dat doe is door een op een en in groepen ondernemers te begeleiden bij hun richtingsgevoel, namelijk vanuit hun hart.

Dat is volgens mij de enige weg.

Waarom doe jij wat je doet?



6

Ik ben gaan beseffen dat ik vooral anderen wil helpen net zo gezond en fit te worden als ik zelf ben. Dat is voor mij de drijfveer om te doen wat ik doe.

Stella Webber-van Moppes –

Wellness Webb

‘Als energie je lief is,’



EN NU JIJ HARTSMOTIEF

Hierbij de vragen van het thema 'Hartsmotief' om je op weg te helpen je hartsmotief te ontdekken.

Stel jezelf deze vragen minimaal één keer per maand en je gaat ondernemen vanuit je hart!

- 1** Waarom doe jij wat je doet?
- 2** Heb jij je kapstok al?
- 3** Waar ben jij ervaringsdeskundig in?
- 4** Weet jij wat je 'in the end' wil bereiken?
- 5** Vertel jij wel eens wat je drijft?



RICHTING



Zorg dat je weet waar je
heen wilt. Hoe weet je
anders of je de juiste afslag
neemt? Zonder richting is
focus onmogelijk!

Als je bepaald hebt waar je heen wilt met je bedrijf, dan wordt dit vasthouden een koud kunstje. Dit klinkt zo logisch en zo makkelijk, en toch blijkt dit in de praktijk nog niet altijd zo te zijn. Focus wordt in mijn ogen ook nog veel te veel geassocieerd met het kiezen voor één ding, wat precies is wat veel zelfstandig professionals niet willen doen, juist omdat ze zo veelzijdig zijn. Het zou eeuwig zonde zijn om je dan te beperken tot slechts één specialiteit.

Ik geloof echter zelf niet zozeer in één specialiteit in de traditionele zin des woords. Dus niet alleen maar 'communicatieadvies', maar 'wat wil je nu bereiken met dat advies?' Dat jouw klant gehoord

wordt of gezien, of gaat het om het overbruggen van verschillen? Of nog iets anders, wat ik niet kan verzinnen, omdat het tenslotte jouw verhaal is.

Als je nadenkt over het waarom, kun je tussentijdse stappen neerzetten en heb je een focuspunt te pakken. Als we vanuit het ZZP Adviescafé geen pijlers hadden neergezet waar we heen wilden, dan hadden we zeker geen goede relaties opgebouwd met de Kamer van Koophandel en het Platform Zelfstandig Ondernemers (PZO). Zonder gevoel van richting is focus aanbrengen kansloos, vandaar ook deze volgorde.

Waar wil jij heen?

Stuurloos staat gelijk aan doelloos. Als je geen focus hebt, hoef je je ook niet te verantwoorden tegenover jezelf. De zin: 'weet ik niet' zou uit onze taal geschrapt moeten worden.

Matthijs Kort – Kort & Doelmatig

‘Mag ik met je meedenken?’