MKB Canvas

Resultaat MKB Scan

Scan ingevuld door Naud Schilt op 9 oktober 2025

Beste Naud,

Gefeliciteerd met het invullen van de MKB Scan.
Dit groeirapport geeft je waardevolle inzichten in hoe Schilt Advies ervoor staat. Het is meer dan alleen een evaluatie. Het is ook een concreet advies hoe je Schilt Advies kunt laten groeien.

Neem de tijd om het rapport goed door te nemen. We raden je aan om de actiepunten te bespreken met een van onze business coaches of met je team en op basis hiervan een strategisch actieplan te maken.

Werk je met een managementteam? Laat ieder MT-lid deze scan individueel invullen en bespreek in de volgende MT-meeting de overeenkomsten en verschillen met elkaar.

MKB Canvas

De scan is gebaseerd op het MKB Canvas. Dit is een bewezen methode die je helpt om de belangrijkste onderdelen van je bedrijf in kaart te brengen. Het MKB Canvas bestaat drie belangrijke cirkels die elk een belangrijk deel van je bedrijf belichten. Deze cirkels – de oranje cirkel, de blauwe cirkel en de groene cirkel – geven samen een compleet beeld van hoe je bedrijf functioneert.

Prestatiescore

Dit is de algehele score voor je bedrijf. Het vertelt je hoe je bedrijf presteert; het is het gemiddelde van je leiderschapscore, je organisatie score en je klantreis score en is een indicatie voor het gerealiseerde potentieel van je bedrijf met de op dit moment aanwezige middelen.

Leiderschapscore

De groene cirkel gaat over het leiderschap in je bedrijf. Een bedrijf groeit niet verder dan de leiders van het bedrijf zijn gegroeid. Dit deel van de scan beoordeelt hoe jouw leiderschap bijdraagt aan de ontwikkeling van je bedrijf en hoe je dit kunt versterken voor duurzame groei.

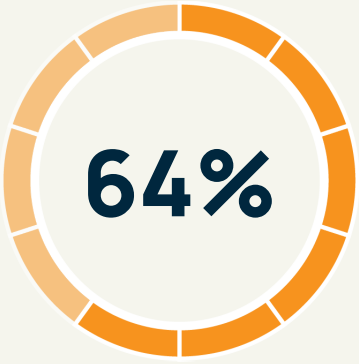
Organisatiescore

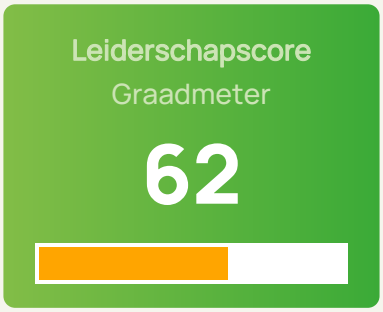
De organisatie is het fundament van je groei. De blauwe cirkel kijkt naar de kern van je bedrijf. We onderzoeken de mensen, financiën, processen en systemen. Dit deel geeft inzicht in hoe sterk je organisatie is en waar je kunt verbeteren om efficiënter te worden.

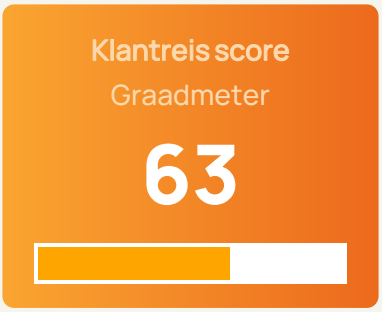
Klantreisscore

De klantreis is het vliegwiel van je groei. De oranje cirkel richt zich op de klantreis. Hierin kijken we naar Marketing, Verkoop, Product & Service en Relatiebeheer. Dit deel van de scan laat zien hoe goed je klanten aantrekt, bedient, behoudt en activeert.

Prestatie score



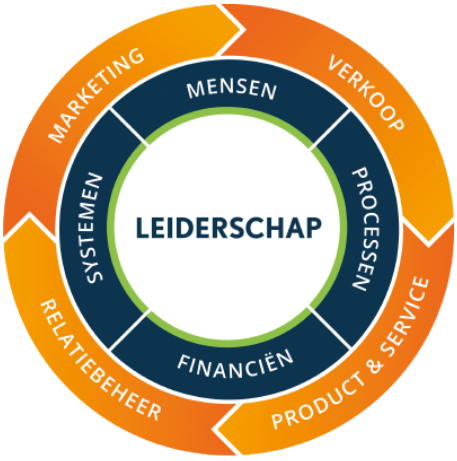




Over het MKB Canvas

Als ondernemer heb je waarschijnlijk grote ambities voor je bedrijf. Je wilt groeien, jezelf ontwikkelen en een bedrijf bouwen waar je trots op bent. Toch kun je tegen specifieke uitdagingen aanlopen, zoals het vinden van nieuwe klanten, problemen met je personeel, een stagnerende cashflow, of het gebrek aan leiderschapskwaliteiten. Deze obstakels kunnen de groei van je bedrijf belemmeren en voor-komen dat je het volledige potentieel van je onderneming realiseert.

Het MKB Canvas biedt een overzichtelijke manier om je bedrijf te analyseren en een plan van aanpak te ontwikkelen om groei te realiseren.



> "Je doel als ondernemer is om van je bedrijf
> een wendbaar een winstgevend systeem te maken,
> waarbinnen mensen tot hun recht komen
> en er repeterend waarde wordt geleverd aan de markt
> met zorg voor onze wereld."
>
> Bart van den Belt, auteur van het MKB Canvas

Rust en overzicht als basis voor groei

Veel ondernemers geloven dat ze eerst moeten groeien met hun bedrijf voordat ze in een fase terechtkomen waarin er rust is. Ze denken dat als hun bedrijf een bepaalde omvang heeft bereikt, ze eindelijk de tijd en ruimte zullen hebben om meer te ontspannen en te genieten. Maar wat als deze overtuiging precies de omgekeerde volgorde heeft? Wat als groei juist het gevolg is van het creëren van rust en stabiliteit in je bedrijf? Rust is de fundering waarop duurzame groei is gebouwd. Wanneer je je bedrijf vanuit een staat van rust en balans runt, leg je de basis voor een stabiele, goed functionerende onderneming die in staat is om organisch te groeien.

Hoe je rust creëert in je bedrijf

Het creëren van rust in je bedrijf is als het leggen van de juiste puzzelstukken op hun plaats. Wanneer de basis goed staat, volgt groei vanzelf. Je zorgt ervoor dat je bedrijf soepel draait, je team gemotiveerd en gefocust is, en je klanten tevreden zijn. Vanuit rust en balans ben je als ondernemer beter in staat om kansen te zien en te benutten, zonder dat je wordt overweldigd door de dagelijkse hectiek. Een bedrijf dat is gebouwd op een stevig fundament van rust kan bovendien schokken en uitdagingen beter opvangen dan een bedrijf dat is gegroeid door voortdurende druk en stress.

Wat is het MKB Canvas?

Het MKB Canvas is een beproefde groeimethodiek die speciaal is ontworpen om bedrijven gestructureerd te laten groeien. Door inzicht te krijgen in hoe verschillende onderdelen van je onderneming samenhangen en elkaar beïnvloeden, kun je knelpunten identificeren en oorzaak-gevolgrelaties blootleggen. Dit stelt je in staat om gefocust en kalm de juiste stappen te zetten naar je doelen.

De drie uitdagingen voor ieder bedrijf

Elk bedrijf, groot of klein, staat voor drie fundamentele uitdagingen die bepalend zijn voor succes: het aantrekken van klanten, het bedienen van klanten, en effectief leiderschap. Deze drie uitdagingen zijn de basis voor de drie cirkels van het MKB Canvas, die gezamenlijk 'the circle of business' vormen.

De oranje cirkel - Klantreis - Vliegwiel van je groei

Klanten zijn verantwoordelijk voor het bestaansrecht van elk bedrijf. Zonder een constante stroom van nieuwe klanten is het moeilijk om te groeien en je bedrijf gezond te houden. De klantreis draait om het genereren van omzet en het creëren van waarde voor je klanten. Het is opgebouwd uit de onderdelen marketing, verkoop, product & service en relatiebeheer.

Een voorspelbare en stabiele klantreis leidt tot vertrouwen en uiteindelijk tot langdurige klantrelaties. Het uiteindelijke doel van iedere klantreis is om fans te creëren, zodat bestaande klanten nieuwe klanten aanbrengen.

De blauwe cirkel - Organisatie - Fundament van je groei

De organisatie richt zich op de interne processen die nodig zijn om repeterend waarde te leveren aan je klanten. Rust in je organisatie betekent dat je processen soepel verlopen, deze geborgd zijn in systemen en je mensen effectief samenwerken om jullie bedrijfsdoelen te realiseren. Dit zorgt ervoor dat de beloftes aan je klanten altijd worden nagekomen, wat cruciaal is voor winstgevende groei.

Door rust te creëren binnen je organisatie, leg je een stabiel fundament waarop je bedrijf duurzaam kan groeien en continuïteit realiseert.

De groene cirkel - Leiderschap - De lat voor je groei

De groei van je bedrijf is nauw verbonden met je groei als leider. Zonder effectief leiderschap kunnen zelfs de beste plannen mislukken. Als ondernemer is het essentieel dat je niet alleen je bedrijf goed aanstuurt, maar ook jezelf ontwikkelt. Wanneer je rust vindt in je leiderschap en helderheid hebt over je visie en doelen, straal je dit uit naar je team.

Effectief leiderschap versterkt niet alleen je strategie, maar zorgt er ook voor dat je bedrijf in balans blijft terwijl het groeit. Persoonlijk leiderschap in combinatie met zakelijk leiderschap is de sleutel tot duurzame groei.

Van complexiteit en chaos naar rust en overzicht

Het succes van het MKB Canvas ligt in de eenvoud. Het model maakt complexe bedrijfsprocessen inzichtelijk en helpt je om je bedrijf als een samenhangend systeem te zien waarin alle onderdelen met elkaar verbonden zijn. Deze systematische aanpak brengt rust in je bedrijfsvoering en zorgt ervoor dat je gericht kunt werken aan het verbeteren van je organisatie, zonder overweldigd te raken door de dagelijkse beslommeringen.

Daarnaast helpt het MKB Canvas je om problemen niet als geïsoleerde incidenten te zien, maar als onderdelen van een groter geheel. Door deze bredere kijk kun je beter prioriteren en strategische keuzes maken die bijdragen aan de langetermijngroei van je bedrijf. Het model helpt je om voortdurend te evalueren en aan te passen, maar altijd vanuit een staat van rust en overzicht. In een snel veranderende marktomgeving is dit de essentie van duurzame groei.

Zakelijk leiderschap Naud Schilt

De groei van een bedrijf is beperkt tot de effectiviteit van de leider.

Wanneer we uitgenodigd worden door een ondernemer zien we al snel hoe effectief het leiderschap is. Goed leiderschap vertaalt zich namelijk in meetbare resultaten en een prettige sfeer. Leiderschap is een set competenties, karaktereigenschappen en manier van denken.

Leiderschapscore
Graadmeter
62

Stel dat jij drie maanden uit je bedrijf zou stappen...

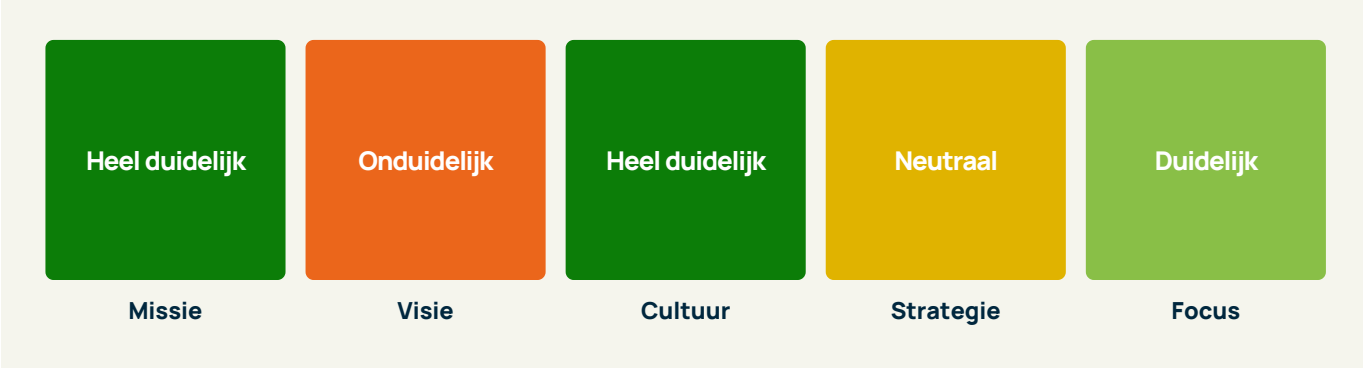
Zou je bedrijf dan gegroeid zijn of zou je bedrijf piepend en krakend tot stilstand zijn gekomen? Niet alle ondernemers zijn geboren leiders. Regelmatig merken we bij bedrijven dat de complete organisatie afhankelijk is van de ondernemer. En de meeste ondernemers worden geleefd door de waan van de dag. Zij hebben zichzelf onmisbaar gemaakt en zijn dagelijks bezig met (dezelfde) brandjes blussen.

Dat hoeft niet. Je kunt jezelf als MKB-ondernemer 'positief overbodig' maken en zorgen dat je organisatie zelfstandig groeit. Dat vereist wel moed. Moed om dingen los te laten, over te dragen en je bedrijf neer te zetten als een geoliede machine.

Wij geloven dat ieder bedrijf valt of staat bij leiderschap.

Wanneer jij als ondernemer jezelf tot een '7' hebt ontwikkeld als leider kun je nooit de resultaten krijgen die bij een '9' horen. Daarom focussen we bij het MKB Canvas niet alleen op het verbeteren van de klantreis of organisatie, maar specifiek ook op het verbeteren van de leiderschapsvaardigheden van de ondernemer.
Door effectiever te leren denken zal je effectiever handelen. Door effectiever te handelen krijg je betere resultaten. De groene cirkel staat in het midden van het model en beïnvloed al het andere in het bedrijf.

Zakelijk Leiderschap



Persoonlijk leiderschap
Naud Schilt

Business alignment:
Naud, als ondernemer kan het soms een uitdaging zijn om je enthousiasme vast te houden. De dagelijkse taken, problemen en verantwoordelijkheden kunnen overweldigend zijn. Hier komt persoonlijk leiderschap om de hoek kijken.

Het helpt je niet alleen om je bedrijf goed te leiden, maar ook om gemotiveerd en enthousiast te blijven.

Een van de eerste stappen is helderheid over je rol. Als je precies weet welke taken jouw verantwoordelijkheid zijn, voorkom je dat je verzandt in onbelangrijke zaken. Dit geeft rust en zorgt ervoor dat je je energie kunt steken in wat echt belangrijk is.

Daarnaast zijn je kernactiviteiten essentieel. Wat zijn de drie tot vijf belangrijkste dingen waar jij je als ondernemer op moet richten? Door deze prioriteiten scherp te houden, werk je elke dag aan de zaken die de meeste impact hebben op je bedrijf. Dit geeft voldoening en motiveert je om door te gaan.

Het managen van je tijd is ook cruciaal. Goede ondernemers weten wanneer ze moeten werken en wanneer ze rust moeten nemen. Een gezonde werk-privé balans zorgt ervoor dat je niet opgebrand raakt en enthousiast blijft over de toekomst.

Een ander belangrijk punt is persoonlijke groei. Blijf jezelf ontwikkelen, leer nieuwe dingen en zorg ervoor dat je meegroeit met je bedrijf. Dit houdt je scherp en geeft nieuwe energie.

Tot slot, helderheid in je visie. Als je weet waar je met je bedrijf naartoe wilt, heb je een doel om naartoe te werken. Dit geeft focus en maakt dat je iedere dag met plezier aan de slag gaat. Door deze vijf punten van persoonlijk leiderschap toe te passen, blijf je als ondernemer enthousiast en gemotiveerd om je bedrijf naar het volgende niveau te brengen.

Persoonlijk leiderschap

Organisatie Schilt Advies

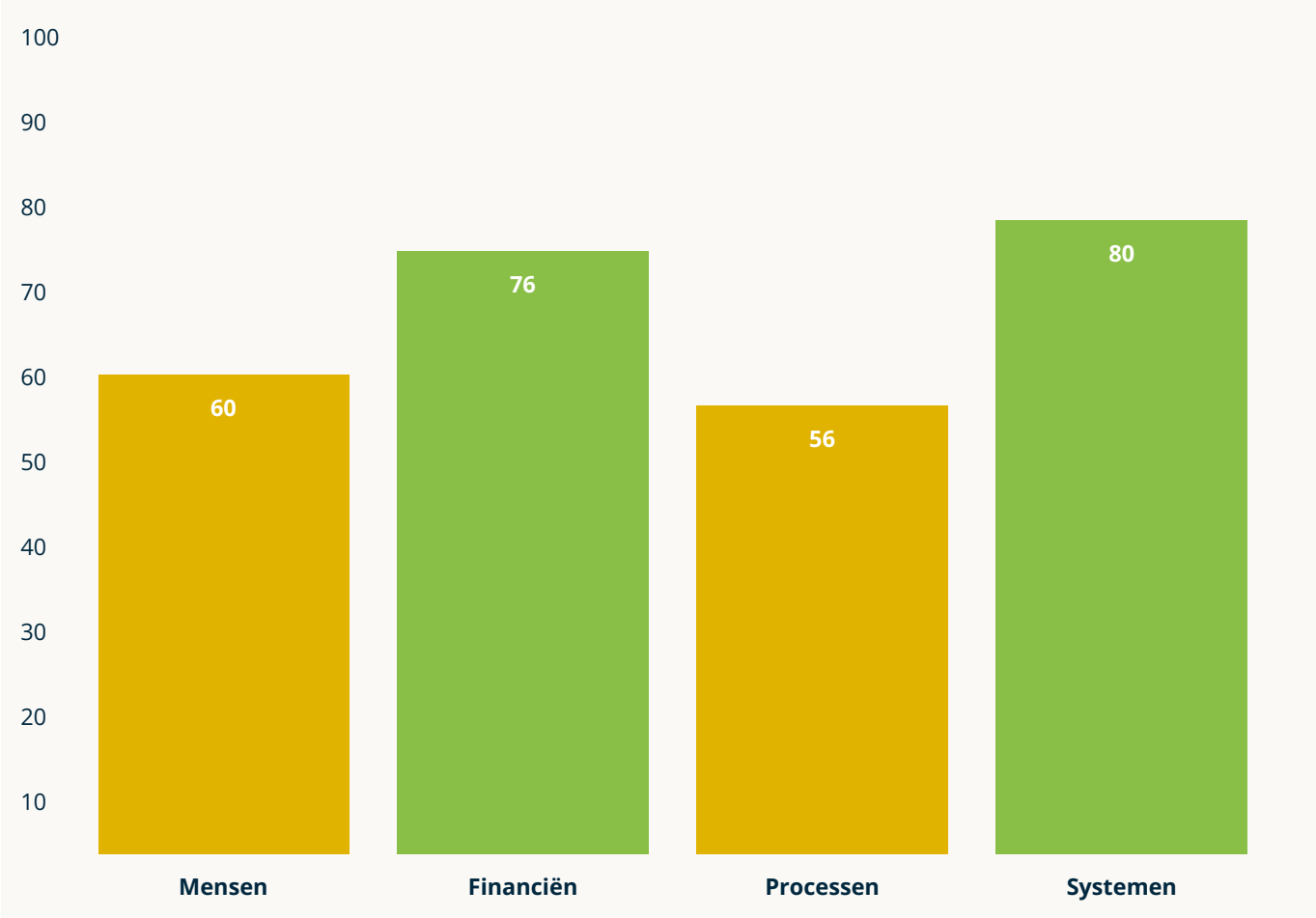
Naud, wanneer je wilt groeien met je bedrijf, is het noodzakelijk dat je je organisatie effectief inricht. De blauwe cirkel is verantwoordelijk voor de gerealiseerde winst. Mensen, processen en systemen moeten naadloos op elkaar afgestemd zijn om ervoor te zorgen dat er repeterend waarde wordt geleverd aan de markt. Daarnaast is het belangrijk dat je overzicht houdt op je financiën en dat er wordt gestuurd op een goede cashflow. Hieronder kun je jouw score zien op basis van hoe jij je bedrijf op dit moment hebt georganiseerd.

Organisatiescore
Graadmeter
68

Een organisatie bestaat uit het samenspel tussen mensen, processen en systemen, die gezamenlijk in staat zijn om repeterend waarde te leveren aan de markt en zo financiële stabiliteit creëren."

quote uit 'het MKB Canvas'

Jouw organisatie in beeld



Klantreis

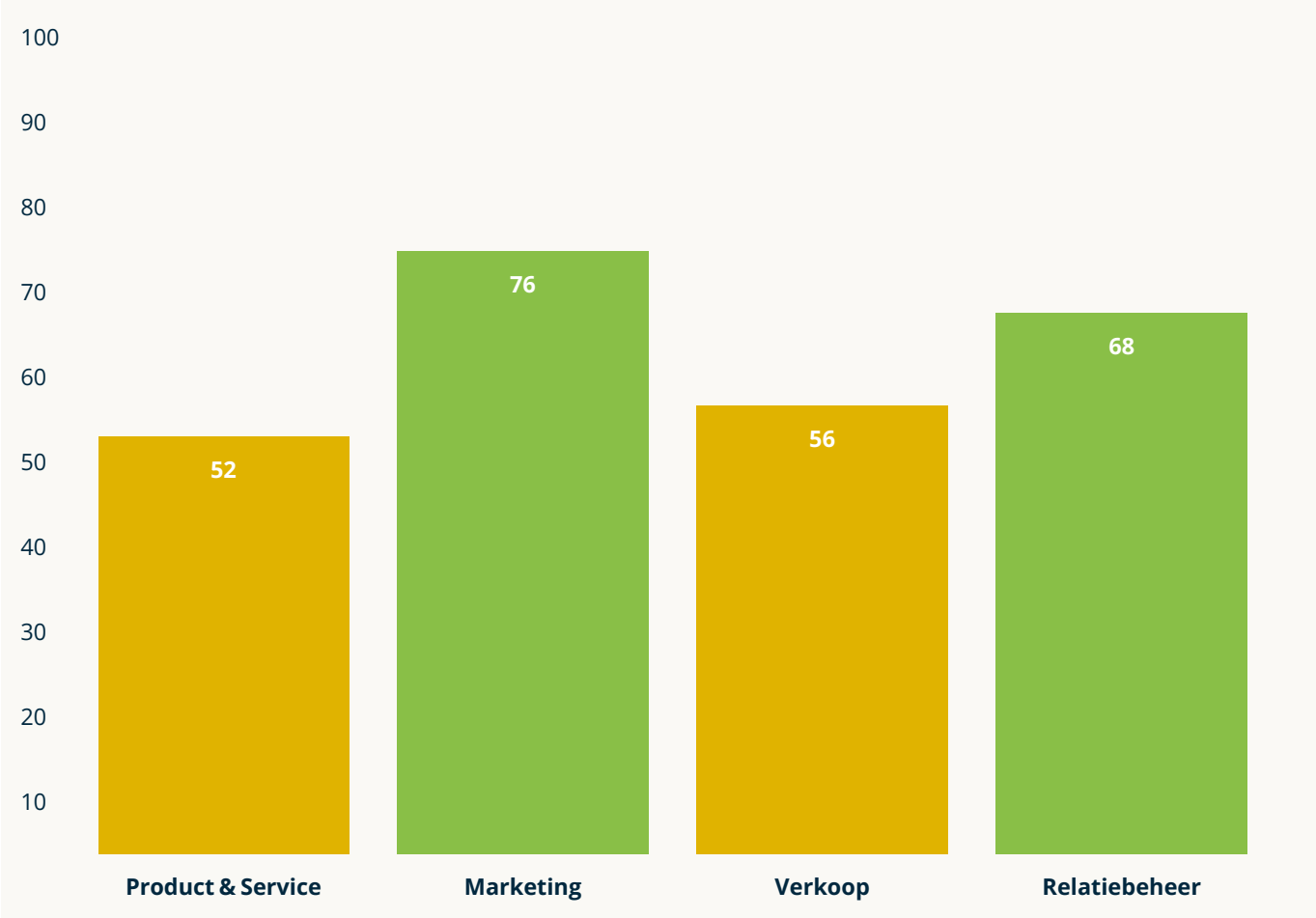
Regelmatig komen we bedrijven tegen die niet goed hebben nagedacht over hoe hun klantreis is opgebouwd. Dat is eigenlijk best gek, want je bedrijf groeit door je klanten. Zij zorgen ervoor dat de rekeningen betaald worden en dat jij je werk kunt doen.

Zonder hen zou je bedrijf simpelweg niet kunnen bestaan. Daarom is het zo belangrijk om ervoor te zorgen dat de klantreis soepel verloopt, van begin tot eind.

Klantreis score
Graadmeter
63

De klantreis omvat alles wat jouw klanten ervaren, vanaf het moment dat ze voor het eerst van je bedrijf horen tot lang nadat ze iets bij je hebben gekocht. Dit begint bij de eerste indruk via je marketing en gaat verder bij het verkoopproces, de levering van je producten of diensten, en de nazorg. Elke stap in deze reis moet goed op elkaar aansluiten, zodat je klanten zich gewaardeerd voelen en graag bij je terugkomen. Het uiteindelijke doel van iedere klantreis is dat klanten fans worden en nieuwe klanten aanbrengen. Dit noemen we ook wel R>1, waarmee we zeggen dat het reproductiegetal van je klanten boven de een moet komen. Als je dit voor elkaar krijgt, is dat de exponentiële versneller voor je groei.

Jouw klantreis in beeld



De vijf fases van groei

Als ondernemer heb je al een flink traject afgelegd. Je bent begonnen met een visie en hebt inmiddels je plek in de markt gevonden. Maar zoals je weet, komt elke fase van groei met nieuwe uitdagingen en eisen. Het pad dat je bewandelt, is er een van voortdurende ontwikkeling, waarbij je telkens weer moet aanpassen en verfijnen om verder te komen. De reis van een ondernemer is dynamisch, en er zijn vier groeifases die je bedrijf zal doorlopen. Het is essentieel om te begrijpen wat elke fase vraagt en hoe je deze effectief kunt navigeren om blijvend succes te realiseren.

Groeifase 1: Starter

In de beginfase van je onderneming heb je waarschijnlijk vol enthousiasme je bedrijf opgestart, voortgedreven door je expertise of een unieke kans. De starterfase geeft je de vrijheid om je eigen schema te bepalen, zonder dat je gebonden bent aan verplichte afspraken of vergaderingen. Maar met die vrijheid komt ook de verantwoordelijkheid—je legt alleen verantwoording af aan jezelf. Dit kan uitdagend zijn, omdat je nu zelf prioriteiten moet stellen en de discipline moet opbrengen om de nodige stappen te zetten.

In deze fase zijn er nog nauwelijks processen of systemen. Alles wat je doet, is nieuw en vormt een uitzondering op de regel. Dit is op zich geen probleem, zolang je je ervan bewust bent dat het doel uiteindelijk is om op een consistente manier waarde te leveren. Het is essentieel om goed bij te houden wat werkt, zodat je dit kunt herhalen en verbeteren. Financieel ligt de focus op het genereren van omzet. Je bent bezig met het ontdekken van de markt en het ontwikkelen van een product of dienst die echt aansluit bij de behoeften van je klanten.

Groeifase 2: Performer

In de performerfase begint de markt te erkennen dat je goed bent in je vak, en je bouwt een netwerk van tevreden klanten op. Je agenda raakt steeds voller, en je merkt dat het niet meer haalbaar is om alles zelf te doen. Dit is het moment om je eerste teamleden aan te nemen of in te huren, zodat je je kunt richten op de kernactiviteiten die het meeste rendement opleveren.

In deze fase is het essentieel om ondersteunende processen op te zetten. Denk aan het vastleggen van je administratie, het onderhouden van je website, en het organiseren van andere noodzakelijke zaken om efficiënt te kunnen werken. Financieel gezien is het bewaken van de liquiditeit een belangrijke prioriteit. Hoewel het verleidelijk kan zijn om jezelf een hoger salaris te geven en je levensstijl aan te passen, is het van cruciaal belang om te blijven investeren in je bedrijf. Het geld dat je verdient, moet bijdragen aan de groei en stabiliteit van je onderneming, in plaats van alleen te worden besteed aan persoonlijke uitgaven.

In deze fase is het ook belangrijk om je marketing goed te organiseren. Je hebt inmiddels inzicht gekregen in de behoeften van de markt, en nu is het zaak om voldoende kansen te creëren om door te groeien naar de volgende fase.

Groeifase 3: Team Manager

Je bedrijf blijft groeien, en de vraag naar je diensten neemt toe. Je hebt een team om je heen verzameld, maar je merkt dat er steeds meer vragen op je afkomen. Het is tijd om ervoor te zorgen dat je team zelfstandig kan werken en problemen kan oplossen zonder dat jij overal bij betrokken hoeft te zijn.

In deze fase is het van groot belang om je primaire processen vast te leggen in systemen. Jij mag niet langer de enige zijn die omzet genereert voor het bedrijf. Het is essentieel dat anderen binnen het team in staat zijn om geld te verdienen en bij te dragen aan de groei. Ook je financiële focus verschuift: je brutomarge wordt een belangrijke KPI. Naarmate je team groter wordt, nemen ook je kosten toe. Daarom is het noodzakelijk om je marges te verbeteren door je tarieven te verhogen en je inkoop te optimaliseren.

Daarnaast is het belangrijk dat anderen in staat zijn om de verkoop op zich te nemen. Jij bent misschien de expert, maar je kunt niet langer de enige verkoper zijn. Door je verkoopprocessen te structureren en te documenteren, kun je deze verantwoordelijkheid overdragen aan andere teamleden of zelfs uitbesteden.

Groeifase 4: Zakelijk Leider

Je bedrijf draait steeds beter, en je hebt inmiddels een of meerdere teams die onder leiding van teamleiders werken. Je merkt echter dat je tegen capaciteitsproblemen aanloopt, omdat jij nog steeds de meeste beslissingen neemt. Het is tijd om een managementteam op te bouwen en hen de verantwoordelijkheid te geven voor cruciale beslissingen.

In deze fase draait het om strategisch leiderschap. Je hebt een heldere visie en een strategisch plan opgesteld, en het is nu belangrijk dat anderen binnen je bedrijf beslissingen kunnen nemen op basis van deze kaders. Daarnaast is het essentieel om je besturingsprocessen goed in te richten, zodat je bedrijf soepel blijft draaien, zelfs als jij er even niet bent.

Je financiële focus verschuift nu naar nettowinst. Met de groei van je teams, processen en systemen zijn de kosten gestegen, en het is noodzakelijk om de efficiëntie te waarborgen. Het is belangrijk om regelmatig je financiën door te nemen en onnodige kosten te elimineren om de winstgevendheid te maximaliseren. Ten slotte draait de klantreis nu om relatiebeheer. Je hebt een sterk product, je marketing is goed georganiseerd, en je leads worden effectief opgevolgd. Nu is het tijd om programma's te ontwikkelen die ervoor zorgen dat je klanten niet alleen tevreden zijn, maar ook enthousiaste ambassadeurs worden die nieuwe klanten naar je toe brengen.

Groeifase 5: Systeem eigenaar

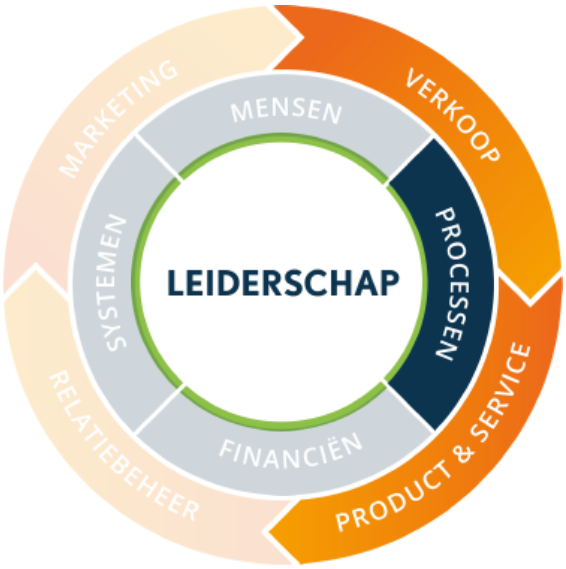
Droom groter.

	Groeifase 1 **Starter**	Groeifase 2 **High-Performer**	Groeifase 3 **Team manager**	Groeifase 4 **Zakelijk leider**	Groeifase 5 **Systeem eigenaar**
Leiderschap	Persoonlijk leiderschap	Persoonlijke effectiviteit	Operationeel leiderschap	Strategisch leiderschap	Visiehouder, adviseur of commissaris
Mensen	Je werkt alleen	Ondersteunend team	Zelfstandig uitvoerend team	Management team	Zelfsturend directieteam
Processen	Ontdekken wat werkt	Ondersteunende processen borgen	Primaire processen standaardiseren	Besturingsprocessen implementeren	Optimaliseren en uitbreiden
Systemen	Alles handmatig	Software en SOP's	Organisatie handboek	Dashboards	Stuurinformatie
KPI Financiën	Omzet genereren	Liquiditeit verhogen	Bruto marge verhogen	Netto winst verhogen	Bedrijfswaarde verhogen
Klantreis	Product & service	Marketing	Verkoop	Relatiebeheer	MKB Canvas

Resultaatgebieden

Hieronder zie je een grafische weergave van de grootste ontwikkelingskansen in jouw bedrijf. Op dit moment kun je het snelst groeien door deze gebieden verder te ontwikkelen:

Op dit moment kun je het snelst groeien als jij jezelf of je bedrijf ontwikkelt volgens deze prioriteiten:



Prioriteit 1: Producten & Services

De productontwikkeling is niet afgestemd op de behoeften van de klant, en de service voldoet niet aan de verwachtingen. Hierdoor blijven klanten weg. De focus moet liggen op het verbeteren van producten en diensten, zodat ze meer waarde bieden en klanten blijven terugkomen.

Prioriteit 2: Verkoop

Het verkoopproces is ongestructureerd en inefficiënt, wat resulteert in gemiste kansen. Er wordt te weinig gebruik gemaakt van data om verkoopprestaties te verbeteren. De focus moet liggen op het ontwikkelen van een gestroomlijnd verkoopproces en het benutten van technologie om verkoopkansen beter te volgen.

Prioriteit 3: Processen

Veel processen zijn niet gestandaardiseerd of gedocumenteerd, wat leidt tot inconsistenties in de uitvoering. Dit veroorzaakt fouten en inefficiënties. Door processen vast te leggen en te stroomlijnen, kan het bedrijf voorspelbaarder en efficiënter worden, wat essentieel is voor groei.

Focuspunten scorecard: Schilt Advies

Organisatie 68

Mensen
60

Financiën
76

Processen
56

Systemen
80

Werving en selectieprocedure	4
Onboarding proces team	6
Evaluatie cyclus	4
Persoonlijk ontwikkelingsplan	6
Team meetings	10
Debiteurenbeheer	6
Liquiditeitsprognose	6
Exploitatiebegroting	8
Winst- en verliesrekening	10
Groeidrivers dashboard met KPI's	8
Primaire processen	6
Ondersteunende processen	2
Besturingsprocessen	4
Functies, taken, verantwoordelijkheden	6
Uitzonderingen (taakvolwassenheid)	10
Organisatie handboek	8
Software	8
Hardware	10
Contracten	8
Opleiding	6

Klantreis 63

Product & Service
52

Marketing
76

Verkoop
56

Relatiebeheer
68

Serviceprogramma	2
Leveringsvoorwaarden	8
Onboarding proces klanten	6
Inkoop en materialen	4
Productontwikkeling	6
Huisstijl	8
Leadgeneratie	6
Bedrijfsverhaal en merkwaarden	8
PR	6
Promotiematerialen	10
Verkoopdashboard + KPI's	8
Verkoop scripts	4
Sales software: CRM / pipeline management	10
Presentatiematerialen	4
Verkoopproces (kwalificatie + sales)	2
Retentie programma	8
Affiliatie programma (R>1 activeren)	8
Loyaliteitsprogramma	2
Nieuwsbrief	6
Evaluatie en klanttevredenheid	10

De 6 Groeiversnellers van een bedrijf: De sleutel tot succesvolle groei

Elke ondernemer wil groeien, maar echte groei komt niet vanzelf. Het vraagt om gerichte acties die voortkomen uit goed inzicht en een duidelijke strategie. Om je bedrijf effectief te laten groeien, is het cruciaal om te begrijpen welke factoren – de zogenaamde groeiversnellers – je bedrijf daadwerkelijk vooruit helpen. Het MKB Canvas biedt een heldere structuur met zes groeiversnellers die je helpen om je groei te sturen en te versnellen. Deze groeiversnellers zijn direct gekoppeld aan de oranje en blauwe cirkel, respectievelijk de klantreis en de organisatie. Laten we deze groeiversnellers eens nader bekijken en zien hoe je ze in de praktijk kunt toepassen.

De Groeiversnellers van het MKB Canvas

1. Leads (# Leads):

Het aantal potentiële klanten dat interesse toont in je producten of diensten. Het verhogen van je leads is vaak de eerste stap naar groei en valt binnen het onderdeel marketing van de klantreis (oranje cirkel). Door je marketingstrategieën te optimaliseren, kun je meer leads genereren, wat direct bijdraagt aan een groter omzetpotentieel.

2. Conversie (% Conversie):

Het percentage leads dat daadwerkelijk klant wordt. Dit valt onder het verkoopproces in de klantreis (oranje cirkel). Een hogere conversie betekent dat je meer waarde haalt uit de leads die je al hebt. Dit kun je verbeteren door je verkoopproces te optimaliseren of je verkoopteam beter te trainen, zodat meer potentiële klanten daadwerkelijk tot aankoop overgaan.

3. Transacties (# Transacties):

Het aantal keer dat een klant een aankoop doet. Deze groeiversneller is gekoppeld aan relatiebeheer in de klantreis (oranje cirkel). Door klanten te stimuleren om vaker terug te komen of meer te kopen, verhoog je het aantal transacties per klant. Dit kun je verbeteren door het opzetten van loyaliteitsprogramma's, het aanbieden van speciale aanbiedingen, of het ontwikkelen van abonnementen die herhaalde aankopen bevorderen.

4. Gemiddelde Orderwaarde (€ Gem. orderwaarde):

Het gemiddelde bedrag dat een klant per aankoop besteedt. Om dit te verhogen, kun je het verkoopproces in de klantreis (oranje cirkel) optimaliseren en je productaanbod (product & service) aanpassen. Denk hierbij aan upselling, cross-selling, of het aanbieden van bundels en premium opties die de klant helpen om meer te besteden.

5. Marge (% Marge):

Het percentage winst dat je maakt op elke verkoop na aftrek van kosten. Deze groeiversneller valt binnen de blauwe cirkel, specifiek onder financiën en processen in de organisatie. Een hogere marge betekent meer winst per verkoop. Dit kun je bereiken door kosten te verlagen, inkoop te optimaliseren, of prijzen te verhogen. Zowel je aanbod als de efficiëntie van je organisatie hebben invloed op de marge. Als je aanbod aantrekkelijk en onderscheidend is, kun je hogere prijzen vragen, wat direct bijdraagt aan een betere marge. Tegelijkertijd helpt een efficiënte organisatie om kosten te beheersen, waardoor je meer winst overhoudt op elke verkoop.

6. R>1 (Reproductiegetal van je klanten):

Dit staat voor de mate waarin bestaande klanten nieuwe klanten aanbrengen. Deze groeiversneller is verbonden aan relatiebeheer in de klantreis (oranje cirkel). Als elke klant gemiddeld meer dan één nieuwe klant aanbrengt (R>1), versnelt je bedrijf in groei zonder extra marketinginspanningen. Hoewel dit een cruciale driver is, is het vanwege de moeilijkheid om dit direct te meten niet opgenomen in het invuloverzicht van dit rapport. Toch is je klanttevredenheid een exponentiële versneller voor je bedrijfsgroei en cruciaal om te meten.

Focus op de Groeiversnellers

Laten we eens kijken hoe een ondernemer zelf de groeiversnellers kan gebruiken om zijn bedrijf te laten groeien, met Jan, een gepassioneerde meubelmaker, als voorbeeld. Jan heeft een sterke reputatie opgebouwd in zijn lokale gemeenschap, maar zijn bedrijfsgroei blijft achter bij zijn verwachtingen. Daarom besluit hij het MKB Canvas te gebruiken om gericht actie te ondernemen en zijn bedrijf te verbeteren. Zijn doel is om elke groeiversneller met 20% te verbeteren.

Jan begint met het aanpakken van zijn marketing. Hij realiseert zich dat zijn huisstijl verouderd is en dat zijn merkverhaal niet krachtig genoeg overkomt. Hij investeert in een frisse, moderne huisstijl en verfijnt zijn bedrijfsverhaal en merkwaarden, zodat deze beter aansluiten bij de kwaliteit van zijn meubels. Vervolgens lanceert hij een gerichte leadgeneratiecampagne, verbetert zijn promotiemateriaal en zet PR in om zijn zichtbaarheid te vergroten. Deze stappen zorgen ervoor dat zijn leads met 20% toenemen, van 100 naar 120 per maand. Daarna richt Jan zich op het verhogen van zijn conversiepercentage. Hij introduceert verkoopscripts en implementeert een CRM-systeem om zijn klantrelaties beter te beheren en consistentie te brengen in hoe zijn team klanten benadert. Daarnaast ontwikkelt hij nieuwe presentatiematerialen die zijn meubels optimaal presenteren. Dankzij deze inspanningen stijgt zijn conversiepercentage van 10% naar 12%.

Jan beseft ook dat hij het aantal transacties per klant moet verhogen. Hij lanceert een loyaliteitsprogramma dat klanten beloont met korting bij hun volgende aankoop, en breidt zijn productaanbod uit met premiumopties en maatwerk. Dit zorgt ervoor dat de gemiddelde orderwaarde stijgt van €1.000 naar €1.200. Tegelijkertijd optimaliseert Jan zijn inkoopvoorwaarden en productieprocessen, wat leidt tot een hogere marge van 60%.De combinatie van een aantrekkelijker aanbod en een efficiëntere organisatie zorgt ervoor dat Jan meer winst per verkoop behaalt.

Door deze verbeteringen transformeert Jan’s meubelmakerij aanzienlijk. Zijn leads stijgen naar 120 per maand, zijn conversiepercentage verbetert tot 12%, en klanten komen vaker terug. De gemiddelde orderwaarde stijgt naar €1.200 en dankzij de verbeterde marge maakt hij per verkoop meer winst. Uiteindelijk verdubbelt zijn omzet naar €20.736 per maand, en zijn winst stijgt naar €12.441,60.

Door elke groeiversneller met 20% te verbeteren, is zijn winst in totaal met 148,83% gestegen: meer dan een verdubbeling!

Groeiversneller	Op dit moment	Doelstelling	Gerealiseerde groei
Leads per maand	100	120	+20%
Conversiepercentage	10%	12%	+20%
Aantal transacties per maand	1	1,2	+20%
Gemiddelde orderwaarde	€1.000	€1.200	+20%
Marge	**50%**	**60%**	**+20%**
Omzet per maand	**€10.000**	**€20.736**	**+107,36%**

Door zich te focussen op 20% groei op iedere groeiversneller realiseert Jan ruim een verdubbeling van zijn omzet.

De Impact van Gerichte Verbeteringen

Jan's verhaal laat zien hoe gerichte verbeteringen in de klantreis en de organisatie kunnen leiden tot aanzienlijke groei. Door systematisch zijn bedrijf te optimaliseren, verhoogt Jan niet alleen zijn omzet en winst, maar bouwt hij ook een stabielere en duurzamere onderneming op. Stel je voor wat er gebeurt als je erin slaagt om op elk van de eerste vijf groeiversnellers een verbetering van 20% te realiseren. Je omzet zal bijna verdubbelen, terwijl je winst meer dan verdubbelt.

En denk eens na over de impact als 20% van je klanten een nieuwe klant zou aanbrengen. De R>1 is niet voor niets de 'multiplier' van je bedrijf – het is de beloning die je krijgt door consequent het belang van je klanten voorop te stellen.

De zes groeiversnellers

	Op dit moment	Doelstelling
Aantal leads		
	X	**X**
Conversie %		
	=	**=**
Aantal klanten		
	X	**X**
Aantal transacties		
	X	**X**
Gemiddelde verkoopprijs		
	=	**=**
Omzet		
	X	**X**
Marge %		
	=	**=**
Winst		

Gerealiseerde groei:

Bereken je gerealiseerde groei als volgt: (winst doelstelling - winst op dit moment) / winst op dit moment * 100

Notities en Actiepunten

MKB Canvas
Maak van je bedrijf een winstgevend systeem

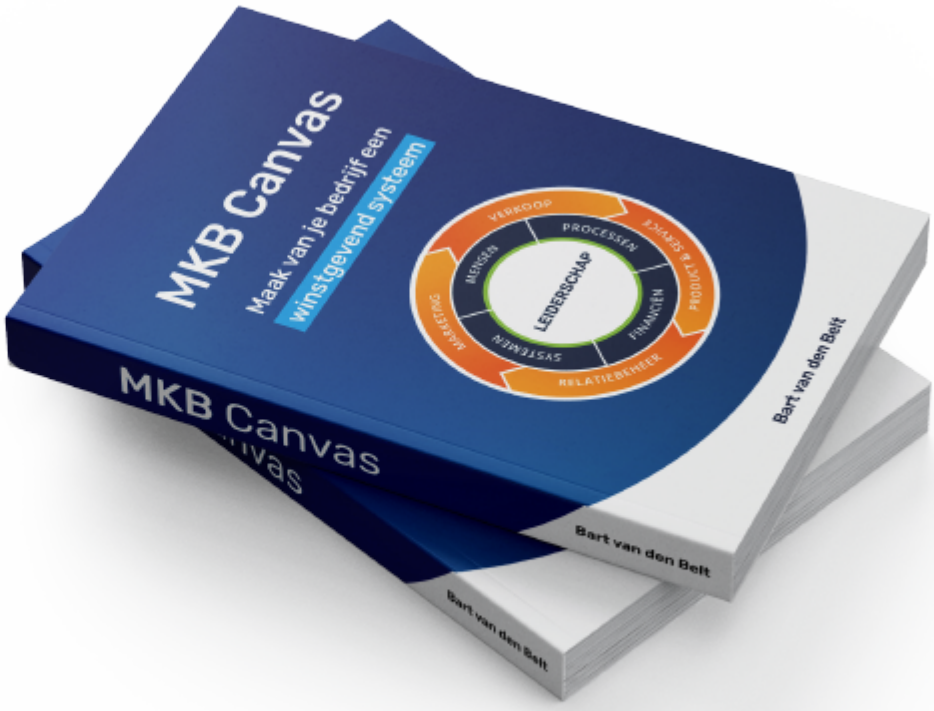
Als ondernemer weet je dat groei niet vanzelf komt. Het vraagt om strategie, inzicht en de juiste tools. Maar hoe zorg je ervoor dat je bedrijf niet alleen groeit, maar ook duurzaam en stabiel blijft?

Het boek MKB Canvas - Maak van je bedrijf een winstgevend systeem biedt het antwoord. Deze gids is onmisbaar voor elke ondernemer die zijn bedrijf naar een hoger niveau wil tillen en wil uitgroeien tot een zakelijk leider.

Wat dit boek uniek maakt, is de combinatie van praktische toepasbaarheid met een inspirerende aanpak. Het biedt concrete stappen die je direct kunt toepassen om je groei te versnellen. Je krijgt niet alleen de kennis die je nodig hebt, maar ook de tools en het vertrouwen om die kennis om te zetten in actie.

Als je serieus bent over het laten groeien van je bedrijf, is het MKB Canvas een onmisbare bron van informatie. Het biedt je een duidelijke routekaart naar succes, met stappen die je helpen je doelen te bereiken. Door de methodes en strategieën uit dit boek te volgen, kun je je bedrijf op een duurzame manier laten groeien en je positie in de markt versterken.

Bestel boek



Naud, ben jij klaar om te groeien?

Graag stel ik me aan je voor. Mijn naam is John Doe, en ik ben een gecertificeerde businesscoach die gespecialiseerd is in het helpen van ondernemers zoals jij om hun bedrijf naar een hoger niveau te tillen. Met jarenlange ervaring in het begeleiden van bedrijven, weet ik hoe belangrijk het is om niet alleen te focussen op groei, maar ook op duurzaamheid en stabiliteit.

Als ondernemer heb jij unieke uitdagingen en doelen. Daarom werk ik samen met jou om een strategie te ontwikkelen die perfect aansluit bij jouw specifieke situatie. Of je nu worstelt met het optimaliseren van je processen, het vergroten van je marktbereik, of het verbeteren van je winstgevendheid, ik sta klaar om je te ondersteunen. Samen bouwen we aan een solide fundament voor jouw bedrijf, waarbij we niet alleen kijken naar de korte termijn, maar vooral naar duurzame groei op de lange termijn.

Het is mijn passie om ondernemers te helpen hun volledige potentieel te bereiken. Ik geloof dat door samen te werken en gerichte acties te ondernemen, we jouw bedrijf kunnen transformeren tot een winstgevend en toekomstbestendig systeem.

Laten we samen de volgende stap zetten in jouw ondernemersreis. Ik kijk ernaar uit om met jou aan de slag te gaan en te zien hoe we jouw bedrijf kunnen laten groeien op een manier die echt bij jou past.

Met vriendelijke groet,

John Doe

tbadal@example.org
+3131 5189796