

# **Van Leverancier naar Strategisch Partner**

De 5 gewoontes voor betere klantrelaties, meer  
winst en meer rust als dienstverlenend  
ondernemer.

digitaalgroeien

## Inhoud

De Groeiversneller	3
Stap 1: Confronteer én overwin je beperkende overtuigingen	7
Stap 2: Stel doelen en een stip op de horizon	10
Stap 3: Ontwerp een acquisitieproces en aanpak die bij jou past	12
Stap 4: Word een trusted advisor en bouw duurzame relaties	14
Stap 5: Maak impact door momentum te bouwen en vast te houden	16
Conclusie en valkuilen	19

In alles wat wij doen bij DigitaalGroeien staat jouw transformatie als leverancier naar Strategisch Partner, of zoals wij het noemen ‘Groeiversneller’ centraal. Maar wat houdt het precies in om een Groeiversneller te zijn? Wat is het verschil met een specialist of een generalist? En hoe zorg je ervoor dat je zelf deze ontwikkeling doormaakt? In deze gids neem ik je mee in hoe je dat doet. Zodat je vandaag nog aan de slag kunt met het zetten van je eerste stappen richting de rol van Groeiversneller voor jouw klanten.

## De Groeiversneller

Vaak denken we dat we ofwel een specialist, ofwel een generalist zijn. Maar er zijn best veel mensen die eigenlijk niet in dat hokje te vangen zijn. Misschien heb je wel een hele brede kennis en ervaring, met op sommige fronten veel specialistische kennis. Misschien positioneer je jezelf wel als specialist, maar haal je ook heel veel lol en energie uit het adviseren van klanten op een wat hoger strategisch abstractieniveau.

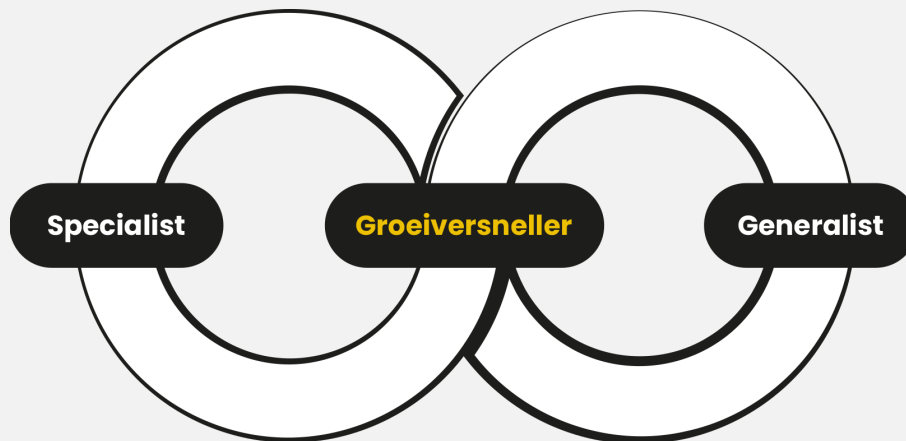
En dan kan het zijn dat je:

- Als specialist je klanten strategisch advies geeft, maar alleen afgerekend wordt op je rol als specialist
- Dat de relatie met je klant vooral transactioneel is en je feitelijk gezien wordt als een vervangbare schakel
- Dat je minder impact maakt voor je klanten dan je in potentie zou kunnen maken

Dat kan ervoor zorgen dat het op een gegeven moment gaat schuren. Want je bent niet alleen die specialist of ‘one trick pony’. En je bent ook niet die generalist die maar een heel klein beetje weet van veel dingen. Je bent meer dan dat en het feit dat je jezelf nu als specialist of generalist in de markt zet is een gemiste kans voor jezelf én voor jouw klanten.

Je bent namelijk in potentie al een Groeiversneller.

Dat is geen specialist, geen generalist, maar een T-shaped professional die klanten als een strategisch partner verder helpt naar een volgend niveau van digitale volwassenheid.



Alles wat ik maak aan content en alles wat ik doe vanuit ons bedrijf draagt bij aan de missie om het Nederlands MKB te helpen digitaal volwassen te helpen worden..

En Groeiversnellers zijn DE mensen die hier een belangrijke rol in spelen.

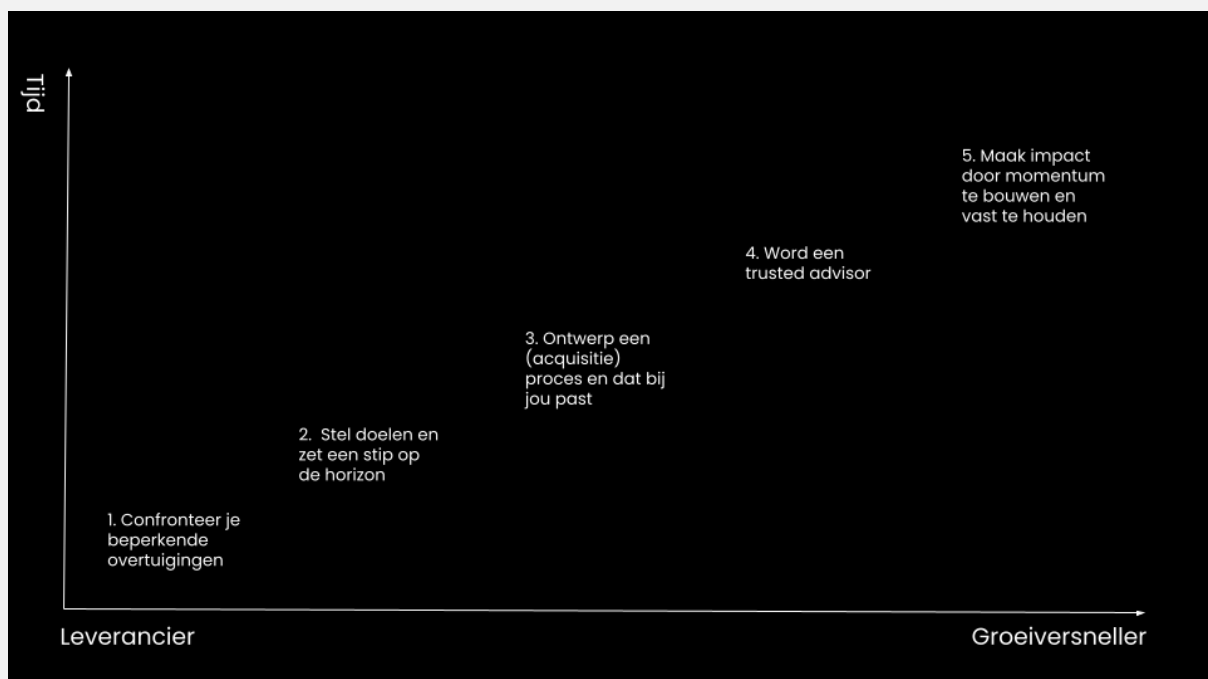
Dat is de reden dat we via DigitaalGroeien nu collega-ondernemers opleiden en helpen ontwikkelen tot Groeiversneller. Zelf kunnen we misschien 10 klanten per jaar naar een volgend niveau van digitale volwassenheid helpen. Als we 300 mensen opleiden tot Groeiversneller die ieder weer 10 klanten per jaar next level kunnen helpen, dan groeit de impact. Dat is de enige manier om de impact te maken op onze missie die nodig is om het MKB toekomst proof te helpen worden.

Dat is de reden dat ik:

- Het boek '[Word eens volwassen](#) - Next level online ondernemen' schreef dat MKB ondernemers helpt hun bedrijf te ontwikkelen in de 5 fases van digitale volwassenheid
- De podcast [Digitale Chaos](#) host: een ontdekkingsstocht in de wereld van ondernemen, marketing, design, psychologie en filosofie
- Een ontwikkel- en mastermind [programma](#) ontwikkelde voor DigitaalGroeien waarin we mensen door die transitie van leverancier naar Groeiversneller helpen.

Bij het maximaliseren van de impact op onze missie om het Nederlands MKB te helpen digitaal volwassen te worden hoort ook het delen van kennis, in dienst van deze missie. Deze gids is daar een uitvloeisel van:

Na het lezen van deze gids ken je de 5 stappen die je doorloopt in je transformatie van leverancier naar Groeiversneller. Of je nu zelfstandig marketeer, webdesigner, SEO/SEA specialist, copywriter of creatief ondernemer bent maakt niet uit; deze principes gaan op voor iedereen die actief is in de zakelijke dienstverlening.

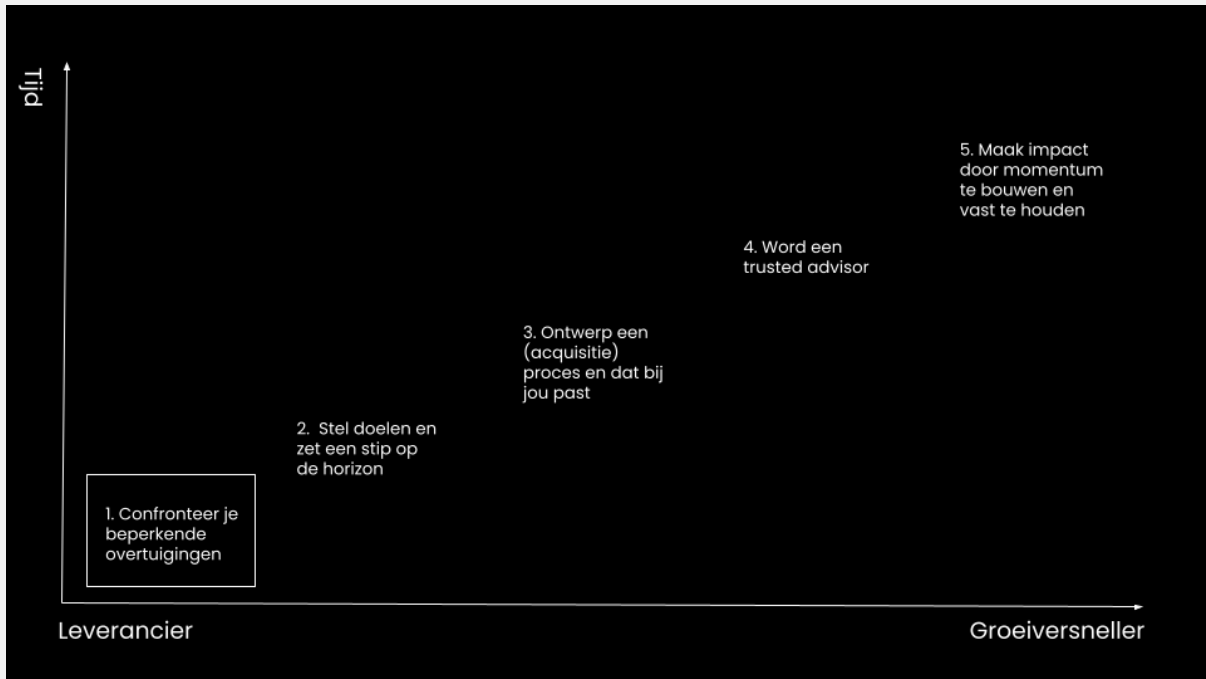


We lopen langs de 5 belangrijkste piketpalen die we ook doorlopen in ons mastermind programma van DigitaalGroeien. Voel je vrij hier zelf mee aan de slag te gaan of gebruik het als een gids om te bepalen of je met ons samen wilt werken.

Bij iedere stap geef ik een omschrijving wat de stap inhoudt en een aantal concrete tips waar je vandaag al mee aan de slag kunt.

Mocht je na het lezen nieuwsgierig zijn geworden naar ons programma, check dan de website van DigitaalGroeien en plan eventueel een [kennismaking](#) in.

# Stap 1: Confronteer én overwin je beperkende overtuigingen



De eerste stap is het confronteren van je beperkende overtuigingen. Om ze vervolgens te overwinnen door ze te 'herprogrammeren'.

## Confronteer

Dit is hoe het werkt: de meesten onder ons hebben aanleg voor het 'imposter syndrome'.

Dat wil zeggen dat je soms een bepaalde mate van ongemak, angst of spanning kunt ervaren. Bijvoorbeeld omdat er gedachten door je hoofd schieten als 'ben ik wel goed genoeg om dit te doen?' Of: 'Wie ben ik om een ander te vertellen wat wijsheid is'?

Het imposter syndrome kom je op veel verschillende plekken tegen en houdt ons vaak gevangen in een 'comfortzone' of een soort van dwangmatig perfectionisme dat ervoor zorgt dat onze groei stagneert.

Zelf heb ik het op verschillende punten bij mezelf geconstateerd én overwonnen. Een paar voorbeelden:

- Wie ben ik nou om een boek te schrijven? – Nu heb ik een boek gepubliceerd en ben ik een managementboek bestseller auteur
- Wie zit er nu te wachten op het luisteren van onze gesprekken? – Nu ben ik een podcast host met duizenden streams op m'n naam.
- Wie wil er nou een strategisch partnerschap met ons aan gaan, we zijn toch een webdesign bedrijf? – Nu zit er inmiddels >8 jaar ervaring in m'n rugzak als strategisch partner.

De beperkende overtuiging(en) die in jouw systeem 'geprogrammeerd' zijn zitten daar vaak al sinds je jeugd en kunnen verschillende oorzaken hebben.

Mocht je hier dieper in willen duiken, lees dan het boek 'The Big leap' van Gay Hendricks.

## Overwin

Als je eenmaal geconstateerd hebt waar jouw beperkende overtuiging(en) zitten dan kun je aan de slag met het overwinnen, of herprogrammeren ervan. Enkele tips die je hierbij kunnen helpen:

### **1. Definieer dat wat je wil worden en formuleer daar een affirmatie op.**

Bijvoorbeeld: "Ik ben een bestseller auteur die iedere dag schrijft en daar een goede boterham mee verdient."

Of: "Ik werk als Groeipartner samen met mijn klanten en realiseer op deze manier duurzame impact en gezonde winst voor m'n eigen business en voor mijn klanten"

### **2. Herprogrammeer je beperkende overtuiging(en)**

Spreek die affirmatie een aantal weken dagelijks meerdere keren hardop en in je hoofd uit. Na een tijdje zul je merken dat jij je anders verhoudt tot de overtuiging die je eerst had.



Het eerste voorbeeld dat ik gaf heeft er bijvoorbeeld voor gezorgd dat ik niet alleen een bestseller heb gepubliceerd, maar ook dagelijks ben gaan schrijven voor LinkedIn, wat nu (inmiddels 1.5 jaar als ik dit schrijf) een belangrijke leadgenerator is voor mijn bedrijf.

Vanuit onze digital agency JijOnline zijn wij op een gegeven moment overgestapt van specialist in WordPress webdesign naar strategische online partnerships. En door die switch mentaal te maken veranderde er iets wezenlijks.

### **3. Zet de knop om en vertel je nieuwe verhaal.**

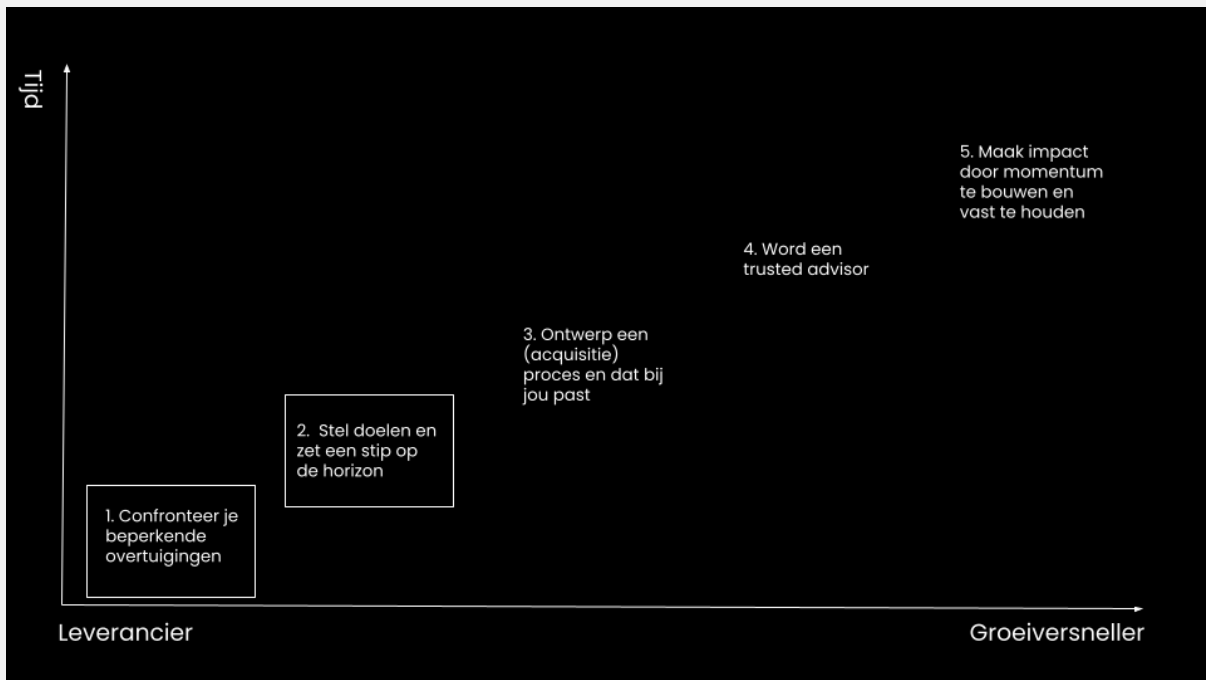
Vanaf het moment dat je zelf gelooft dat je een strategisch partner kunt zijn voor je klanten begin je simpelweg met het delen van dit nieuwe verhaal. In gesprekken met je bestaande klanten. In gesprekken met potentiële klanten. Op je website. In je marketing.

En wanneer je dit consistent gaat doen dan gebeurt er op een gegeven moment iets magisch: iemand anders zegt: “daar ben ik naar op zoek, laten we samenwerken.”

En vanaf het moment dat je een deal sluit als strategisch partner, dan ben je het.

Misschien beschrijf ik het verloop van dit proces een beetje simplistisch. Maar in de kern komt het altijd neer op het omzetten van een mentale knop. In de praktijk kan dit niet altijd even makkelijk zijn. Zorg daarom voor een accountability buddy, een coach of een mastermind groep om je scherp te houden op de transitie die je door wilt maken.

## Stap 2: Stel doelen en een stip op de horizon



Het gros van de mensen die instapt in ons DigitaalGroeien programma heeft al bepaalde stappen gemaakt in het confronteren van zijn of haar beperkende overtuigingen. Want de reden dat je met ons gaat samenwerken hangt vaak samen met het feit dat jij jezelf herkent in de omschrijving van een Groeiversneller. In de kern ben jij al iemand die dit potentieel in zich heeft. Alleen ontbreekt er nog bepaalde richting, kennis, toepassing en bevestiging om die stap te zetten.

Een belangrijke volgende stap om daar te komen waar je wil komen ligt in het stellen van doelen en een stip aan de horizon. Je hebt daar verschillende methodes en manieren voor.

Een aantal tips bij het stellen van doelen en een stip aan de horizon:

- Begin 'hoogover' en denk over de lange termijn. Wat is jouw BHAG (Big, Hairy, Audacious Goal)? Wat is je visie? Wat wil je in 10 jaar realiseren? Welke missie hoort daarbij?
- Waar wil je over 3 jaar bereikt hebben in dienst van deze visie?
- Wat kun je realistisch gezien over 1 jaar bereikt hebben?

- Welke 3-5 focus doelstellingen kun je in dienst daarvan het komende kwartaal gaan realiseren?

Er zijn verschillende manieren om jouw doelen en stip op de horizon kwalitatiever te maken en meer te laten leven. Denk hierbij aan:

- Het doen van een pre-mortem of post-mortem gedachten experiment
- Het maken van een vision board
- Het doen van een visie ontwikkeling sessie met je team of een accountability buddy

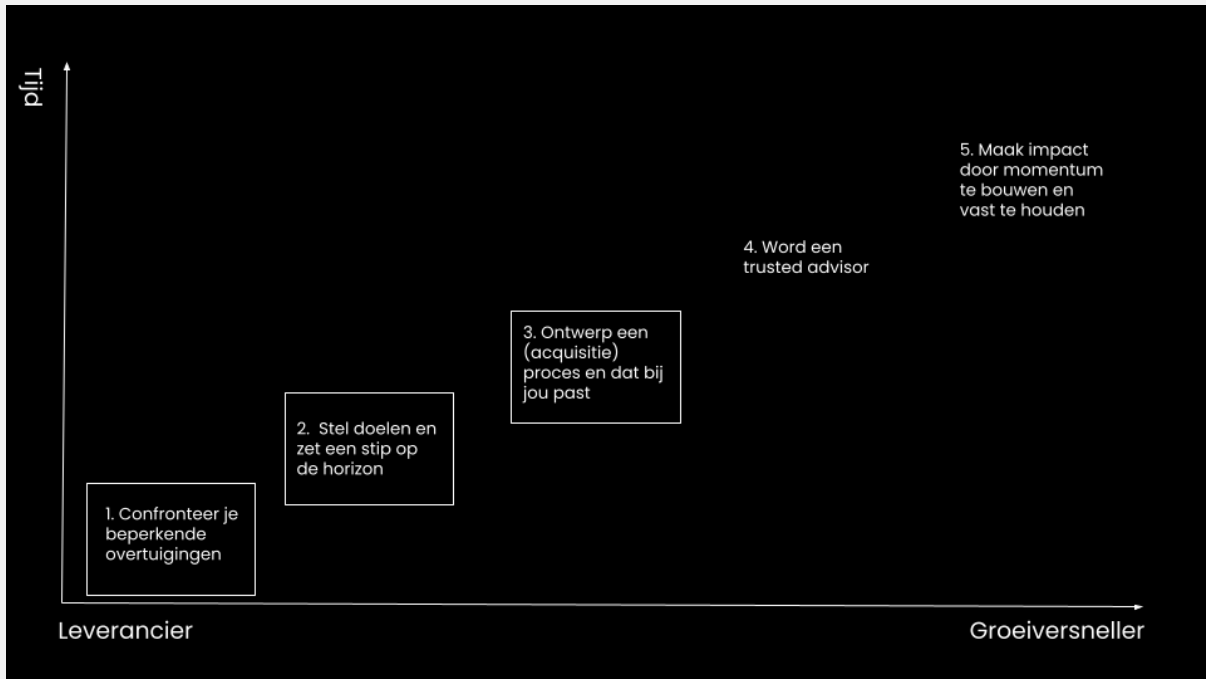
### **Email met je toekomstige zelf**

Probeer je intenties en doelen vervolgens ook mentaal te verankeren. Zelf stuur ik mezelf bijvoorbeeld 1 keer per jaar een mail naar mijn toekomstige zelf. Ik schrijf in een mailtje uit welke intenties en doelen ik stel voor het komende jaar en plan deze mail via m'n email software in + 1 jaar.

Als die mail na een jaar binnen komt dan reflecteer ik op wat er het afgelopen jaar gebeurd is en stel ik nieuwe intenties en doelen door op de mail te reageren en weer in te plannen voor + 1 jaar. Ik doe dit nu een paar jaar en kom stevast tot de conclusie dat ik ongeveer 80% van de doelen behaal.

Er zijn onderzoeken gedaan naar het maken van plannen en het stellen van doelen. En wat bleek? Alleen al het maken van en plan zorgt ervoor dat je betere resultaten behaalt. Blijkbaar draagt ook dit bij aan het voeden van je mentale 'programmering' waardoor je eerder keuzes maakt die in dienst staan van wat je wil bereiken.

## Stap 3: Ontwerp een acquisitieproces en aanpak die bij jou past



Wanneer je eenmaal haarscherp hebt bepaald waar je naar toe wil bewegen zul je als ondernemer in de praktijk ook een acquisitieproces en praktische aanpak nodig hebben.

Maar hier gaat het in de praktijk HEEL VAAK mis. Misschien ken je de '1 trick ponies' en 'goeroes' wel die je via social media proberen een 'systeem' te verkopen dat je gegarandeerd tienduizenden euro's per maand binnen laat halen als je exact hun systeem toepast.

Vervolgens betaal je veel geld voor die belofte en loop je daarna alsnog stuk. De simpele, maar confronterende les die je dan leert is dat je iets probeert te doen dat intrinsiek niet goed bij jou past.

De truuk is om juist een verkoopproces en aanpak te ontwerpen die bij jou past, in plaats van bij degene die het probeert te verkopen.

Dat is ook precies de reden waarom wij je nooit zullen aanmoedigen exact hetzelfde proces te gebruiken als wij. Wel geven we je tijdloze principes die op gaan in ieder verkoopproces van mens tot mens in B2B omgevingen.

Denk hierbij aan:

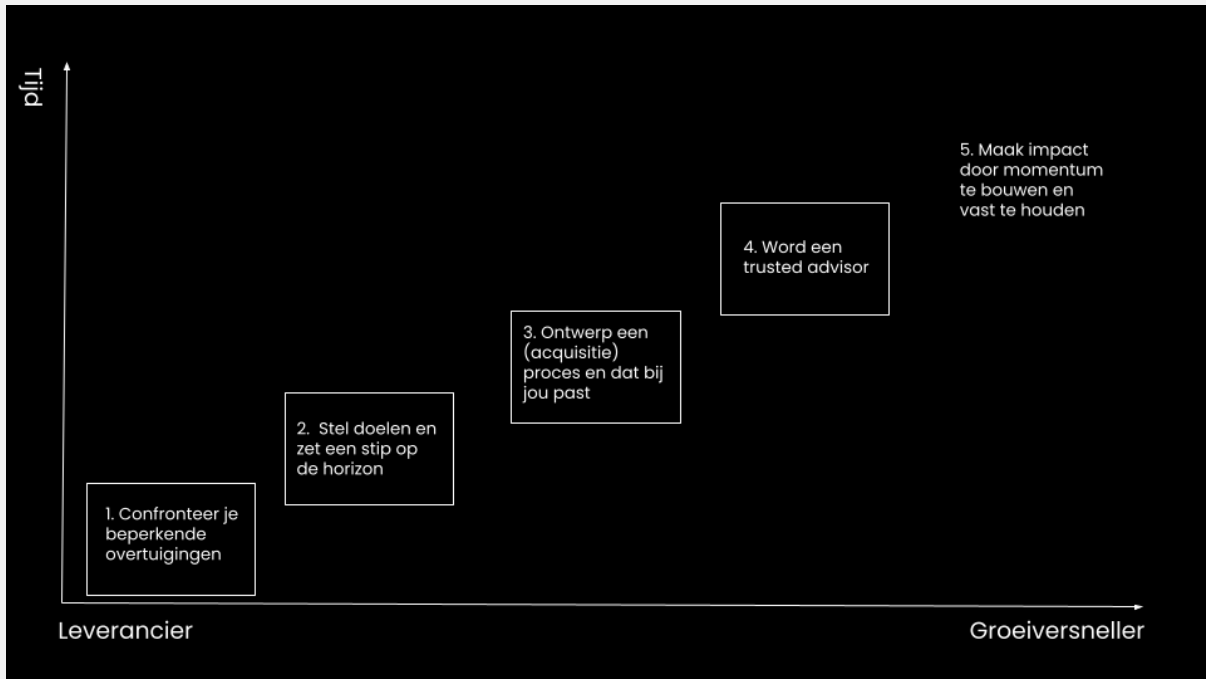
- Hoe je leads kwalificeert die bij jou passen
- Hoe je op een laagdrempelige manier kunt verbinden met potentiële klanten
- Hoe je die informatie boven tafel haalt die je nodig hebt om jezelf te kunnen positioneren als strategisch partner
- Hoe je heel veel waarde brengt al in het verkoopproces
- Hoe dat er voor zorgt dat een heel groot deel van je potentiële klanten met je willen werken

We helpen je om adviserend te verkopen. Dus geen diensten of producten door iemands strot duwen, maar de ander echt verder willen helpen. Dat zorgt ervoor dat verkopen niet langer voelt als verkopen. En dat je helemaal jezelf kunt zijn en niet een of ander masker op hoeft te zetten.

Hetzelfde geldt voor het ontwerpen van jouw unieke aanpak. De meeste zakelijke dienstverleners denken wel na over hun werkproces, maar hebben geen 'proven proces'. Een proven proces is jouw unieke, bewezen proces. De manier waarop jij werkt, maar die ook meteen laat zien hoe je extra waarde toevoegt als strategisch partner.

Waar anderen niet verder komen dan het beschrijven van fases in hun proces of het opleveren van specifiek deliverables steek jij je bewezen proces in op een ander niveau. Een niveau dat je in staat stelt samen met een klant op te trekken, te co-creëren en duurzame impact te maken die beide kanten uit beweegt qua waarde.

## Stap 4: Word een trusted advisor en bouw duurzame relaties



Wanneer je op deze manier binnen komt bij een (nieuwe) klant zul je zien dat je verhouding tot die klant heel anders wordt dan in de tijd dat je nog een leverancier was. Je gaat in gesprek op gelijkwaardig niveau en bent in staat uit te zoomen en breder te kijken dan alleen een bepaald specialisme.

Je bent in staat 'de dots te connecten' en te bepalen wat er in het grotere plaatje nodig is om je klant naar een volgend niveau van digitale volwassenheid te helpen.

Daar kunnen jouw specifieke specialismes nog steeds een belangrijke rol in spelen, maar het verschil is dat je belangrijkste perspectief nu het faciliteren en begeleiden van de transformatie van je klant is. Daarmee voeg je veel meer waarde toe dan alleen een bepaald specialisme of tactiek. Bijkomend voordeel is dat je een belangrijke rol kunt spelen in het definiëren van een businesscase die breder is dan een enkel radertje in het geheel.

Op die manier ben je in staat partners aan te haken op deelgebieden van die businesscase en kom je in een klantrelatie terecht waar je echt het verschil kunt maken op de lange termijn. Je verschuift van transacties naar waardetoevoeging.

Doordat je strategy first werkt gun je jezelf de tijd een case echt te kunnen doorgronden en de complexiteit die er in de context van die case zit in kaart te brengen. Dat zorgt ervoor dat de kans dat er echte impact gemaakt wordt voor de klant significant hoger wordt.

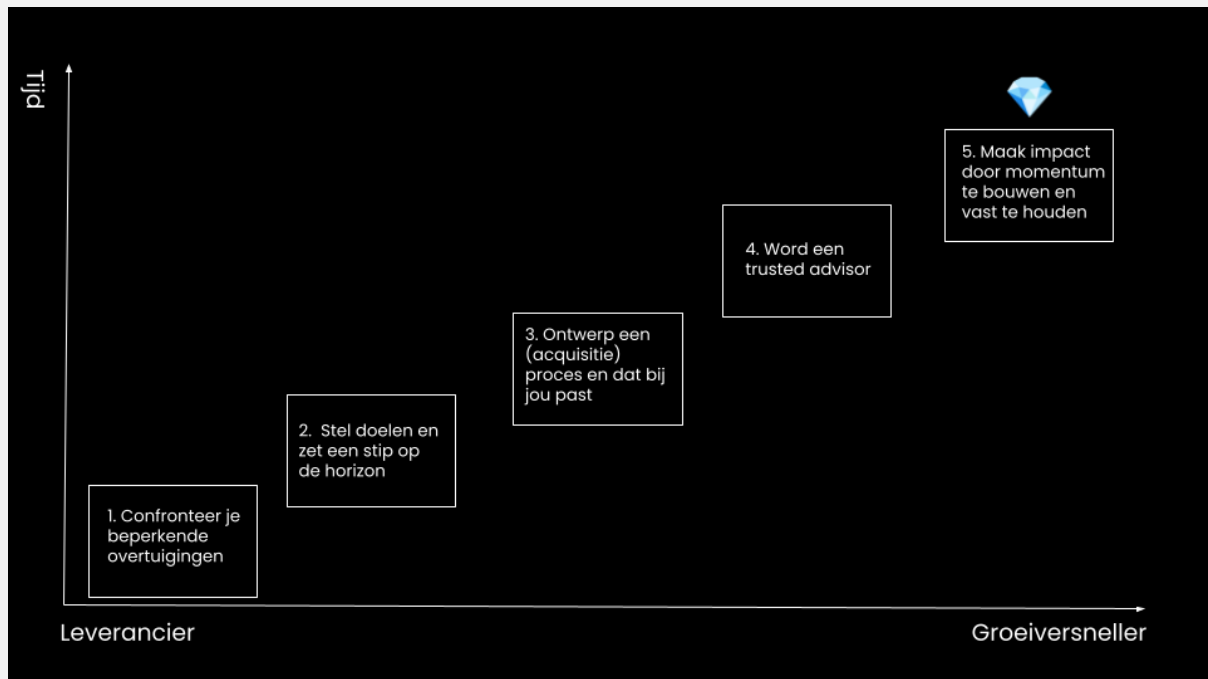
Waarom denk je dat zoveel MKB bedrijven geen duurzaam succes behalen met digitalisering wanneer ze samenwerken met een externe leverancier? Omdat er meestal meteen de oplossing ingedoken wordt, terwijl de onderliggende uitdaging bijna altijd een verandervraagstuk is.

Enkele tips om in zo'n trusted advisor rol te komen:

- Werk strategy first, beheers de reflex van het meteen in oplossingen schieten
- Gun jezelf tijd voor een stuk strategievorming en het leren kennen van een case
- Durf eerlijk advies te geven, ook als dat betekent dat jouw aandeel in specialistisch werk daarmee afneemt
- Gebruik workshops om de belangrijkste stakeholders te betrekken
- Presenteer een strategie d.m.v. een Growth plan: een hands on, to the point, levend document (geen lijvige plannen van tientallen A4-tjes)

Hiermee bouw je de basis om een duurzame samenwerking in te gaan.

## Stap 5: Maak impact door momentum te bouwen en vast te houden



Als je een beetje op ons lijkt dan gaat het op een gegeven moment kriebelen. Zeker als je de reflex van snel willen helpen eerst hebt moeten onderdrukken. Want de realiteit is dat MKB bedrijven meestal gewoon snel hands on aan de slag willen. En dat kan ook gewoon!

Vanuit een strategievorming proces kun je namelijk vrij snel (soms al parallel daaraan) een aantal quick wins uit rollen. Je kunt snel voelbare impact maken. Laten zien wat je kunt en waar het laaghangend fruit zit.

Wij noemen dat ook wel de 'tractie fase': je bouwt momentum en gaat een periodieke cyclus in waarin je de hypothesen en experimenten die in het Growthplan zijn geformuleerd uit gaat rollen.

De grootste factor in het succesvol begeleiden van transitie in digitale volwassenheid ligt in de mate waarop momentum vastgehouden kan worden.

Als iets nieuw is, dan is het vaak nog interessant voor een nieuwe klant. Er zit veel energie op en jullie willen er samen iets van maken. Maar in de



praktijk worden dit soort trajecten te vaak als projecten met een kop en een staart benaderd.

Het maken van een website moet bijvoorbeeld nooit het einddoel zijn: het genereren van meer leads, klanten, bereik of impact via die website wel.

En precies daarin kun jij als Groeipartner het verschil maken.

Na het opstarten van de tractie fase ga je een periodiek ritme in dat wij de 'heartbeat' noemen. Een maandelijks of tweewekelijks ritme waarin je terug kijkt naar de periode ervoor en vooruitblijkt op de komende periode. Je doet een analyse op de belangrijkste metrics en bepaalt waar de prioriteiten moeten liggen en hoeveel ruimte er in de beschikbare middelen zit om die prioriteiten te behalen.

Door dat periodieke ritme in te gaan ben je in staat om regie te (helpen) voeren op het uitrollen van het Growthplan. En ieder kwartaal kunnen jullie samen focus doelstellingen her-ijken en her-prioriteren waar nodig. Ook houd je op deze manier een oogje in het zeil op de voortgang van de businesscase en resultaten. Je zult er op deze manier dus niet na een jaar achter komen dat de klant ontevreden is en de samenwerking opzegt: je bent dit voor doordat je iteratief samenwerkt en pro-actief problemen de wereld uit kunt werken.

Een paar tips om momentum te bouwen en te behouden:

- Start met quick wins en laaghangend fruit
- Zorg indien van toepassing voor een goede onboarding
- Creëer een periodiek ritme dat past bij de doelen en intensiteit van de samenwerking
- Maak een rapportage template dat past bij het traject dat jullie in gaan
- Blijf in contact over welke kennis je kunt overdragen of intern wil borgen bij de klant
- Benoem pro-actief issues help problemen zo snel mogelijk de wereld uit

Je zult zien dat het creëren en vasthouden van momentum ook intern iets gaat doen bij de klant. Wat jullie aan het doen zijn gaat meer leven en kan als een olievlek andere collega's en afdelingen inspireren om ook stappen te gaan zetten om naar een volgend niveau toe te bewegen.

## Conclusie en valkuilen

Er zijn grofweg 5 stappen te onderscheiden wanneer je wil transformeren van leverancier naar Groeiversneller. Dat zijn 1) het confronteren van je beperkende overtuigingen, 2) het stellen van doelen en een stip op de horizon, 3) het ontwerpen van een (acquisitie) proces dat bij jou past, 4) het worden van een trusted advisor en 5) het maken van impact door het bouwen van momentum en het vasthouden daarvan.

Sommige mensen doorlopen deze stappen overigens niet chronologisch. Dat is prima mogelijk, met de kanttekening dat je jezelf vroeg of laat wel tegen zult komen wanneer je bepaalde stappen nog niet helemaal op orde hebt. Dat zou er voor kunnen zorgen dat je in een aantal valkuilen loopt. Denk bijvoorbeeld aan:

- Bepaalde verdieping in een case niet opzoeken omdat je de beperkende overtuiging hebt dat daar je kracht niet ligt
- Een afwachtende houding innemen in plaats van je pro-actief opstellen om problemen in de toekomst te voorkomen
- Het niet benoemen van de olifant op tafel omdat je je 'professionele masker' op wilt houden
- Niet door durven vragen omdat je denkt daardoor niet voor vol aan te worden gezien
- Je te veel vastklampen aan de sales aanpak of werkwijzen die voor anderen werken, maar niet goed bij jou passen
- Werk te veel aan te vliegen vanuit de gedachten van projecten en deliverables in plaats van positieve impact op de business
- Te veel focus leggen op de specialismes die je goed kent en daardoor oogkleppen krijgen voor het bredere plaatje

En zo zou ik zo nog tig valkuilen kunnen opnemen. Valkuilen waar wij als ondernemer allemaal al een keer ingelopen zijn en waar ik je graag voor behoed.

Ben je tot hier gekomen met lezen dan doe ik mijn hoed voor je af. Want dat geeft aan dat je gemotiveerd bent je te ontwikkelen tot Groeiversneller. En als ik 1 ding heb geleerd dan is het wel dat intrinsieke motivatie DE belangrijkste voorspeller voor succes is.

De vraag die je jezelf nu zou kunnen stellen is: hoeveel tijd wil ik steken in mijn ontwikkeling tot Groeiversneller? Ik heb alle resources voor je paraat om daar zelf mee aan de slag te gaan: een boek, een podcast, online resources en meer. Zet je tanden er in en dan ben ik ervan overtuigd dat jij jezelf met een jaar of 3 tot 5 ook Groeiversneller kunt noemen.

Een van de deelnemers aan ons programma, Stephan kwam laatst met een leuke anekdote: hij raakte in gesprek met een agency die er 16 jaar over had gedaan om zich te ontwikkelen tot strategisch partner. Stephan deed dat met behulp van ons mastermind programma binnen 6 maanden.

Een aantal reacties van deelnemers aan ons programma:

- De Mastermind cohort was een echte gamechanger
- Het is de investering meer dan waard; ik had had de investering binnen een maand al meer dan dubbel terugverdiend.
- “Het was echt de redding voor mij niet gevangen te blijven in de leveranciersrol.”

Meer ervaringen van deelnemers vind je [hier](#).

Dat is de reden dat we ons programma ‘Word Groeiversneller [de shortcut]’ hebben genoemd.

Welke stap ga jij morgen zetten om Groeiversneller en daarmee Strategisch Partner voor jouw klanten te worden?

Mijn naam is Christiaan Slierendrecht. Auteur van Managementboek bestseller ‘Word eens volwassen’, co-host van DigitaleChaos - de podcast en Founder van JijOnline en DigitaalGroeien. Als Digitaal Strategeg en Business Mentor help ik ondernemers in de zakelijke dienstverlening aan het bouwen van betere klantrelaties, meer winst en meer rust. Via LinkedIn

deel ik meerdere keren per week tips die je helpen in je ontwikkeling richting Strategisch partner en ontspannen ondernemer. Stuur me gerust een [connectie verzoek](#), vind ik leuk!



## Ook Groeiversneller worden?

Check de website van [DigitaaGroeien](#) of plan een [kennismaking](#) in.