

# Hoe je het meeste succes haalt uit de verkoop van je bedrijf



**Als ondernemer loont het de moeite om ruim op tijd na te denken over de verkoop van je bedrijf. Dat blijven uitstellen tot wanneer je met pensioen wilt, kan je namelijk veel geld kosten. Daar wordt je pensioen niet leuker van. Wist je trouwens dat de meeste bedrijven verkocht worden door ondernemers die 40-50 jaar oud zijn?**

In deze checklist help ik je op weg met een aantal dingen die je nu alvast kunt gaan doen, ook al denk je nog lang niet aan verkopen. Veel van deze stappen kunnen ook op dit moment al heel waardevol voor je zijn. Veel plezier ermee!

Taco Oosterkamp

[UNLIMITED mastermind](#)

# Maak een plan voor jezelf

## Wat ga jij doen na de verkoop van je bedrijf?

**Wanneer je toewerkt naar het verkopen van je bedrijf is het belangrijk om een goed plan te hebben voor jezelf. Wat ga jij bijvoorbeeld zelf doen na de verkoop van je bedrijf?**

Als pionierende ondernemer heb je vast nog een hele serie plannen in de kast liggen. En dat is goed, want als je alleen naar een zwart gat of vacuüm zit te kijken, kan dat de haalbaarheid van je bedrijfsverkoop ernstig onder druk zetten.

Je zult niet de eerste zijn die vlak voor het moment suprême toch afhaakt. Dat is zonde van alle tijd en energie die in het voorbereiden van een transactie gaat zitten en kost domweg ook veel geld.

Dus wat ga je doen na de verkoop? Iets nieuws beginnen? En is dat dan een sprong in het diepe, of ben je er al mee begonnen naast je huidige bedrijf? Of ga je met pensioen en wat zijn dan je plannen voor je nieuwe tijdsbesteding?

Vergeet niet dat je de planning van je privéleven net zo serieus kunt nemen als de planning in je bedrijf de afgelopen jaren. Misschien is het wel extra leuk om een missie en visie te bedenken voor je persoonlijke vrije tijd na de bedrijfsverkoop.

“Er gaat geen dag voorbij dat ik niet aan jullie, en alles wat we in de mastermind hebben geleerd, denk. Het is de allerbeste beslissing geweest die ik, zakelijk gezien, genomen heb!”

— Daan Schoonhoven, PiXFACTORY

## Rekenen

**Veel ondernemers vinden het geen pretje, maar voor een goede bedrijfsverkoop zul je flink moeten rekenen.**

Zet in elk geval op een rijtje hoeveel geld je nodig hebt om van te leven. De cash die nu elke maand jouw kant uit komt, valt waarschijnlijk weg na de verkoop en met een lege bankrekening en een weigerende pinpas is het lastig boodschappen doen.

Bereken ook wat je nodig hebt om met pensioen te gaan. En is dat meer of minder dan de verkoopwaarde van je bedrijf? Als het bedrijf je pensioen moet zijn, dan moet het wel goed draaien, groot genoeg zijn en voldoende winst maken.

En als blijkt dat je toch meer geld nodig hebt voor je pensioen dan wat je bedrijf nu waard is, hoe ga je dat gat dan vullen?

Stel dat je bedrijf een miljoen waard is en dat je het dubbele nodig hebt voor je pensioen.

Zou dat een overtuigende reden zijn voor je koper om een extra miljoen naar je over te maken? Omdat jij het nodig hebt?

Ik dacht het ook niet.

De kans is dan levensgroot dat je je bedrijf niet verkocht krijgt en dat je alsnog door moeten werken tot een paar dagen na je overlijden.

“De mastermind heeft mij een structuur gebracht om op een hele consequente manier te werken aan de groei van mijn bedrijf (en het oplossen van problemen).”

— Mark Daamen

Houd dus rekening met een reële bedrijfswaardering. In het MKB worden bedrijven vaak verkocht op basis van een multiple van 4-6. Dat betekent dat de koper vier tot zes keer de jaarwinst betaalt om het bedrijf te kopen.

Trouwens, het niet verkopen van een goed draaiend bedrijf kan ook de meest lucratieve optie zijn. Dan blijf je zelf de winst cashen. Maar ook dan wil je dat het bedrijf zo zelfstandig mogelijk, zonder jou, kan draaien.

## Wat vind jij belangrijk voor jouw bedrijf?

**Denk ook na wat je belangrijk vindt voor de toekomst van je bedrijf na de verkoop.**

Wat wil je voor je teamleden? Veel ondernemers hebben een goede band met het personeel en dan kan hun toekomstige situatie een rol spelen in het selecteren van de juiste koper.

Vind je de continuïteit van jouw onderneming belangrijk? Hecht je eraan dat het in min of meer dezelfde vorm blijft voortbestaan? Of is het prima als een concurrent het van je koopt en alle activiteiten en klanten langzamerhand in zijn eigen merk en operaties integreert?

Hoe minder wensen en eisen je hebt, hoe interessanter het bedrijf zou kunnen zijn voor een koper. Financieel-technisch zou het dan misschien wel eens verstandig kunnen zijn om op tijd emotioneel afscheid te nemen van alles wat je met bloed, zweet en tranen hebt opgebouwd.

“We vonden dat we moesten investeren in ons bedrijf — en al heel snel ontdekten we dat die investering het dubbel en dwars waard is. We hebben het makkelijk terugverdiend.”

— Erik van de Kleut en Marieke de Koning, De Reclamefabriek

## Werk aan meer winst

**Als je meer geld wilt verdienen met de verkoop van je bedrijf, is het belangrijk om de winst structureel te verhogen. En wacht daar niet te lang mee.**

De uiteindelijke overnamesom kan bijvoorbeeld worden bepaald op basis van de gemiddelde winst van de afgelopen drie jaar. Dan helpt het niet veel om in het laatste maanden voor de verkoop nog even een groeisprintje te trekken.

Zorg ook voor zakelijke afspraken met medewerkers. Als je bijvoorbeeld een te hoge bonusregeling hebt afgesproken, kan dat onaantrekkelijk zijn voor een eventuele koper.

Optimaliseer de kosten die nodig zijn om het bedrijf draaiend te houden. Eenmalige kosten zijn minder een probleem, het gaat vooral om de structurele uitgaven. Maar begin ook daar op tijd mee, ook weer vanwege die gemiddelde jaarcijfers waar vaak mee gewerkt wordt.

Het kan voor jezelf stimulerend werken om de cijfers van jouw bedrijf te vergelijken met kengetallen van de hele branche. Voor sommige branches worden die cijfers bijgehouden door de bank. Stel je voor dat jij procentueel veel hogere personeelslasten hebt dan je collega's, dan is dat een mooie aanleiding om daar eens extra op te gaan studeren.

“We baalden er ontzettend van dat we heel veel offertes maakten, maar dat er weinig tot geen opdrachten uitkwamen. Met Taco's hulp hebben we een groei gegenereerd van meer dan 200%!”  
— Nynke Rijpkema, Feebe

## Werk aan meer liquiditeit

**Het voorbereiden en uitvoeren van een bedrijfsverkoop kan veel geld kosten, dus zorg dat je die cash achter de hand hebt.**

Het inschakelen van een adviseur kan je op allerlei manieren helpen om een betere waardering te krijgen voor je bedrijf. Maar ook zij sturen facturen.

Hetzelfde geldt voor je accountant die waarschijnlijk een hoop extra werk voor zijn kiezen krijgt. En dan hebben we het nog niet over de bedrijfsjurist die de verkoopovereenkomsten opstelt, of ze juist nakijkt en beoordeelt.

De notaris haalt nog een duit uit het zakje, de bank brengt wellicht extra kosten in rekening en ga zo maar door.

Werken aan een stevige positieve cashflow is ook belangrijk omdat het je bedrijf aantrekkelijker maakt voor een koper.

Aantrekkelijker is duurder.

Duurder is goed, want dat levert jou als verkoper meer geld op!

“Ik ben de mastermind gaan doen, omdat ik wilde worden aangezet tot actie.”  
— Heidi Rakels, GuardSquare NV

## Werk aan meer omzet

**Als je meer kans wilt maken op een goede, lucratieve transactie, loont het ook om te kijken naar je omzet.**

In een slimme bedrijfsvoering is winst vaak belangrijker dan omzet. Maar bij de verkoop van je bedrijf kan de omzet toch ook een onverwacht grote rol spelen.

Een groter bedrijf is bijvoorbeeld eenvoudiger te verkopen. Investeringsmaatschappijen willen bijvoorbeeld pas meedoen vanaf een bepaalde jaaromzet. Reken op ongeveer vijf miljoen euro omzet per jaar en een miljoen euro winst per jaar.

Wanneer je bedrijf een wat grotere speler is, kan dat de koper ook meer vertrouwen geven. Terecht of onterecht, een bedrijf met een wat grotere omvang ziet er vaak stabiel uit. En stabiel is goed bij de verkoop van een bedrijf.

Een andere reden waarom omzet interessant is, zijn de transactiekosten. Het hele team aan adviseurs, accountants en juristen wat nodig is bij een goede transactie, is niet per se veel goedkoper bij de verkoop van een klein bedrijf dan bij de verkoop van een groot bedrijf. Bij een lage overnamesom zal dus een veel groter percentage van dat bedrag aan transactiekosten op gaan.

Bij het goed voorbereiden van een goede deal kan het dus de moeite waard zijn om ruim op tijd aan de omzet te werken. Ons bedrijfsgroeisysteem, waar we je in onze UNLIMITED mastermind graag mee helpen, kan je daar goed bij helpen.

“Ik denk dat wij zeker 2 miljoen in omzet zijn gestegen.”

— Robert Brekelman, Piant

## Maak het bedrijf onafhankelijk van jezelf

**Als jij persoonlijk elke dag nodig bent om het bedrijf draaiend te houden, wordt het een stuk minder aantrekkelijk voor een eventuele koper.**

De standaardmanier om dat op te lossen is door jou als verkoper nog een jaar of twee als medewerker in dienst te nemen.

Dat levert niet alleen een groot risico op voor de koper, de meeste ondernemers floreren ook niet echt in zo'n situatie waarin ze eigenlijk weer een baan hebben!

Schakel je bedrijf dus snel door naar de volgende versnelling. Doe er alles aan om te zorgen dat je team de dagelijkse operatie kan draaien en dat jij zo min mogelijk nodig bent.

Word dus kampioen delegeren!

Ga alvast minder werken.

Dwing jezelf om minder uren per week aan je bedrijf te werken en bouw in de loop van de tijd ook je werkweken per jaar alvast af.

“Omzet ruimschoots vervijfvoudigd in 2 jaar.”

— Michael van Helden, Rentpro



## Maak een duidelijk profiel voor je bedrijf

**Het voorbereiden van de verkoop van je bedrijf is ook een mooie aanleiding om de missie van je bedrijf weer eens onder de loep te nemen.**

Wat is het grotere doel van het bedrijf? Hoe help je de wereld en je klanten verder? Wie zou er balen als dit bedrijf ophoudt te bestaan? En welke problemen blijven dan onopgelost in de wereld?

Beschrijf ook een aantrekkelijke visie voor je bedrijf. Hoe zou het er over drie jaar uit kunnen zien? Over tien jaar? Of nog verder in de toekomst? Welke potentieel heeft het bedrijf?

Je bedrijf is waarschijnlijk het duurste product wat je ooit gaat verkopen. Waarom zou je daar geen goede marketing-, verkoop- en overtuigings technieken op toepassen?

Maak dus een goed verhaal rond de verkoop van het bedrijf. Denk na over een super aantrekkelijk aanbod voor de koper. Wat haalt hij in huis met de koop van jouw bedrijf?

Hoe gaat dat haar bedrijf of leven beter maken? Wat kun je allemaal doen om deze deal zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor de koper?

Dit is ook het moment om alle strategische beslissingen nog eens onder de loep te nemen. Wat voor 'n bedrijfscultuur heb je of wil je? Wat is je strategische positie in de markt? Heb je een Price Simplifyer of een Proposition Simplifyer? Is je bedrijf een Star, Cash Cow, Question Mark, of een Dog? En wat wil je daarmee?

“De meetings en de coachingsessies met Taco helpen me echt om een stap terug te doen en met een helicopterview naar m'n bedrijf en processen te kijken.”

— Peter Vermeulen, Idas Internet Development

## Werk aan zekerheid voor de koper

**Als je zelf een grote investering doet, heb je behoefte aan zekerheid. Dat geldt ook voor de koper van jouw bedrijf.**

Maar niet alleen de koper zal voldoende vertrouwen moeten hebben om de deal aan te durven. Zodra een bank of investeringsmaatschappij aanschuift, zullen ook zij in het plan moeten geloven.

Hoe meer zekerheid je de aanstaande koper kunt bieden, hoe groter de kans op een geslaagde transactie en een zo hoog mogelijke overnamesom.

Als ondernemer heb je hopelijk vertrouwen in de toekomst van je bedrijf, maar de koper heeft veel minder informatie dan jij en minder ervaring met de onderneming.

Dat zorgt er onder andere voor dat een stabiel bedrijf vaak makkelijker te verkopen is, dan een bedrijf waarin de omzet en winst sterk fluctueert.

Een bedrijf met een stabiele winst is vaak beter te verkopen dan een startup met uitzicht op een hockeystickcurve, waarvan het potentieel misschien veel groter is. Veel kopers willen sowieso geen bedrijf overnemen wat jonger is dan vijf jaar.

Gelukkig zijn er allerlei onderdelen in je bedrijf waaraan je kunt werken om je nieuwe koper meer zekerheid te bieden.

Ik zet er een paar voor je op een rij.

“Taco is boeiend, afwisselend en inspirerend.”

— Guido Hamelink, NLadviseurs

## Werk aan zekerheid qua verkoop

- Zorg voor vaste, langlopende contracten met klanten
- Werk aan een goede spreiding van je klanten, dus liever geen klanten die meer dan 20% van de omzet afnemen
- Zorg ook dat je 5 of 10 grootste klanten samen niet meer dan de helft van je omzet verzorgen
- Kijk of je een abonnementenmodel kunt toevoegen, zoals veel SaaS-bedrijven (Software as a Service) tegenwoordig doen

## Werk aan zekerheid qua personeel

- Ik zei het al eerder, maar zorg ervoor dat je bedrijf niet te afhankelijk is van jou als verkopende ondernemer
- Zorg ook dat je bedrijf niet afhankelijk is van een of enkele medewerkers
- Zorg voor een goede 'tweede man/vrouw' op wie je koper zo meteen kan terugvallen
- Zorg dat alle belangrijke kennis en expertise van je medewerkers zijn vastgelegd
- Laat bijvoorbeeld procedures en werkinstructies maken, liefst in Jip & Janneke taal, zodat iedereen ze kan begrijpen en volgen
- Richt een duidelijk managementsysteem in voor het aansturen van je teams en medewerkers
- Zorg voor een personeelsreglement voor alles wat niet in de arbeidscontracten is vastgelegd, maar wel belangrijk is voor je bedrijfsvoering
- Werk aan een normaal personeelsverloop
- Ook een probleem met bijzonder ziekteverzuim kan een gele of rode kaart zijn in de ogen van je potentiële koper, kijk wat je daaraan kunt doen als dat een risico is in jouw situatie
- En begin op tijd met het bijsturen of zelfs het afscheid nemen van slecht functionerende medewerkers

“Als ik nu kijk waar we staan, dan ben ik erg blij dat ik áán ons bedrijf ben gaan werken.”

— Jonathan Stolk, Capptions

## Werk aan zekerheid qua inkoop

- Kantoorartikelen kun je overal krijgen, maar als er leveranciers zijn waar jouw bedrijf werkelijk van afhankelijk is, dan levert dat een potentieel risico op voor je koper. Hoe kun je dat risico afdekken of voorkomen?
- Zorg ook dat je bedrijf niet afhankelijk is van schaarse grondstoffen. Wat kun je doen om die afhankelijkheid te verminderen?
- Is je bedrijf afhankelijk van speciale overheidsregels? Kun je de risico's daaromheen in kaart brengen en voorkomen?

## Werk aan zekerheid qua administratie/informatie

- Een goed bijgehouden administratie wordt het fundament onder de hele bedrijfsovername. Je komt niet weg met een doos met bonnetjes, dus zorg dat alles tiptop in orde is. Dat scheelt veel tijd en uitzoekwerk tijdens de onderhandelingen en het boekenonderzoek van de koper.
- Richt ook een goed en duidelijk managementinformatiesysteem in. Hoe krijg jij als ondernemer alle informatie die je nodig hebt om je bedrijf te besturen? En hoe eenvoudig kan de nieuwe eigenaar dat van je overpakken? Begin bijvoorbeeld vast met het laten rapporteren van wekelijkse cijfers via een dashboard.
- Bepaal duidelijke, heldere KPI's (Key Performance Indicators) en zorg dat die regelmatig worden vastgelegd en gerapporteerd.

“Ik vind vooral de directheid en de ‘er niet omheen praten’ mentaliteit van Taco heel prettig. Hij reageert niet alleen op wat je zegt, maar vooral ook op wat je niet zegt.”

— Robert-Jan Zimmerman, Mercurius Shipping Group

## Werk aan juridische en fiscale zekerheid

- Rond openstaande juridische claims zoveel mogelijk af
- Let op lijken in de kast. Figuurlijk dan. Hoewel, letterlijk is ook niet goed.
- Pas op voor problemen met pensioenafspraken met medewerkers, of het helemaal ontbreken van dat soort afspraken
- Zorg voor het juist naleven van de ARBO-wetgeving
- Kijk naar mogelijk voor jouw bedrijf nadelige veranderingen in de wet- en regelgeving (niet alleen in Nederland, maar ook vanuit de Europese Unie)
- Fix het ontbreken van of conflicten rond vergunningen en andere toestemmingen of ontheffingen, licenties, octrooien en patenten
- Ditto voor het ontbreken van of problemen met geregistreerde handelsnamen en merken
- En vermijd het niet goed vastleggen van eventuele auteursrechten. Wanneer een medewerker tijdens werktijd intellectuele eigendommen genereert, wil dat nog steeds niet zeggen dat die automatisch het eigendom worden van jouw bedrijf.

Onderzoek ook wanneer eventuele rechtsvormwijzigingen, zoals de splitsing naar meerdere BV's, gedaan moeten worden om de transactie ook fiscaal zo optimaal te laten slagen. Je accountant of fiscalist kunnen je daarbij helpen.

## Werk aan financiële zekerheid

- Alle verzekeringen en hun dekkingen goed op orde
- Ziekteverzuim van personeel wel of niet verzekerd en de nodige onderbouwing daarbij

“M'n bedrijf draait nu volledig zelfstandig. De omzet is verdubbeld en ik heb een tweede bedrijf overgenomen.”

— Carolien Nijhuis, Nijhuis MiTech

## Zorg dat je bedrijf bij de tijd blijft

**Als verkoper loop je het levensgrote risico dat je aandacht meer uitgaat naar de verkoop van je bedrijf, dan naar de dagelijkse gang van zaken.**

Maar zeker als een verkooptraject langer gaat duren, loop je het risico dat je omzet en winst achteruitgaan, of dat je gaat achterlopen. Daarmee wordt je bedrijf meteen minder concurrerend en dus minder aantrekkelijk voor een potentiële koper. Zorg ervoor dat je een sterk bedrijf kunt verkopen, dus blijf investeren, bijvoorbeeld in innovatie.

Zorg ook voor betrouwbare systemen in het hele bedrijf. Ouderwetse ICT-systemen en software uit de tijd van voor Noah leveren extra risico's op voor een eventuele koper. Vervang die bijtijds door modernere en betere alternatieven.

Bespaar ook niet op de scholing van je team. Personeel wat achter dreigt te lopen maakt je bedrijf echt niet aantrekkelijker.

“When I needed a breakthrough in my business and my non-profit, Taco helped me with his very unique process (I've never seen anyone do this!) to envision a crystal-clear path forward. I made some changes in my team and strategy and am now much more relaxed, effective and see more impact and results of my work.”

— Perry Marshall, Number 1 Authority on 80/20 for Entrepreneurs

## Werk aan een goede onderhandelpositie

**Het verkopen van een bedrijf is niet zo simpel als een prijsstickertje plakken en wachten tot iemand naar de kassa loopt om af te rekenen. Over het algemeen komt er een behoorlijke dosis onderhandelen aan te pas.**

Train jezelf dus in onderhandelen. Er zijn goede boeken over, je kunt cursussen en trainingen volgen en oefen vooral ook in de praktijk. Begin klein. Desnoods met afdingen op de markt. Hoe meer ervaren je wordt, hoe makkelijker het je af zal gaan, wat veel extra geld op kan leveren bij de verkoop van zoiets groots als een heel bedrijf.

Probeer ook in kaart te brengen hoe de onderhandelpositie van eventuele kopers in elkaar zit. Waarom is jouw bedrijf voor hen aantrekkelijk? Wat kan het ze opleveren? Waar zitten in hun specifieke geval de grootste risico's? Hoe meer je kunt denken vanuit niet alleen je eigen situatie, maar ook die van de koper, hoe creatiever je kunt worden in het vinden van oplossingen voor eventuele onderhandelproblemen.

Besef ook dat een echte noodzaak om je bedrijf te verkopen niet helpt om er een betere deal uit te slepen. Een verkopende ondernemer die met zijn rug tegen de muur staat heeft een heel andere onderhandelpositie dan iemand die zonder veel problemen kan weglopen van de onderhandeltafel. Ook dat pleit ervoor om niet al te lang te wachten met de verkoop van je bedrijf.

Zorg dus ook voor een overtuigend verhaal waarom je je bedrijf wilt verkopen. Het is belangrijk voor de koper om jouw beslissing echt te kunnen begrijpen. Als daar verwarring over is maakt dat de onzekerheid voor de koper meteen een stuk groter.

“Mede door Taco ga ik dit jaar bijna keer 2,5 met mijn omzet ten opzichte van vorig jaar. En dat vind ik echt waanzinnig!”

— Cynthia Schultz, Structuurjunkie

## Streef naar de juiste timing

**Er zijn allerlei ontwikkelingen waar je zelf niet veel aan kunt doen, maar die wel de aantrekkelijkheid van jouw bedrijf en de hoogte van de overnamesom ingrijpend kunnen beïnvloeden.**

Mik dus op de juiste timing. Daarbij kan ook het helpen om niet te veel haast te hebben bij de verkoop van je bedrijf.

Denk onder andere aan:

- Ontwikkelingen in de economie, zoals algemene groei of krimp.
- De rentestand. Bij een lage rente zal het bijvoorbeeld voor investeerders sneller aantrekkelijk zijn om hun geld niet op de bank te laten staan, maar een bedrijf over te nemen.
- Ontwikkelingen in de markt.
- Nieuwe concurrentie voor jouw producten en/of diensten.
- Consolidatie van concurrenten.
- Technische innovaties en ontwikkelingen.
- De overstap naar e-commerce en online.
- Alternatieve oplossingen die misschien niet rechtstreeks concurreren met jouw aanbod, maar die wel hetzelfde probleem op een heel andere manier oplossen.

“Ik ben Taco superdankbaar en vind hem een van de beste online marketing trainers en coaches van Nederland.”

— Aartjan van Erkel, bestseller-auteur en internetondernemer



## Normaliseer je Winst- en Verliesrekening

**In de winst- en verliesrekening van het bedrijf staan waarschijnlijk posten die niet relevant zijn voor de overnemende partij. Maak dus een aparte versie waarin al die posten zijn verwijderd. En dan graag op zo'n manier dat de koper goed kan zien welke posten je hebt genormaliseerd.**

Denk aan:

- Eenmalige uitgaven, zoals bijzondere verhuiskosten, omscholingskosten, gouden handdrukken, het ontwikkelen van een compleet nieuwe huisstijl.
- Uitgaven voor jou als DGA, die de koper niet meer hoeft te maken, zoals bepaalde investeringen in je eigen kennis en vaardigheden, uitgaven met een privé karakter.
- Maar denk ook aan inkomsten van activiteiten die je niet wilt verkopen.

Uiteindelijk maak je zo een nieuwe winst- en verliesrekening (de genormaliseerde versie) die de basis wordt voor de hele transactie. De winst die gebruikt wordt bij het berekenen van de overnamesom komt dus uit deze versie.

Daarom is het voor jou belangrijk om zo grondig mogelijk alle niet relevante kosten te normaliseren, eruit te halen. En zal de koper tijdens de Due Diligence heel nauwkeurig willen kijken of je niet te veel kosten hebt weggestreept.

“Het is elke keer weer een feestje: inspirerend, anders, tegendraads, eerlijk, inhoud, sparren met andere ondernemers.”

— Hedwig Schlötjes-Belle – Elearning made Easy

## Bereid je voor op de Due Diligence

**Tijdens het boekenonderzoek, ook wel Due Diligence genoemd, onderzoekt de koper de juistheid van de informatie die je hem of haar hebt gegeven. Dat onderzoek kan snel en beknopt zijn, maar kan ook alle aspecten van je bedrijfsvoering omvatten.**

In de jaren voor de verkoop van je bedrijf kan het helpen om alvast de juiste informatie te verzamelen om dat boekenonderzoek later soepel te laten verlopen.

Je kunt zelfs overwegen om een overname-expert in te huren om nu vast een concept boekenonderzoek te doen, waarbij je je vooral richt op eventuele risico's in de bedrijfsvoering en onbenutte kansen die er zijn om de winst te vergroten.

Die risico's kun je dan vast afdekken en de kansen bestuderen om te kijken of het de moeite waard is om ze nu alvast te pakken. Zo'n eenmalige investering in een analyse door een onafhankelijk expert kan je veel kennis en ideeën opleveren voor de optimalisatie van je bedrijfsvoering.

Naast alles wat ik hierboven al heb genoemd, kun je er rekening mee houden dat over de volgende onderwerpen informatie gevraagd zal worden door de koper:

- Beknopte historie van je bedrijf
  
- Businessmodel
  - Activiteiten en producten
  - Concurrenten
  
- Marketing en verkoop
  - Verkoopmarkten
  - Kansen en bedreigingen
  - Klanten

“Eén brok pure ondernemerskennis.”

— Gerhard te Velde – Eager People

- Opdrachtenportefeuille
- Marketing
  - Locatie
  
- Leveranciers
  
- Organisatie van je bedrijf
  - Systemen
  - Personeel
  - Kwaliteit
  
- Financieel
  
- Eigendommen
  
- Juridisch

“Taco helpt mij om de bottlenecks op te sporen: wat maakt dat je op dit moment niet in de stroomversnelling zit? Hij is heel zorgvuldig en praktisch — dat is zoveel waard!”  
— Ninke van der Leck — businesscoach

## Laat je goed adviseren

**Ik raad je aan om je goed te laten adviseren bij de verkoop van je bedrijf, zeker als het enige omvang heeft en het dus om grote bedragen gaat. Kleine optimalisaties kunnen opeens heel veel geld opleveren.**

Daarnaast zijn er natuurlijk risico's verbonden aan het verkopen van je bedrijf, dus ook daar wil je je goed over laten adviseren.

Houd er rekening mee dat het team van je bedrijfsverkoopadviseur, accountant en overnamejurist tot het eind van de transactie een cruciale rol gaat spelen in het slagen van de verkoop.

Ga dus niet zomaar in zee met de eerste de beste adviseur, maar doe wat onderzoek en spreek bijvoorbeeld eerdere klanten van je adviseur om hen te vragen naar hun ervaringen met het hele traject.

“Het ontbreken van veel Tsjakka en andere herrie vind ik een vorm van kwaliteit. Gewoon, sterk, inhoudelijk!”

— Alex van Nifterik

## Wel doen

- Begin op tijd met het nadenken over een eventuele verkoop. Als je een paar jaar hebt om het bedrijf verkoop klaar te maken, kun je dingen doen die last-minute misschien niet meer lukken.
- Denk in mogelijkheden. Maak een aantal scenario's waar je regelmatig over nadenkt. Stel ze ook bij wanneer je eigen ideeën of de omstandigheden veranderen.
- Laat bij alle nieuwe dingen die je doet meteen iemand uit je team met je meelopen. Zo voorkom je dat het bedrijf een onemanshow wordt.

“Omzet bijna vervijfvoudigd in 2 jaar.”

— Elja Trum, Photofacts

## De UNLIMITED mastermind

Ben je eraan toe om serieus te gaan werken aan het verhogen van de waarde van je bedrijf?

Dan ben je van harte welkom in onze [UNLIMITED mastermind](#). Alle informatie staat op de [speciale website](#).



**Michael van Helden, RentPro**

**In het eerste mastermindjaar wat we deden, waren we een beetje een vreemde eend in de bijt. Er zaten vooral bedrijven in die al tien, vijftien jaar bezig waren. Wij waren relatief jong. Net geen startup meer.**

Nu zie ik dat dat een voordeel was. We hadden nog de vrijheid en de flexibiliteit om keuzes te maken. Als je in die fase geholpen wordt om over de juiste dingen na te denken, heeft dat meteen effect voor de lange termijn.

Ik kreeg in dat jaar het advies van Taco om te focussen op onze maandelijkse inkomsten. Hij liet ons zien dat het aantal maandabonnementen onze belangrijkste KPI was. Dat advies heb ik opgevolgd en ik ben echt gaan sturen op die KPI. In de jaren erna hebben we onze maandabonnementen gestaag laten groeien.

Ik ben ontzettend blij dat ik dat heb gedaan. Als Taco dat niet had genoemd, waren we misschien wel gegaan voor veel hogere setup kosten en amper een bedrag per maand. Nu hebben we geen uurtje-factuurbedrijf, maar een schaalbaar businessmodel. Ik merk dat ik me daardoor rustig kan voelen over het bedrijf. Als ik een maand zou uitvallen, dan hebben we nog steeds inkomsten.

Inmiddels zitten we in een andere fase met ons bedrijf. En daarom zijn we ingestapt in UNLIMITED. Het is fijn om weer even op de coaching van Taco en Marleen terug te kunnen vallen.

Meedoen met UNLIMITED is niet voor niks. Je moet wel vertrouwen hebben dat het je wat gaat opleveren. Met ons eerste mastermindjaar zat daar de grootste twijfel. We kenden Taco en Marleen toen nog niet. Inmiddels weten we wat we kunnen verwachten. We hebben de resultaten gezien vanuit het verleden en als we dat extrapoleren, zien we dat het dit bedrag waard is.

UNLIMITED inspireert ons om vanuit andere invalshoeken naar ons bedrijf te kijken en dingen te veranderen. We worden nu ondergedompeld in: "Oh ja, je bent bezig om áán je bedrijf te werken". Als dat wegvalt, denk ik dat we snel weer terugvallen in de lopende zaken. Daar kun je je compleet in verliezen. Doordat we die afspraken inplannen voor UNLIMITED, word je erin meegenomen en moet je ermee bezig zijn. Die stok achter de deur werkt wel goed.

In UNLIMITED denken we na over onze strategie en over waar de bottlenecks zitten. En over hoe je je bedrijf kunt optimaliseren. Ik vind de boekentips ook altijd leuk. Ik ben nu bijvoorbeeld bezig in het boek 'Simplify'. Dat geeft ook weer ideeën over de richting die we uit kunnen gaan.

Het is trouwens niet zo dat we zelf nooit over strategie nadachten. Maar het krijgt nu meer tijd en aandacht. En we krijgen meer handvatten. Ook de sessies met de andere ondernemers helpen. Dan hoor je ook wat er bij hen speelt.

Taco is lekker direct. Ik vind dat fijn. Geen sugarcoating. Gewoon recht voor z'n raap. Dan hoeft je ook niet te twijfelen: "Goh, wat zou 'ie bedoelen?". En je kunt het ook een keer niet eens zijn met zijn advies en het niet doen. Het is nog steeds je eigen bedrijf. Maar het is in ieder geval wel duidelijk wat hij bedoelt.

Hij onderbouwt zijn adviezen ook altijd goed. Je ziet dat het niet alleen een eigen trucje is, maar dat hij zijn research doet en vanuit meerdere invalshoeken iets benadert. Dat is prettig.

Ik zou UNLIMITED zeker aanbevelen. Met name als je een bedrijf hebt met groeiambitie. Je moet wel open staan voor input en veranderingen willen doorvoeren. En je moet ook kritisch naar jezelf kunnen kijken. Maar als je dat kunt en wilt, dan kan het heel veel waarde toevoegen.

[De UNLIMITED mastermind](#)

Hartelijk dank aan Vincent Pastoor van Marktlink Fusies & Overnames ([www.marktlink.nl](http://www.marktlink.nl)) voor het meedenken over deze checklist.

En voor de helderheid: ik ben geen jurist of overname-adviseur, dus raadpleeg altijd de juiste mensen. Deze checklist is slechts bedoeld om je aan het denken te zetten.