

*Het is het klassieke verhaal van veel Metaalunie-lidbedrijven: beginnen in een schuur in de achtertuin en vervolgens uitgroeien tot een innovatief floreerend mkb-maakbedrijf. Maar eigenlijk moet dat klassieke verhaal van veel mkb-maakbedrijven aangevuld worden met een andere twist. Namelijk die van grensoverschrijdend ondernemen: van achtertuinschuur naar Canada.*

# VAN ACHTER- TUINSCHUUR NAAR CANADA

BEELD SANDER VAN DER TORREN

## EXPORT DASHBOARD TILT EXPORT- OMZET OP HOGER NIVEAU

Alhoewel eenvoudig in vier woorden geschreven, is de stap naar het buitenland niet voor alle mkb-maakbedrijven een eenvoudig een-tweetje. En eenmaal de export op poten gezet, kun je je als ondernemer afvragen of je het wel goed genoeg doet en het maximale eruit haalt. Speciaal voor al die mkb-maakondernemers die met exportplannen rondlopen, beginnend of ver gevorderd zijn met daadwerkelijk internationaal ondernemen, heeft Koninklijke Metaalunie samen met PKM de zogeheten Export Dashboard ontwikkeld. Het is een hulpmiddel voor ieder bedrijf dat de exportomzet naar een hoger niveau wil tillen. Alles draait om een strategiegesprek over export dat PKM-adviseurs voeren met een ondernemer.

### **Boerenschuur**

Een ondernemer die op de buitenlandse markt al aardig thuis is, is Erik van der Vegt, directeur van Vegniek bv uit Emmeloord. Hij was het die begon vanuit die boerenschuur, in de Noord-oostpolder, jaren later zijn innovatieve machines voor de landbouw en industrie ook wist af te zetten naar landen als Duitsland, België en Canada. 'Het varieert een beetje, maar 15 à 20 procent van de omzet betreft export', licht hij toe. 'In Canada doen we al jaren zaken met een bedrijf, dat groeit elk jaar een beetje. Dat komt ook omdat onze producten daar steeds een beetje bekender worden. We werken met dealerships en hebben daar een importeur. Dat maakt het wel gemakkelijker.'

Met zo'n aardige 'export staat van dienst', vond Erik het toch nuttig, het Export Dashboard te gebruiken. 'Ik doe veel op mijn gevoel, zonder echt een gedetailleerd en strak plan. Alle export die we tot op heden hebben gedaan, is ontstaan uit vraag van de klant. We hebben wel eerder een soort van groeistrategie ontwikkeld, waar export ook deel van uitmaakte. We hadden een aantal landen in gedachten en hebben daar eerst de focus opgelegd. Eerst dichtbij huis opstarten leek de meest logische keuze.'

### **Pilotfase**

Toen Erik door PKM werd benaderd om mee te werken aan het Export Dashboard vond hij het in ieder geval nuttig om van buitenaf naar bin-



*Erik van der Vegt, directeur van Vegniek  
bv op de elektrisch aangedreven Selectron  
selectiewagen met solar-zonnedaken.*

nen in zijn bedrijf te laten kijken. En zo vast te laten stellen of hij qua export nog punten kon verbeteren. PKM-adviseurs export en internationalisering Aukje van den Beuken en Linda van den Broek kwamen langs om aan de hand van een vragenlijst de vijf bouwstenen van export te bespreken. Aukje: 'In de pilotfase van het Export Dashboard hebben we drie bedrijven bezocht. Qua exportniveau zat Erik in de midden categorie; geen beginnend exporteur maar ook weer geen heel ervaren. Alle facetten van exportactiviteiten komen tijdens het strategiegesprek aan bod. We kijken vanuit het niveau van de organisatie naar internationalisering en export. Normaal gesproken duurt een gesprek anderhalf uur en vindt het online plaats.'

#### **Inzicht**

Na afloop van het gesprek worden de antwoor-

den op de vragen verwerkt in een rapport. 'De ondernemer krijgt hiermee inzicht in waar het bedrijf staat met export en wat de belangrijkste aandachtspunten zijn voor verdere groei',

---

### **« Wat zou ik binnen drie jaar willen bereiken in welk land? »**

---

vertelt Linda. 'Verder geven we tips hoe de internationale ambities gerealiseerd kunnen worden.' De resultaten worden in het rapport letterlijk visueel weergegeven alsof het instrumenten zijn op een dashboard. Met de wijzers van groen naar rood ziet de ondernemer in een oogopslag wat al goed gaat en waar verbe-

terpunten liggen. Volgens Aukje hebben veel ondernemers behoefte aan het exportstrategieverhaal. 'Het is voor hen relevant te weten welke stappen ze kunnen nemen en wat de thema's zijn om het te vermarkten en dat alles in te kleden in het exportverhaal. De vijf hoofdonderwerpen strategie, interne organisatie, marketing en verkoop, de ruimte en de tijd om te exporteren en de kennis in huis, bestrijken alle facetten van export.'

#### **Bewustzijn**

Het gesprek en het rapport leverden voor Erik in eerste instantie een stukje bewustzijn op. 'Tijdens het gesprek gingen we sparren over hoe we het nu doen. Er zijn meerdere wegen die naar Rome leiden. Veel zaken weet je eigenlijk wel, maar als het benoemd wordt en het staat vermeld heb je meer handvatten om



*PKM-adviseurs export en internationalisering Linda van den Broek (links) en Aukje van den Beuken.*

er wat mee te gaan doen. Wat we in ons hoofd wel weten, is niet omschreven. Dat moeten we wel beter gaan doen, zodat we daaraan vast kunnen houden en planmatiger aan de gang kunnen gaan. Dan is beter te toetsen of iets bij het plan past en we niet teveel afwijken.' Wat in ieder geval goed gaat, is het besef voor Erik dat via social media de mensen in het buitenland soms beter bereikt worden dan hij verwacht had. 'We hebben letterlijk door YouTube en Facebookfilmpjes machines verkocht. Moeilijker is het om dealers uit te zoeken. Het is lastig te oordelen of je te maken hebt met een goede partner of niet. Maar hoe groter je netwerk is, hoe makkelijker je onderzoek kunt doen naar een potentiële partner. Dat moet je leren.'

#### **Meetbaar**

Een exportplan moet volgens Linda vooral

praktisch zijn. 'Het moet antwoord geven op de vraag 'wat zou ik binnen drie jaar willen bereiken in welk land?' Of je daarbij kijkt naar aantal dealers wisselt per klant. Wil jij acht machines verkopen waar de omzet van afhangt en vijf dealers vinden of wil je drie machines verkopen en een dealer hebben? Maak je doelen vooral kwantitatief, dan is het meetbaar en als je je doel niet hebt bereikt, kun je een aantal strategieën erlangs leggen om het wel te bereiken.' Aukje: 'De stappen die je nog kunt nemen, zou je zo concreet mogelijk op een A4 moeten kunnen beschrijven. Focus je op een beperkt aantal dingen; beter een paar dingen heel goed doen, dan heel veel half. Besef dat je, zeker als je ziet wat er het afgelopen half jaar allemaal is gebeurd, de markt niet in eigen hand hebt. Daar moet je op kunnen inspelen en je op aanpassen.'

#### **Vervolgtraject**

Als het rapport eenmaal op het bureau van de ondernemer ligt, is het aan hem/haar al dan niet ermee aan de slag te gaan. Waar gewenst kan Metaalunie of PKM helpen met een vervolgtraject. 'Dat kan zijn met het opstellen van een exportplan en de integratie in het bestaande businessplan, marktonderzoek of het opzetten van een goede marktintroductie. Ook geven we ondersteuning bij projectmanagement voor het inrichten van exportprocessen, vernieuwing van de website of het trainen van het verkoopteam', aldus Aukje.

Meer weten over of aanmelden voor het Export Dashboard kan via het Metaalunie Team Internationaal Ondernemen, [internationaal@metaalunie.nl](mailto:internationaal@metaalunie.nl), of T: 030-6053344.