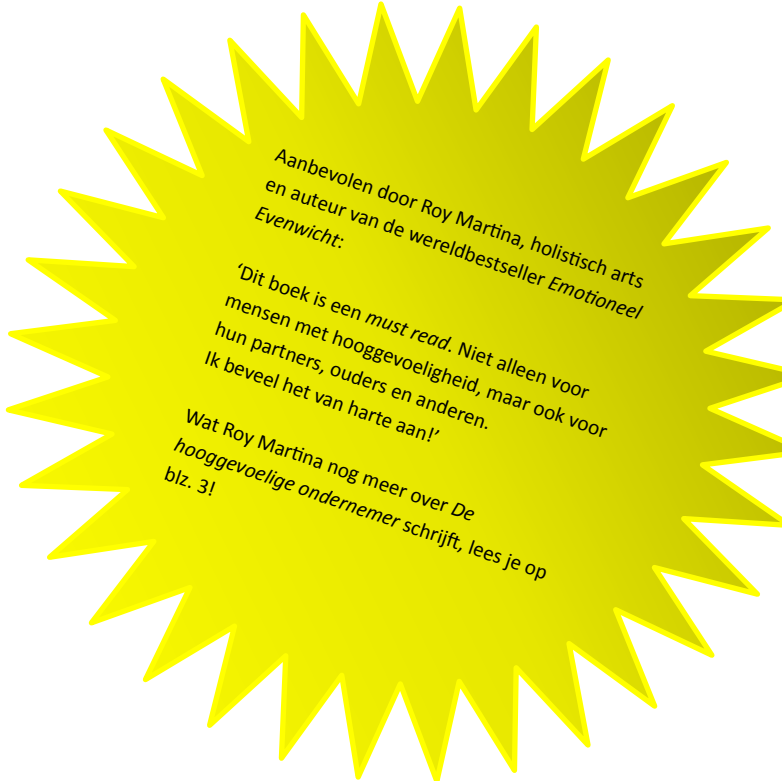


# De hooggevoelige ondernemer

Vraag-en-antwoordboek

Drs. Bas van Vugt



Aanbevolen door Roy Martina, holistisch arts  
en auteur van de wereldbestseller *Emotioneel  
Evenwicht*:

'Dit boek is een *must read*. Niet alleen voor  
mensen met hooggevoeligheid, maar ook voor  
hun partners, ouders en anderen.  
Ik beveel het van harte aan!'

Wat Roy Martina nog meer over *De  
hooggevoelige ondernemer* schrijft, lees je op  
blz. 3!

© 2016 Bas van Vugt/De Hooggevoelige Ondernemer

Verwerking manuscript: PerlaScript, [info@perlascript.nl](mailto:info@perlascript.nl), Vlodrop

Informatie: <http://www.hooggevoeligondernemen.nl/>

Contact: [info@hooggevoeligondernemen.nl](mailto:info@hooggevoeligondernemen.nl)

De gegevens in dit boek worden alleen beschikbaar gesteld om informatie te verstrekken. Bas van Vugt/De Hooggevoelige Ondernemer heeft met de grootst mogelijke zorgvuldigheid dit boek samengesteld en gelet op juistheid en volledigheid.

Er kan echter geen garantie worden verleend of belofte worden gedaan dat deze informatie vrij is van fouten, omissies of onvolkomenheden.

De schrijver en de uitgever zijn niet aansprakelijk voor het gebruik van gegevens, oefeningen, tips en adviezen die ontleend zijn aan dit boek. Ook zijn ze niet aansprakelijk voor misbruik en/of schade, direct of indirect, ten gevolge van het gebruik ervan.

## Over dit boek

Aan de hand van lezersvragen geeft Bas van Vugt uitleg over hooggevoelig ondernemen.

Zo biedt hij zicht op de vele kansen en uitdagingen die hooggevoeligheid biedt.

Met praktische tips helpt Bas je om je ondernemersdroom doelgericht vorm te geven en succes te boeken.

Na het lezen van dit boek heb je geleerd hoe de hooggevoelige ondernemer zijn mogelijkheden kan manifesteren in een wereld die voortdurend en steeds sneller verandert.

'Geweldig – zeer verhelderend en informatief! Inspirerend en interessant. Hier kan ik als hooggevoelige ondernemer mee uit de voeten! Bedankt!'

*Margreet Noordanus, directeur PaardenInzicht – Training & Coaching met Paarden*

'Interessant onderwerp, spannend zelfs: hooggevoeligheid en ondernemerschap. Aan beide termen lijken ongemerkt vastgeroeste denkbeelden te kleven. Bas van Vugt weet deze los te weken, waardoor er ruimte ontstaat voor nieuwe ideeën. Bovendien spreekt hij duidelijk uit eigen ervaring en is hij heerlijk positief.'

*Spiegelbeeld Magazine*

'Bas slaat de spijker op zijn kop. In mijn praktijk heb ik vele hooggevoelige bijgestaan. De meesten ervaren het als een vloek, maar met deskundige hulp en de inzichten van dit boek kan hooggevoeligheid getransformeerd worden tot een zegen voor de betrokkenen en de mensheid.

Dit boek is een must read, niet alleen voor hooggevoelige, maar ook voor hun partners, ouders en anderen.

Ik beveel het van harte aan!

Roy Martina, holistisch arts en auteur van de wereldbestseller Emotioneel Evenwicht.

## Inleiding

Hooggevoeligheid en ondernemerschap. Op het allereerste gezicht wellicht een wat rare combinatie. Zodra je er dieper induikt, zie je dat die combinatie wel degelijk voor de hand ligt en dat het belangrijk is er aandacht aan te besteden. De hooggevoelige ondernemer werkt namelijk op een andere, holistische manier met een ander resultaat voor ogen.

In dit boek beantwoord ik vragen van klanten, lezers van mijn blogs, geïnteresseerden en betrokkenen die ik tegenkwam in mijn werk met en voor hooggevoelige ondernemers. Aan de hand van deze vragen ga ik dieper in op gemeenschappelijke raakvlakken en thema's, die voor hooggevoeligen van belang zijn.

Tot slot: dit boek is geschreven vanuit mijn eigen ervaring. Bij een aantal onderwerpen noem ik wetenschappelijk bewijs voor mijn stellingen. De meeste antwoorden geef ik echter vanuit die eigen ervaring, opgedaan tijdens acht jaar intensief werken met hooggevoeligen.

Op jouw hooggevoelige succes!

*Bas van Vugt*

*Made, 15 mei 2015*

## Inhoud

Over dit boek.....	3
Inleiding.....	4
Hoofdstuk 1: Een introductie in hooggevoeligheid .....	7
Wat is hooggevoeligheid? .....	7
Dus 15 tot 20 procent van de mensen is hooggevoelig. Hoe weet je dat van jezelf? .....	7
Hoe weet ik of ik hooggevoelig ben? .....	9
Over welke karaktereigenschappen heb je het dan? .....	9
En elk mens heeft deze ‘behoeften’? .....	10
Hoofdstuk 2: De hooggevoelige ondernemer .....	14
Waarom dan?.....	16
Waarom kan ik niet iedereen helpen? .....	16
Waarom zouden ze moeten kiezen? Ze kunnen bij mij gewoon alles krijgen. ....	16
Kiezen? Waarom wil je dat jouw klanten kiezen? .....	16
Kun je hier een voorbeeld van geven? .....	16
Dertig verschillende soorten honing? .....	16
Ja, want hoe weet ik of ik die honing kies die ik lekker vind? .....	16
Wow! Hoe kan ik hieruit ooit kiezen? .....	17
Ja, en ik heb geen overzicht meer. Wat te doen?.....	17
Weglopen? Waarom dan?.....	17
En dit gebeurt ook binnen bedrijven?.....	17
Komt de analysis paralysis vaak voor? .....	17
Wat kan ik eraan doen om het te voorkomen?.....	17
Je bedoelt dat ik veel minder producten moet verkopen? .....	17
Heldere doelgroep? Is dat echt nodig? .....	17
Vraag. Eh, waar wringt de schoen dan? .....	18
In dit geval kan hij dus geen heldere boodschap uitstralen? .....	18
Het kiezen voor een heldere doelgroep loste dit probleem op?.....	18
Wat deed dit met zijn zelfvertrouwen? .....	18
Om de oorzaak buiten jezelf te kunnen leggen? .....	18
Waarom is het zo belangrijk om fouten te durven maken? .....	18
Is het niet zo dat diegenen die fouten maken gestraft worden?.....	19
Kun je meer vertellen over het schoolsysteem in relatie tot de hooggevoelige ondernemer? .....	19
Door fouten te maken kun je groeien? .....	19

Wat is het positieve van (zakelijke) fouten maken? .....	19
Kun je hier een voorbeeld van geven? .....	20
Wat leerde je zoal van je eerste 'mislukte' workshop? .....	20

## Hoofdstuk 1: Een introductie in hooggevoeligheid

### Wat is hooggevoeligheid?

Het Nederlandse woord 'hooggevoeligheid' is afgeleid van het Engelse begrip 'HSP', oftewel Highly Sensitive Person<sup>1</sup>. HSP is een Amerikaanse typering waarnaar veel onderzoek gedaan is. Vooral Elaine Aron heeft met haar boeken en onderzoek veel kennis toegevoegd.

Hooggevoelig zijn betekent dat je zenuwstelsel gevoeliger is dan bij niet-hooggevoelige mensen<sup>2</sup>. Het is een karaktereigenschap en geen ziekte. Overigens gaan er wel stemmen op, vooral in de psychiatrie, om hooggevoeligheid als een ziekte te bestempelen en dus op te nemen in de DSM-handboeken (DSM staat voor Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, oftewel psychische aandoeningen). Tussen de 15 en 20 procent van de wereldbevolking is hooggevoelig<sup>3</sup>. Het zou een interessante vertoning worden als hooggevoeligheid 'ineens' in het DSM-handboek zou staan. Dat zou betekenen dat in één klap 15 tot 20 procent van de wereldbevolking een psychische stoornis heeft. Met alle gevolgen van dien.

Hooggevoelig zijn is biologisch gericht op het overleven. Dit is een van de redenen waarom veel hooggevoelige mensen zich zo sterk verbonden voelen met de natuur, bijvoorbeeld het klimaatvraagstuk.

### Dus 15 tot 20 procent van de mensen is hooggevoelig. Hoe weet je dat van jezelf?

Dat is een goede en vooral praktische vraag. Hiervoor heeft Elaine Aron een test ontworpen<sup>4</sup>. Door antwoord te geven op de onderstaande 23 vragen kun je erachter komen of je hooggevoelig bent.

---

<sup>1</sup> Aron, E. (2013). Hoogsensitieve personen. Hoe blijf je overeind als de wereld je overweldigt. A.W. Bruna Uitgevers B.V. Utrecht.

<sup>2</sup> Aron, E. (2013). Hoogsensitieve personen. Hoe blijf je overeind als de wereld je overweldigt. A.W. Bruna Uitgevers B.V. Utrecht.

<sup>3</sup> Zeff, T. (2009). Overlevingsgids voor hoog sensitieve personen. Gottmer Uitgevers Groep B.v.

<sup>4</sup> Zie voor de originele test de website van Elaine Aron: <http://www.hsperson.com/test/highly-sensitive-test/>.

Vraag	Ja	Nee
1. Ik ben snel overweldigd door signalen uit mijn omgeving.		
2. Ik ben mij bewust van subtiele signalen in mijn omgeving.		
3. De stemmingen van anderen hebben invloed op mij.		
4. Ik ben nogal gevoelig voor pijn.		
5. Ik bespeur bij mezelf de behoefte om mij op drukke dagen terug te trekken in bed, in een donkere kamer of een andere plek waar het stil is en ik alleen kan zijn.		
6. Ik ben zeer gevoelig voor de effecten van cafeïne.		
7. Ik ben snel overweldigd door dingen zoals fel licht, sterke geuren of harde sirenes in de buurt.		
8. Ik heb een rijke en complexe innerlijke belevingswereld.		
9. Ik voel mij niet op mijn gemak bij harde geluiden.		
10. Ik kan diep geroerd raken door kunst of door muziek.		
11. Ik schrik gemakkelijk.		
12. Ik voel mezelf opgejaagd als ik in een korte tijd veel dingen moet doen.		
13. Als mensen zich ongemakkelijk voelen in een fysieke omgeving heb ik de neiging om te weten wat er moet worden gedaan om het comfortabeler te maken (zoals het veranderen van de verlichting of de zitplaatsen).		
14. Ik raak geïrriteerd als mensen mij proberen te veel dingen tegelijk te laten doen.		
15. Ik doe erg mijn best om te voorkomen dat ik fouten maak of dingen vergeet.		
16. Ik kijk nooit naar gewelddadige films of televisieprogramma's.		
17. Ik voel mij ongemakkelijk als er veel om mij heen gebeurt.		
18. Als ik erge honger heb heeft dit invloed op mijn concentratie of mijn humeur.		
19. Veranderingen in mijn leven brengen mij van mijn stuk.		
20. Ik heb een neus voor delicate geuren, smaken, geluiden en kunstwerken en geniet daarvan.		
21. Het vermijden van situaties die mij van streek maken of overstelpen, heeft bij mij een hoge prioriteit.		



Vraag	Ja	Nee
22. Als iemand mij op de vingers kijkt of als ik met iemand moet wedijveren, zijn mijn prestaties veel minder dan gewoonlijk.		
23. Als kind werd ik door mijn ouders gevoelig of verlegen gevonden.		

### Hoe weet ik of ik hooggevoelig ben?

Heel simpel. Hoe meer vragen je met ja beantwoord hebt, hoe hooggevoeliger je bent. Deze vragen geven je een indicatie voor jouw hooggevoeligheid. Er zijn trouwens meer verschijningsvormen van hooggevoeligheid, in de vorm van makkelijk herkenbare karaktereigenschappen.

### Over welke karaktereigenschappen heb je het dan?

Hooggevoeligheid is een karaktereigenschap die je vrij gemakkelijk kunt herkennen.

Zo kun je bijvoorbeeld denken aan:

- overweldigd worden door signalen uit de omgeving;
- stemmingen van anderen aanvoelen;
- gevoeligheid voor cafeïne;
- perfectionisme;
- aanleg voor een of meerdere begaafdheden;
- zeer bewust zijn van denken en handelen;
- zorgen en verzorgen van anderen;
- rijke creativiteit hebben;
- zich vaak terugtrekken;
- heel erg begaan zijn met de wereld.

### Een interessante lijst. Wat bedoel je met 'zeer bewust zijn van denken en handelen'?

Een hooggevoelig persoon heeft vaak exact door hoe anderen zullen reageren en hoe hij zijn gedrag daaraan kan aanpassen. Zichzelf ontwikkelen staat vaak bovenaan. Laten we hier eens van dichterbij naar kijken. Mooi werk in deze context is gedaan door Ane Axford, met haar 'omgekeerde behoeftepiramide'.

### De behoeftepiramide van Maslow bedoel je?

Ja, die bedoel ik inderdaad. Maslow publiceerde in de jaren veertig van de vorige eeuw zijn beroemde behoeftepiramide (zie de afbeelding verderop). Hierin onderscheidt hij een aantal lagen van behoeften die je als mens hebt. Zijn theorie is erop gericht dat je eerst de laagste behoeften moet vervullen voordat je gaat werken aan het volgende level.

### Hoe bedoel je hier 'behoefte'?

Zoals een mens zijn leven opbouwt. Eerst de fundering en vervolgens pas het dak. Zo zul je bijvoorbeeld geen tweejarige een huis van steen zien bouwen. Dat komt pas in een latere fase.

### **En elk mens heeft deze 'behoefte'?**

Volgens Maslow wel. Hij onderscheidt een aantal lagen. Van beneden naar boven zien die er als volgt uit:

#### **Niveau 1 Lichamelijke behoeften**

In dit niveau staan de behoeften van het lichaam centraal, de echte basisbehoeften. Bijvoorbeeld het voortdurend vasthouden van de lichamelijke homeostase (het evenwicht in het lichaam middels allerlei onzichtbare processen), eten, drinken en slaap. Volgens Maslow vallen ook seks en sport onder de lichamelijke behoeften.

#### **Niveau 2 Behoeftte aan veiligheid en zekerheid**

Bijvoorbeeld huisvesting, relaties en werk.

#### **Niveau 3 Behoeftte aan saamhorigheid**

Een mens is niet gemaakt om alleen te zijn. Hierin zit dan ook de behoefte aan vriendschappen en positieve sociale relaties.

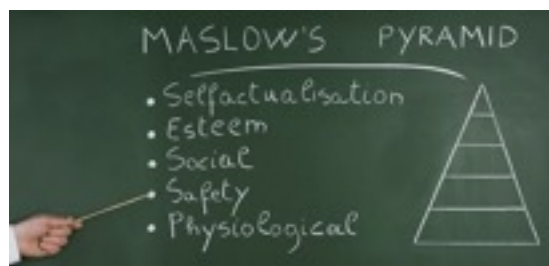
#### **Niveau 4 Behoeftte aan waardering, erkenning en zelfrespect**

Deze behoefte heeft betrekking op het aanzien dat iemand in groepsverband geniet.

#### **Niveau 5 Behoeftte aan zelfontwikkeling**

Dit is de behoefte om als mens het volledige potentieel te leven. Bij deze zelfverwezenlijking speelt het sociale milieu waarin we leven een grote rol.

Samengevat zien de hiërarchische niveaus die Maslow definieert er als volgt uit:



### **Interessant, maar wat heeft dit met hooggevoeligheid te maken?**

In de theorie van Maslow zien we dat het niveau van de verschillende behoeften uitmaakt in hoeverre we toekomen aan zelfactualisatie. Het lijkt erop dat deze stroom voor hooggevoelige mensen wat anders werkt.

**Je wilt zeggen dat de theorie van Maslow niet van toepassing is voor hooggevoelige mensen?**

Niet per se dat de theorie van Maslow niet van toepassing is. Ik merk in mijn werk met hooggevoelige mensen dat voor hen vaak zelfontwikkeling op de eerste plaats staat en niet de basisbehoeften zoals veiligheid.

### Is hier wetenschappelijk bewijs voor?

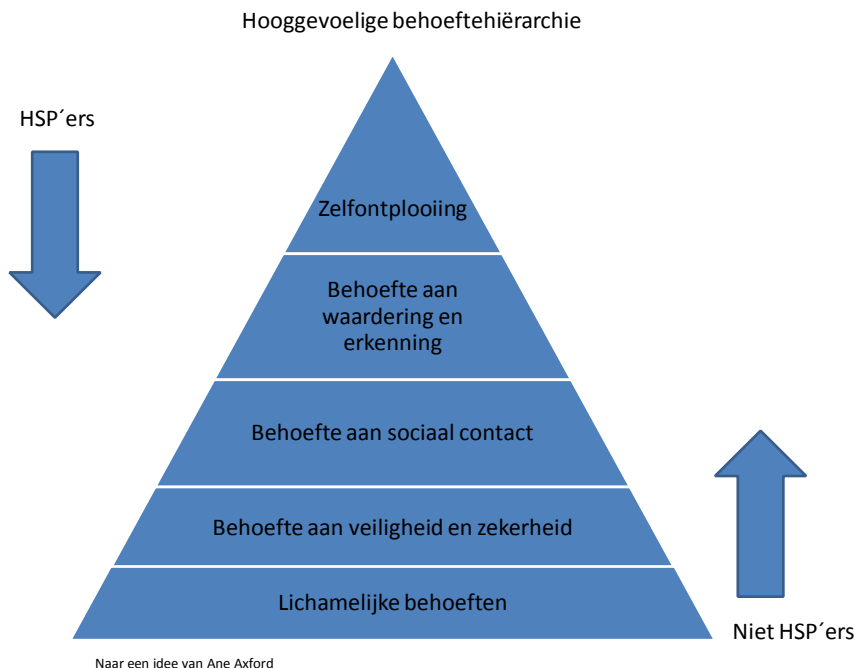
Op het moment van schrijven nog niet. Wel zijn er al enige initiatieven zichtbaar die in deze richting verder denken. Zo heeft HSP-expert Ane Axford er een interessant artikel over geschreven. Hierin legt ze uit dat volgens haar het proces van behoeftevervulling inderdaad omgekeerd werkt in vergelijking met niet-hooggevoelige mensen.

### Zie je dit vanuit jouw ervaring met hooggevoelige mensen?

Jazeker, hoewel er geen wetenschappelijk bewijs voor is, zie ik het wel degelijk terugkomen. Zo zijn hooggevoelige mensen sterk gericht op het vervullen van hun leven. Wat ze doen moet er écht toe doen, anders werkt het voor hen op de lange termijn simpelweg niet. Dit is bijvoorbeeld de situatie waarin veel hooggevoeligen met een baan zitten. Ze zijn eigenlijk helemaal niet happy en willen grotere betekenis aan hun leven geven, maar kunnen dit niet binnen hun baan. Hoewel een hooggevoelige lang (soms zelfs zeer lang) vast kan houden aan de schijnzekerheid van een baan, zal de wil om iets concreets weg te zetten in de wereld uiteindelijk toch overwinnen. Iemand kan zichzelf bijvoorbeeld jarenlang in de weg zitten vanwege niet goed begrepen interne patronen.

### Hoe bedoel je dat?

Vanuit mijn werk met hooggevoelige mensen zie ik een patroon dat niet dezelfde route volgt als in de piramide van Maslow. Hoewel ik niet houd van onderscheid maken tussen hooggevoelige en niet-hooggevoelige mensen is het plaatje van Ane Axford<sup>5</sup> interessant.



<sup>5</sup>Zie <http://tinybuddha.com/blog/are-you-a-highly-sensitive-person/>

Wat we zien is dat de beweging bij hooggevoelige mensen van boven naar beneden loopt in plaats van andersom. Dit betekent natuurlijk niet dat bijvoorbeeld lichamelijke behoeften voor hen niet belangrijk zijn, maar slechts dat ze (veel) meer aandacht geven aan zelfontwikkeling dan niet-hooggevoelige mensen.

### **Wordt hooggevoelig zijn door veel mensen ook niet als excuus gebruikt?**

Helaas wel, ja. Daarom wil ik graag zo veel mogelijk hooggevoeligen helpen de beste versie van zichzelf te zijn. Velen zien hun karaktereigenschap eerder als excuus en niet als sterkte. Ik noem dat het virus 'O jee, o jee, ik heb HSP en doe niet meer mee!'

### **Wat bedoel je daarmee?**

Hooggevoelig zijn is nadrukkelijk géén ziekte, maar een karaktereigenschap. Wat mij betreft mag het dan ook nooit als excuus gebruikt worden om niet 'gewoon' te functioneren in de maatschappij. Het is goed dat het begrip hooggevoeligheid voor veel mensen herkenning kan geven. Ik merk vaak dat voor veel mensen die zoekende zijn en het concept hooggevoeligheid hebben ontdekt, een heleboel puzzelstukjes op hun plaats vallen. Ze snappen bijvoorbeeld veel beter waarom ze gevoeliger zijn dan anderen, waarom ze bepaalde dingen beter wel of niet kunnen doen en hoe ze sterker in het leven kunnen staan. En vooral hoe ze hun optimale leven zélf vorm kunnen geven.

### **Hoe ziet het eruit als iemand zijn hooggevoeligheid als excuus gebruikt?**

Als een excuus om jezelf terug te trekken, niet meer volledig deel te nemen aan de maatschappij en bijvoorbeeld in het geweer te komen tegen niet-HSP'ers. Ja, ik zie dit helaas vaak gebeuren. Hoewel hooggevoelig zijn bij tijd en wijle een echte uitdaging is, is het vooral ook iets om niet al te vaak bij stil te staan en zeker niet om als excuus te gebruiken.

### **Wat kunnen hooggevoelige mensen dan wel doen?**

De uitdagingen die ze in hun leven hebben aanpakken. Als je de bovenstaande informatie terugziet in jouw leven, kun je ermee aan de slag. Het makkelijkste is stoppen om jouw hooggevoeligheid als excuus te gebruiken.

Nog beter is het om die dingen die jou tegenhouden in jouw leven aan te pakken. Dat getuigt volgens mij van echt verantwoordelijkheid nemen voor het leven en alle uitdagingen die je voortdurend tegenkomt. Ik geloof dat je hier bent met een bepaalde reden en dat de uitdagingen die je tegenkomt ook hieraan gekoppeld zijn. Ontlopen levert alleen maar vertraging op en je verliest er kostbare tijd mee.

Lieve mensen, hooggevoelig zijn is vooral een fantastische karaktereigenschap. Als we die op een positieve manier inzetten, kan de wereld er beter door worden. Want onthoud: je bent hier in dit leven om jouw talent te geven en de maatschappij te verrijken. Hooggevoelige mensen hebben een enorm potentieel. Zeker als ze hun angsten los durven te laten en écht kiezen voor een leven in overvloed. Hierbij staat de balans tussen ontwikkelen en doen centraal. Ik merk dat velen van hen de balans tussen zaaien (ontwikkelen) en oogsten (doen) kwijt zijn. Vaak zie ik dat ze zó veel ontwikkelen dat ze de basis in hun leven vergeten.

### **Wat betekent dit in de praktijk?**

Het meest concrete voorbeeld dat je hier kunt noemen is geld. Hooggevoelige mensen hebben over het algemeen geen ultieme relatie met geld. Doordat ontwikkelen het doel op zich geworden is, bestaat het gevaar dat basisdingen, zoals geld, ondergeschikt raken aan het ontwikkelen zelf.

### **Waarom zie jij dit als zo'n groot probleem?**

Om dit duidelijk te maken stel ik je een wedervraag. Wil jij dat er iets concreets verandert in de wereld? Dat we een verandering kunnen maken naar duurzaamheid, respect en evenwicht met alles wat er is?

### **Jazeker wil ik dat, maar hoe kan ik dat dan doen als ik geen geld heb?**

Hoe kun je dat realiseren als je geen geld hebt om iets te veranderen? Hoe kun je dan een concrete bijdrage leveren aan deze verandering die groter is dan jezelf?

Geld verandert de wereld, of je dat nu leuk vindt of niet. Dat is een feit. Hoe meer geld je hebt, hoe meer je kunt veranderen en hoe groter de stempel is die je op de wereld kunt drukken. Als je tenminste de discipline hebt om zorgvuldig en integer met geld om te gaan.

### **Een betere wereld maken we dus met z'n allen?**

Natuurlijk. Wat ik belangrijk vind voor deze verandering is de rol die hooggevoelige mensen erin spelen.

### **Wat bedoel je hiermee?**

In onze huidige samenleving hebben hooggevoelige mensen vaak weinig geld. Dit zorgt ervoor dat hun invloed op de verandering geminimaliseerd wordt. Ik zie JUIST een voortrekkersrol voor hooggevoelige mensen weggelegd. En dan met name voor de hooggevoelige ondernemer.

## Hoofdstuk 2: De hooggevoelige ondernemer

### Hoe zou jij de hooggevoelige ondernemer beschrijven?

In de kern is dit iemand die iets heel concreets wil toevoegen om de wereld een betere plek te maken. Voor al het leven dat er is.

### Dat klinkt behoorlijk zweverig. Kun je wat concreter zijn?

Natuurlijk. De hooggevoelige ondernemer werkt niet uitsluitend voor geld en zet zich in voor de maatschappij als geheel. Hij neemt vooral ook de leiding in zijn leven en heeft er genoeg van om anderen te volgen.

### Waarom geloof jij zo in ondernemers?

Ondernemers veranderen de wereld. Medewerkers volgen. Ook in dit geval. Ik zou zo graag zien dat nog meer hooggevoelige mensen opstaan en hun leven in eigen hand nemen door te creëren. Creëren in de vorm van een onderneming die iets concreets toevoegt aan de wereld.

### Dus jij denkt dat de hooggevoelige ondernemer de wereld gaat veranderen?

Niet alleen dat. Ik denk dat die verandering al is ingezet. Er ontstaat langzaam – te langzaam als je het mij vraagt – al een nieuw soort economie waarin informatie en eerlijkheid een steeds grotere rol innemen. Een tijd waarin het creëren samen met onze klanten is aangebroken. Ik denk dat de mensheid in een soort heelheid aan het komen is. De ondernemer die de wereld vervuilt en alleen aan zichzelf en eigen gewin denkt, heeft wat mij betreft geen toekomst meer.

### Waarom geen toekomst meer?

Winst wordt steeds minder belangrijk. Ondernemers die gericht zijn op hun winst en het uitbouwen hiervan zullen het de komende tien jaar heel lastig krijgen. Kijk maar naar alle druk die er op de multinationals ligt. Jaar in jaar uit hebben ze problemen om hun winst vast te houden. In feite gaan de meeste achteruit. Zo is in Amerika bijvoorbeeld het aantal bedrijven dat met de winst eigen aandelen opkoopt steeds verder gegroeid<sup>6</sup>.

Ook binnen het mkb in Nederland zie je dit gebeuren. De bedrijven die hun klant centraal stellen, worden steeds succesvoller. Twintig jaar geleden kon je als bedrijf vanuit arrogantie en bluf iets verkopen. Door de mondigheid van de consument en zijn diverse mogelijkheden om te vergelijken, kom je hier in deze tijd niet meer mee weg.

---

<sup>6</sup> Als een bedrijf eigen aandelen inkoopt, betekent dit vaak dat het geen andere interessante investeringsmogelijkheid ziet.

Zo werkte ik een aantal jaren geleden binnen een klein bedrijf dat producten aan de groenbranche leverde. De eigenaar (achter in de vijftig) kon maar niet snappen waarom het met zijn bedrijf alsmaar slechter ging. Hij wilde de hand niet in eigen boezem steken. In plaats van mee te denken met de klant en duurzaamheid te LEVEN, bleef het vooral bij woorden. Dit geeft ook direct het gevaar van 'duurzaamheid' aan.

### **Het gevaar van duurzaamheid?**

Ja. Als je duurzaamheid niet integreert in jouw bedrijf wordt ze een onzichtbare tegenstander. Veel bedrijven doen alsof ze bezig zijn met duurzaamheid. In de praktijk is het echter alleen een holle façade van woorden waarachter ze zich verschuilen. Als ze door duurzaamheid meer kunnen verkopen, prima. Als het geld kost om een duurzame maatregel door te voeren, komt het vaak even niet uit. Juist bij hooggevoelige mensen raak je hiermee volledig je kredietwaardigheid kwijt. En integriteit is nu juist een van de tools voor succes.

### **Even terug naar de hooggevoelige ondernemer. Kun je hier nog iets aan toevoegen?**

Zeker, naast het concreet willen toevoegen aan het welzijn van de wereld, is de hooggevoelige ondernemer een 'mensenmens'. Voor hem is de deal belangrijk, maar de relatie met mensen en de dingen om hen heen staan centraal. Hij wil niet zomaar iets verkopen, maar iets toevoegen. Dit is een groot verschil met het oude ondernemen waarin het verkopen van producten of diensten centraal staat.

### **Heeft de hooggevoelige ondernemer problemen met verkopen?**

Ja. Soms zelfs een heel grote blokkade. Wij leren hooggevoelige mensen tijdens onze trainingen dan ook om te stoppen met verkopen en te beginnen met vragen.

### **Vragen?**

Als je niet vraagt, heb je geen idee. Vaak heeft de hooggevoelige ondernemer een geweldig idee of product om te verkopen; vooral hijzelf vindt het geweldig. Een van zijn uitdagingen is samen te werken met zijn klanten om feedback te krijgen, zodat het product of de dienst als het ware van hen samen wordt.

### **Waarom vragen? Als het product toch gewoon goed is?**

Wie bepaalt of het product of de dienst goed is? De hooggevoelige ondernemer zelf? Nee. Dit wordt bepaald door zijn of haar omzet en de marketing daaromheen. Veel hooggevoelige ondernemers hebben inderdaad een goed product of goede dienst. Ze hebben echter geen duidelijke doelgroep omdat ze 'iedereen' willen helpen.

### **Iedereen helpen. Dat klinkt mij bekend in de oren. Waarom is dat niet goed?**

Vertel mij eens: wie is 'iedereen'?

### **Iedereen die mijn product wil kopen?**

Je weet het niet? Dat is helemaal oké. Het gaat erom dat je doorhebt dat hier de schoen wringt. Als je iedereen wilt helpen, eindig je met het helpen van niemand. Ik heb dit aan den lijve ondervonden. Het was een pijnlijk en vruchteloos proces dat mij heel veel stress en spanningen heeft opgeleverd.

### **Waarom dan?**

Toen ik iedereen wilde helpen, had ik veel te weinig klanten. Achteraf realiseerde ik mij waarom: simpelweg omdat ik veel te vaag was over mijn doelgroep en de bijbehorende producten.

### **Waarom kan ik niet iedereen helpen?**

Omdat 'iedereen' geen doelgroep is. De hooggevoelige ondernemer heeft problemen met het kiezen van zijn doelgroep omdat hij niemand buiten wil sluiten. Hierdoor is het voor toekomstige klanten niet mogelijk om voor jouw bedrijf en jouw producten te kiezen.

### **Waarom zouden ze moeten kiezen? Ze kunnen bij mij gewoon alles krijgen.**

Dit is een herhaling van de vraag die je zojuist hebt gesteld. 'Iedereen' is geen doelgroep, net zomin als 'alles' geen product of dienst is. Ik zal je een voorbeeld geven van hoe prospects kiezen.

### **Kiezen? Waarom wil je dat jouw klanten kiezen?**

Omdat mensen iets te kiezen willen hebben. Ze willen weten wat ze nu precies kopen. Als dit niet duidelijk is, zullen ze niet kiezen. Waarom? Omdat ze liever geen foute keuze maken. Het gevolg hiervan is dat ze helemaal geen keuze maken.

### **Kun je hier een voorbeeld van geven?**

Stel jezelf een marktkraam vol met honing voor. De presentatie van de honing is goed. De koopman ziet er netjes uit en heeft een open uitstraling. Hij biedt dertig verschillende soorten aan. Wat doe jij?

### **Dertig verschillende soorten honing?**

Inderdaad. Daardoor word je overweldigd, is het niet? Je vindt het moeilijk om een keuze te maken.

### **Ja, want hoe weet ik of ik die honing kies die ik lekker vind?**

Je begint het proces van kiezen door te krijgen. Uit dertig verschillende soorten honing is het moeilijk kiezen, omdat je niet alle kenmerken naast elkaar kunt zetten en kunt vergelijken.



Fruit-, lavendel-, acacia-, wilde honing enzovoort. Daarnaast ben je misschien nog geïnteresseerd in land van herkomst, biologisch of niet, teelwijze en dergelijke.

### **Wow! Hoe kan ik hieruit ooit kiezen?**

Dat kun je dus niet of heel moeilijk. Het hele proces zorgt voor keuzestress. Oftewel: je wilt precies de goede soort honing kopen.

### **Ja, en ik heb geen overzicht meer. Wat te doen?**

Weglopen!

### **Weglopen? Waarom dan?**

De 'mind' heeft altijd een reden nodig om iets wel of niet te doen. In alle processen. In dit geval zullen veel mensen doorlopen. Kiezen tussen dertig soorten honing is gewoon te veel. Liever geen keuze maken dan de foute keuze. Dit proces heet 'analysis paralysis', oftewel 'overrationaliseren'.

### **En dit gebeurt ook binnen bedrijven?**

Zeker, veel hooggevoelige ondernemers bieden al hun producten in één keer aan. Ze willen dertig producten verkopen. Kijk maar eens op hun website. Soms staan er wel twintig verschillende kopjes met keuzes op. Dit heeft tot gevolg dat in veel gevallen de site weggeklikt wordt. Een gemiste kans.

### **Komt de analysis paralysis vaak voor?**

Het is een keuzep proces dat veelal onbewust plaatsvindt. Daardoor zie je het niet. Het doet zich echter wel vaak voor.

### **Wat kan ik eraan doen om het te voorkomen?**

Stoppen met het aanbieden van dertig potten honing.

### **Je bedoelt dat ik veel minder producten moet verkopen?**

Je hoeft niet per definitie minder producten te verkopen. Het enige dat waarschijnlijk beter is, is niet alle producten op hetzelfde moment aan te bieden. Doe je dat wel, dan creëer je immers die keuzestress, analysis paralysis. Je kunt dus alles blijven doen. Wees je er alleen van bewust welke producten je aanbiedt. Dit is essentieel om een goede, langdurige relatie op te bouwen met je doelgroep. Je helpt je klanten als het ware beter te kiezen door minder aan te bieden.

### **Heldere doelgroep? Is dat echt nodig?**

Ja, een heldere doelgroep is echt nodig. Je moet duidelijk hebben aan wie je jouw producten of diensten wilt verkopen, zodat je ze gericht kunt aanbieden. En daarbij komt: pas op het moment dat je een heldere doelgroep hebt, kun je er effectief mee gaan communiceren.

Ik geef je een voorbeeld van een hooggevoelige ondernemer die alles goed deed, maar geen heldere doelgroep had. Deze architect volgde een tijdje geleden een trainingsweekend bij ons. Hij kwam in de pauze naar mij toe en zei dat hij alle gepresenteerde tools al gebruikte. Hij snapte dan ook totaal niet waarom hij niet de juiste bedrijfsresultaten had. Ik vroeg hem wat zijn doelgroep was: particulieren, woningbouwcoöperaties en bedrijven.

### **Vraag. Eh, waar wringt de schoen dan?**

Hij schreef ook blogs en nieuwsbrieven en had een keurig verzorgde website. De drie door hem genoemde doelgroepen laten ook direct zien wat zijn probleem is. Ik vroeg hem daarom welke blogs hij schreef: de ene keer over het inrichten van huizen, de andere keer over kantoren, en hij gaf ook tips aan woningbouwcoöperaties.

### **In dit geval kan hij dus geen heldere boodschap uitstralen?**

Klopt. Dat is zijn grootste probleem. Stel dat hij elke week een blog schrijft. Dan is hij één keer in de drie weken interessant voor particulieren. Dit kan zelfs een beetje irritant zijn voor bedrijven en woningbouwcoöperaties. Die zijn immers helemaal niet geïnteresseerd in de inrichting van privéhuizen en zullen zich dus uitschrijven uit zijn mailinglijst.

### **Het kiezen voor een heldere doelgroep loste dit probleem op?**

Zodra hij koos voor een heldere doelgroep met een duidelijke, directe boodschap ging zijn bedrijf weer lopen. Zoiets simpels als 'geen heldere doelgroep' kan je hele bedrijf platleggen of verlammen. Niet omdat je geen goede producten hebt, maar omdat je geen heldere boodschap kunt uitdragen en potentiële klanten verwend raken.

### **Wat deed dit met zijn zelfvertrouwen?**

Het is heel moeilijk om niet te gaan twijfelen als je weinig omzet maakt. Zeker als hooggevoelig persoon. Zijn zelfvertrouwen ging dan ook heel snel naar beneden. Met alle gevolgen van dien. De mind heeft dan een reden nodig om zich te realiseren waarom de dingen gaan zoals ze gaan.

### **Om de oorzaak buiten jezelf te kunnen leggen?**

Zo zou je het kunnen zeggen, ja. In het geval van de architect was dat 'crisis'. Ervóór maakte hij nog een goede omzet, erna bijna niks meer. Een interessant maar pijnlijk proces. Hij zocht de oorzaak dan ook in de crisis, niet bij zichzelf. De crisis speelde zich vanzelfsprekend buiten hem af; hij hoefde daarvoor geen verantwoordelijkheid te nemen. Overigens is 'fouten durven maken' voor veel hooggevoelige mensen en ondernemers sowieso een groot thema.

### **Waarom is het zo belangrijk om fouten te durven maken?**

Soms zijn hooggevoelige mensen zó perfectionistisch dat het echt verlamvend gaat werken. Een gedachte als 'Ik moet het wel goed doen voordat ik het verkoop of ga presenteren' zorgt

ervoor dat er heel weinig uit je handen komt. Bovendien – en dat is misschien nog veel zorgelijker – bouw je daardoor niet jouw meesterwerk in dit leven en blijf je in de comfortzone hangen.

### **Is het niet zo dat diegenen die fouten maken gestraft worden?**

Ons schoolsysteem zit zo in elkaar dat scholieren die weinig fouten maken beloond worden met hoge cijfers. Binnen het schoolsysteem werkt dit perfect, maar zo zit volgens mij het echte leven niet in elkaar. De enige echte constante is immers de verandering. De verandering die altijd doorgaat en nooit stopt. Doordat ons van jongs af aan geleerd wordt geen fouten te maken, kunnen we veranderingen en niet-verwachte situaties soms moeilijk de baas.

### **Kun je meer vertellen over het schoolsysteem in relatie tot de hooggevoelige ondernemer?**

Ja, ik zal verderop in dit boek nog meer vertellen over het schoolsysteem en de verschillende soorten relevante opleidingen voor de succesvolle hooggevoelige ondernemer.

Terug naar het maken van fouten. Fouten vermijden zorgt er vaak voor dat je ze juist wél maakt. Als je fouten probeert te vermijden, heb je telkens het gevoel dat je op eieren loopt. Hierdoor kun je je niet goed manifesteren. Anderen voelen immers dat je onzeker bent en geen fouten wilt maken. Ik zie het leven meer als een trial-and-error-situatie: een situatie waarin je telkens groeit en dingen doet. **Maar** onze maatschappij lijkt soms wel doorgeschoten te zijn naar de andere kant waarin we alle mogelijkheden overrationaliseren.

### **Door fouten te maken kun je groeien?**

Absoluut. Een van de waardes in mijn leven is mijn persoonlijke groei. Die staat op heel veel momenten centraal. Dat is ook een van de belangrijkste redenen waarom ik uiteindelijk gekozen heb voor het zelfstandig ondernemerschap.

Zodra je een fout maakt, kun je volgens mij twee dingen doen: je terugtrekken en anderen de schuld geven of heel kritisch naar jezelf kijken en er een persoonlijk groeimoment uithalen.

Zo had ik een tijd geleden een businesspartner met wie het helemaal niet goed liep. We hadden te weinig klanten en dit veranderde niet. Ik heb dit toen te lang laten lopen en het niet aangekaart (mijn eigen fout dus) met als gevolg dat ik er zelf slecht voorstond. Dit laat ik niet meer zover komen. Ik heb van deze fout dus veel geleerd.

### **Wat is het positieve van (zakelijke) fouten maken?**

Vooraf dat je concreter wordt. Hoewel de situatie met mijn voormalige businesspartner voor mij niet fijn was, heb ik wel de kans gekregen (en gepakt) om veel concreter te worden in de dingen die ik waardevol vind in mijn leven en bedrijf. In die zin is mijn fout aanleiding geweest om zakelijk succesvoller te worden.

Wil jij alles perfect doen? Vind je het moeilijk fouten te maken? Kun jij uren bezig zijn met enkele kleine details? Goede kans dat je dan in 'perfection analysis' zit, oftewel de dingen zó perfect wilt doen dat je tot niets komt.

### **Kun je hier een voorbeeld van geven?**

Voor mij persoonlijk was het een harde leerschool. Toen ik net begon, wilde ik alles perfect doen. Perfect voorbereiden en alle risico's uitsluiten. Een van mijn grootste problemen (als ik er nu op terugkijk) was dat ik bijna niets realiseerde of dat alles heel langzaam ging.

Ik zal je een voorbeeld geven van mijn allereerste workshop. Die was helemaal niet zo perfect als ik wilde. Ik had veel tijd gestoken in de voorbereiding van de workshop en had aan werkelijk alles gedacht (dacht ik).

Toch liep alles anders. In plaats van de volle zaal die ik verwacht had, kwamen er maar drie mensen. Twee van hen kende ik al persoonlijk en een kwam bij mij uit de straat. Daar stond ik dan met mijn flap-over, cursusmateriaal voor twintig mensen, stoelen en alle andere dingen die ik dacht nodig te hebben. Mijn eerste workshop was verre van een succes. En toch heb ik een aantal lessen geleerd.

### **Wat leerde je zoal van je eerste 'mislukte' workshop?**

Allereerst leerde ik nederig te zijn en te ontvangen wat op dat moment voor mij bestemd was. Die dag leerde ik een les die ik tot nu toe meeneem: het doen – en dus het naar buiten komen – is veel belangrijker dan erover nadenken hoe je iets perfect kunt maken. Doen is dus veel belangrijker dan denken. Ook kwam ik erachter dat zodra je naar perfectie streeft juist de heel positieve ervaring vervaagt.

Verder leerde ik dat fouten niet bestaan. Tijdens onze opvoeding wordt ons geleerd dat het goed is om geen fouten te maken. Mijn eerste workshop leerde mij dat het leven juist gaat om het aangaan van dingen die beter hadden gekund; vanzelfsprekend zonder te vervallen in perfectie.

En tot slot leerde ik hoe naar het is om te bekijken hoe anderen de dingen aanpakken. Het ontnam me mijn persoonlijke kracht. Voor die workshop keek ik heel erg naar anderen. Ik zette hen als het ware op een voetstuk en maakte mezelf klein. De gedachte 'waarom zou ik het beter kunnen dan die persoon die het al heeft bereikt' spookte voortdurend door mijn hoofd. Terugkijkend op mijn eerste workshop kan ik erover zeggen: iedereen die succesvol is, is klein – en slecht! – begonnen. Mijn tip: leer van alle feedback en ervaringen die op je afkomen. Uiteraard niet door te verlammen, maar vanuit kracht.

<http://hooggevoeligondernemen.nl/weekend-workshop>