Ondernemend gedrag

Van nature ben ik niet zo zeer ondernemend ingesteld. Voordat ik aan de opleiding Sportmarketing begon, was ik een onervaren en verlegen jongen die in eerste instantie eerst de kat uit de boom keek voordat ik actie durfde te ondernemen. Door de jaren heen ben ik wat dat betreft een stuk daadkrachtiger geworden en voelde ik me genoodzaakt om in bepaalde situaties het voortouw te nemen, wat ten goede is gekomen van mijn ontwikkeling op het gebied van ondernemend gedrag. Met name vanaf het derde studiejaar heb ik behoorlijk wat progressie geboekt, wat valt of te leiden aan het feit dat ik volledig zelf alle opdrachtgevers vanaf het derde studiejaar (individueel en in teamverband) succesvol heb benaderd om tot een samenwerking te komen.

Dit kwam met name omdat ik tijdens mijn Minor en IBC projecten meermaals ben ingedeeld met afwachtende en op het oog ongemotiveerde projectleden, die geen initiatief probeerde te nemen. Een geluk bij een ongeluk, want hierdoor heb ik mij wel kunnen profileren als leidinggevende en ben ik zelf op zoek gegaan naar potentiële opdrachtgevers. Voor onze minor opdracht ben ik zo terecht gekomen bij mijn destijds huidige voetbalclub (DSS), waar ik veel potentie in zag om het maatschappelijk project voor uit te voeren. Ook voor het IBC project verkeerde ik in een soortgelijke situatie en ben ik persoonlijk langs het hoofdkantoor van ‘de Fietsfabriek’ geweest om mijn ideeën op tafel te leggen. Het geeft dan een goed gevoel als zulke ondernemende acties worden beloond met een samenwerkingsverband, wat op zijn beurt weer positieve energie en motivatie overbracht op mijn projectleden om zichzelf ook in dienst van het team te willen bewijzen.

Ondernemend gedrag gaat naast proactief handelen en anticiperen, ook over het hebben van een commercieel gerichte benadering. Gedurende mijn eerste serieuze bijbaan naast school als direct saler, werd me al snel duidelijk dat het bij een commerciële instelling cruciaal is om altijd vanuit de klant te denken en te werk te gaan. Zo probeerde ik allereerst (door vanuit het perspectief van de klant te denken) te achterhalen welke voordelen de klant zou hebben met een bepaalde verkoopactie, alvorens ik daadwerkelijk overging tot een verkoopgesprek. Indien ik niet achter een bepaald product en/of actie sta, kan ik mezelf niet motiveren om tegen me gevoel in, klanten iets aan te smeren. Beide partijen moeten namelijk baat hebben met een overeenkomst en ik geloof er dan ook heilig in dat klantenbinding alleen ontstaat wanneer er sprake is van een ‘win-win situatie’.

Bovendien denk ik graag in kansen en mogelijkheden en heb ik geleerd om vanuit de trends en ontwikkelingen in de markt te anticiperen. Om te bewijzen dat ik mij bewust ben van trends en ontwikkelingen die spelen op een specifieke markt of binnen een specifieke sector, heb ik in bijlage 7 de paragraaf trends en ontwikkelingen uit mijn minor project toegevoegd. Hiermee wil ik aantonen dat ik inzicht heb in trends en ontwikkelingen en dat ik, waar nodig, ook op de hoogte ben van de activiteiten van concurrenten en/of andere organisaties.

Deze competentie zou ik graag willen afsluiten met een van mijn toekomstdromen. Op de korte termijn zou ik mezelf graag nog willen doorontwikkelen door in Engeland een internship te gaan volgen bij een betaald voetbal organisatie. Ik heb gedurende mijn stageperiode ervaren hoe het er aan toe gaat bij een BVO, echter valt dit in het niets bij een professionele voetbalvereniging uit Engeland. Dit is het land dat voetbal ademt en waarbij werkelijk iedereen bezeten is van het spelletje (net als ik). Ik zou het fantastisch vinden om deel te kunnen nemen aan dit voetbalklimaat en op die manier mijn kennis en ervaring te verbreden. Bovendien getuigt een stap naar het buitenland (nieuwe cultuur, andere taal) van een ondernemende stap.