

# J EANNE R OEFS

B U S I N E S S A L C H E M Y

## **Welkom bij de exclusieve training '5 Acties zelf te ondernemen vóóordat je een business coach kiest'.**

Waarom is dat zo belangrijk?

Lukraak een businesscoach kiezen is als boodschappen doen zonder boodschappenlijst en zonder te hebben gegeten of gedronken.

Je bent dan behoeftig en licht in het hoofd. Dit maakt je vatbaar voor tal van verleidingen en afleidingen. Er komt ruis op je intuïtie waardoor het lijkt of je intuïtief kiest maar in wezen word je verleid. Het prioriteiten stellen, hoofd- en bijzaken van elkaar onderscheiden gaat je moeilijker af. Daardoor vergroot jij de kans dat je in een aankoop wordt gerommeld waarvan je achteraf spijt krijgt.

| © Jeanne Roefs

Ik neem je ter verduidelijking eerst mee naar het begrip **verleiding**. Nee, dit wordt geen inhoudelijk psychologisch betoog maar een uitleg over de trucage industrie.

**Even iets kort over mezelf.**

(De uitgebreide versie kun je bekijken op mijn [LinkedIn](#) profiel).

Dan begrijp je beter waarom ik samen met je nu op het begrip **verleiding** inzoom.

Ik heb de eerste 11 jaar van mijn carrière in de eerstelijns hulpverlening gewerkt als senior maatschappelijk werker en was o.a. gedetacheerd bij de zedenpolitie. Ik was in die tijd ook docent psychologie, bedrijfskunde en onderwijskunde aan een internationaal opleidingsinstituut. Na die 11 jaar wilde ik me als ondernemer vooral bezighouden met de brighter side of life.

**Wat ik van de cosmeticabranche leerde.**

Ik koos voor de cosmeticabranche en opende een schoonheidsinstituut op een toplocatie in Eindhoven. Die wereld heb ik van binnen en buiten gezien.

Als consument, als schoonheidsspecialist, als groothandel en van de kant van de producent. Ik heb rondgelopen in

cosmeticafabrieken in Castricum, Parijs, Akureyri, Bad Böll, Murcia en Tokio.

Mochten mannen nu afhaken? Weet dat de cosmetica industrie grotendeels bestierd wordt door mannen.

Het verhaal was telkens hetzelfde: Het zijn niet de ingrediënten in de crème, het serum of de lotion die de prijs en het succes van een product bepalen maar de R&D, de juridische dossiers, de marketingcampagnes maar vooral de uitstraling van het product: de verpakkingen! Zoals het potje, het doosje en het allerbelangrijkste en allerduurste: Het cellofaantje. En dan heb je ook weer het goedkopere cellofaneren met een lasnaad of het duurdere gevouwen cellofaneren. Tja, het oog wil wat. Ik moet hierbij altijd denken aan het gezegde: “Op het eerste oog kopen!”

De positionering, de filosofie, de branding, de verpakkingen en marketingcampagnes met of zonder celebrity bepalen de beleving en dus de aantrekkingskracht van het product. Nu zijn er honderden merken cosmetica, vaak ontwikkeld door één en dezelfde R&D-er, chemicus en producent. Hoe weet je nu als consument wat je moet kiezen? Precies! Dus kies je op gevoel, op emotie. En daar is de marketing op afgestemd.

Op het internet is het net zo. Als ondernemer zie je overal mogelijkheden en kansen. Hoe meer je vertoeft op internet en Social Media, des te meer verleidingen kom je tegen. Des te zeer wordt ook je sociaal discours bepaald. En voor je het weet heb je voor jezelf een schijnwerkelijkheid gecreëerd die niet meer strookt met de resultaten die je wilt behalen en de doelen die jij jezelf gesteld hebt.

Je raakt het spoor bijster of compleet ontspoord en raakt afgedreven van je belangrijkste missie in het leven: Je levensopdracht. Die wil je namelijk nu juist in je bedrijf weerspiegeld zien en door laten klinken.

Je snapt dat, nu ik de ingrediëntenlijsten van cosmetica uit mijn hoofd ken en weet wat een huid dagelijks nodig heb, ik zolang zoek totdat ik het perfecte product qua prijs/kwaliteit gevonden heb en houd ik het daarbij.

Met het uitzoeken van een businesscoach gaat het er nét zo aan toe. Wie en wat heb je nodig om het welslagen van jou als ondernemer en de te behalen resultaten binnen je bedrijf te bewerkstelligen. Dan zijn andere acties vereist en is het niet handig om 'op het eerste oog' een impulsaankoop te doen.

En doe je vanuit eigen onzekerheid die impulsaankoop wél dan is een contra-indicatie hierbij dat je de kans loopt

verstrikt te raken in het denkframe en visie van degene wiens aanbod jij koopt. Vervolgens zie ik ook vaak gebeuren dat je dan in contact gebracht wordt met diens netwerk (iedereen wil namelijk een graantje van je investeringsbereidheid meepikken). En vóór je het weet zit je opgescheept met een bataljon experts die je allemaal aan het betalen bent om vóór jou een marketingstrategie met funnel in elkaar te knutselen. Niet wetend dat die steeds verder af komt te staan van jouw persoonlijke ondernemersprofiel en bijbehorende marketingfundering.

Het gevolg: een ingewikkelde, dure en gecompliceerde marketingmachine met naar verhouding té veel gedoe en té weinig rendement.

En áls je dan een cliënt krijgt sta je weer voor nieuwe verrassingen omdat het accent grotendeels heeft gelegen op het aantrekken en werven van cliënten en niet op het hen daadwerkelijk helpen. Uiteindelijk ben je blut en kun je in je eentje de tegenvallende resultaten gaan analyseren en de conclusie trekken dat niemand je écht geholpen heeft bij je bedrijfsvoering van A tot Z!

Dát is wat ik heel vaak zie gebeuren en wat me bijzonder aan het hart gaat.

Wat zijn nu de voordelen om eerst zélf 5 acties te ondernemen vóórdát jij een businesscoach kiest en daarin investeert?

- Je blijft de regie over de ontwikkeling van je bedrijf en je ondernemerschap houden.
- Je voorkomt onnodig tijd-, geld- en energieverlies.
- Je behoedt jezelf voor de zoveelste teleurstelling. Dan hoef je niet 3 dagen achter elkaar hetzelfde eBook aan te vragen zonder dat je het ooit leest. Te vergelijken met lekker erop losshoppen en wéér met dezelfde lipstick thuiskomen zodat je na een jaar 7 dezelfde lipsticks in je la hebt liggen. Ja echt waar, dit gebeurt!!
- Je zorgt ervoor dat je diegene kiest die jouw talenten en kwaliteiten aanmoedigt en je zwakke punten onderkent. Zodat je geen energie en tijd verliest door zwakke punten proberen op te lossen, door te werken of proberen te transformeren. Je zwakke punten onderkennen leidt namelijk tot de vaardigheid om de juiste mensen om je heen te verzamelen en te delegeren.
- Het verder ontwikkelen van jouw inside-out marketingstrategie gaat beter met een businesscoach die je bij de les houdt en blijft bevragen op je intenties, je stappen en je resultaten in plaats van je te kapittelen of te bevoogden door je opdrachten uit te laten voeren die ver

van jezelf afstaan of niet stroken met je intuïtie en ondernemersprofiel.

- Jij leert je intenties neer te zetten om je potentieel aan mogelijkheden te maximaliseren en zo trek je gemakkelijker de juiste businesscoach aan die je hierin faciliteert.

Maar om dit te bereiken dien je voorwerk te doen. Zonder voorwerk blijf je gevoelig voor verleiding en afleiding en is de kans groot dat je jezelf uiteindelijk 'ja' hoort zeggen tegen een bespiegeling die je direct in je tekort en je nood zet waardoor de kans op bevrozing en stagnatie ontstaat. En dan zijn er dus businesscoaches die je vervolgens, uiteraard vanuit onwetendheid, in die bevrozings- en stagnatiemodus een liefdevolle schop onder de kont willen geven, zonder die ondermijning eerst op te lossen.

Uh? Ja, echt waar!

Tijdens het contact met je juiste businesscoach voel je direct dat je op je ondernemerschap wordt uitgedaagd. In deze wederzijdse wisselwerking gaan je intuïtie en creativiteit stromen. Je vervolgt met meer zelfvertrouwen, krachtiger je pad. Je koerst veel sneller en gericht op resultaten. Dit is tijdens de interactie voelbaar door beiden.

## Wat zijn nu de 5 acties die je gaat ondernemen?

1. **Zelfkennis door je ambitie scherp op het netvlies hebben.** Zorg dat je duidelijk hebt wat jouw levensmissie, je zielsopdracht, je zielsDNA is. Daaruit vloeit je business- en ondernemersprofiel voort. Je ziet deze aspecten weerspiegeld in je inside out marketingstrategie en in je business. Ook is het handig om de kenmerken van je levensfase duidelijk te krijgen en door welk transitieproces je acties momenteel ondersteund wordt. Suggestie: Bekijk het [JR Levensscript™](#) wat onderdeel is van het JR excelleer traject PRO.
2. **Je intenties kraakhelder formuleren**
  - a. **Formuleer** voor het komende half jaar de **3 belangrijkste resultaten** die je in je ondernemerschap en met je bedrijf wilt behalen.
  - b. **Formuleer 3 omstandigheden** in je huidige situatie waarvan je overtuigd bent dat deze het behalen van je gewenste resultaten **belemmeren**, waardoor het je moeilijk gaat lukken.
  - c. **Formuleer 3 nog te creëren omstandigheden** waarvan je overtuigd bent dat die het behalen van je resultaten zullen ondersteunen en bespoedigen. **Formuleer exact welke hulpbronnen, wie, wat, waarom en wanneer** je voor het behalen van deze resultaten nodig hebt.



### 3. Ken je 3 belangrijkste persoonlijke leerdoelen.

Omschrijf je 3 belangrijkste persoonlijke leerdoelen in je ondernemerschap waarvan je weet dat die bijdragen aan het behalen van je resultaten.

### 4. Maak een lijst van 3 businesscoaches die bij jouw persoonlijke leerdoelen aansluiten.

Struin rond op Social Media en op internet en maak een lijst van business coaches die je tegenkomt.

Ga bij jezelf na met wie je onmiddellijk een klik voelt, die je aandacht trekken en je hart en energie een sprongetje maken. Breng de lijst terug tot 3 Business Coaches met wie je de beste klik voelt.

### 5. Ga vervolgens op onderzoek uit en leer deze 3 business coaches wat beter kennen.

Schrijf je in op nieuwsbrieven, bekijk filmpjes, bekijk de profielen op LinkedIn, bekijk de tijdlijnen op Facebook, LinkedIn en Instagram, bezoek hun website.....

Schrijf je indrukken op. Vraag jezelf af welke businesscoach het beste bij jouw ondernemersprofiel, de te behalen resultaten en je persoonlijke leerdoelen aansluit. Stem bij jezelf af en ga het gesprek met de 3 Businesscoaches aan.

Beslis daarna bij wie je het gevoel hebt dat die je werkelijk verder helpt in je ondernemerschap en je bedrijf. Zo voorkom je dat je in een kostbaar en mysterieus traject gerommeld wordt waarvan de zichtbare resultaten op het einde achterblijven bij de verwachte resultaten.

### Kom je bij mij uit?

Dan vraag ik je eerst te beslissen welk onderdeel van je bedrijf nu extra aandacht vraagt?

Vervolgens neem je contact met me op en voeren we een [kantelgesprek](#). We krijgen dan samen snel duidelijk welk vorm van ondersteuning bij jou past en bij de fase waarin je bedrijf zich nu bevindt.

### Wil je onmiddellijk met me aan de slag?

Vraag dan ter kennismaking het [JR Creditpakket](#) aan. Ook ben je welkom op één van de Business Summits dat over het thema gaat waar jij nu ondersteuning in kunt gebruiken. Je wordt van deze Business Summits op de hoogte gebracht via de nieuwsbrief.

| © Jeanne Roefs

Mogelijkheden genoeg om kennis met me te maken en erachter te komen in hoeverre mijn kennis en expertise aansluiten bij jouw ondernemersprofiel, je leerdoelen en de resultaten die jij graag wilt bereiken. Jij weet dan hoe ik werk, wat je aan me hebt en of er een wederzijdse klik is. Dan is het ook veel logischer om daarna samen de volgende stap te zetten en is je investering ook zeker gewaarborgd.

Alle succes met deze belangrijke beslissing toegewenst!

Met een warme groet,

*Jeanne Roefs*

Jouw Business Alchemist

[LinkedIn](#) [Instagram](#) [Facebook](#)

P.s. Ik kan me voorstellen dat je helemaal geen omtrekkende bewegingen meer wilt maken maar direct met me aan de slag wilt. Uiteraard ben je van harte welkom om [een coachingsaanvraag](#) te doen. Je hoort van me!

Tot gauw!