



Finansiële Oplossings vir Besigheidseienaars
Neem jou besigheid na die volgende vlak

Versekering

Finansiële Beplanning

Aftrede

Beleggings

Welvaart

Inhoud

- | | | | |
|-----------|---|-----------|--|
| 02 | Weet jy waaraan om besighiedshulpbronne toe te wys? | 14 | Besigheidsevaluasie kan tot besigheidsoptimalisering lei |
| 04 | Die waarde van nadenke om besighiedsresultate te verbeter | 16 | Hoe om jou besigheid te laat vorder |
| 06 | Hoe om aan die verwagtings van jou teikenmark te voldoen | 18 | Waarom finansiële state selfs vir besigheidseienaars sonder baie kennis van boekhouding belangrik is |
| 08 | Goeie bemerking lei na verkope | 20 | Is jou besigheid se kontinuïteit beskerm om 'n krisis te deurstaan? |
| 10 | Tegnologie kan 'n besigheid aktiveer | | |
| 12 | Waarheen is my besigheid oppad? | | |

Nuttige inligting

- ① [Besighiedsmark – webwerf](#)
- ① [Besighiedsmark – gratis artikelregistrasie](#)
- ① Joernale
 - [Business Turnaround book \(slegs in Engels beskikbaar\)](#)
 - [The Business Plan book](#) (slegs in Engels en Zoeloe beskikbaar)
 - [Your Annual Business Game Plan for Success book](#) (slegs in Engels beskikbaar)
- ① Finansiële Oplossings vir Besigheidseienaars: Enkelblad opsommings
 - [Finansiële Fiksheid Analise](#)
 - [Besigheid Fiksheid Analise](#)
 - [1-2-3 van Besigheid](#)
 - [Koop-en-Verkoop Versekering](#)
 - [Gebeurlikheidsaanspreeklikheid \(Borgskap vir besigheidskuld\)](#)
 - [Sleutelpersoonversekering](#)
 - [Beskerming van Debietleningsrekeninge](#)
 - [Beskerming van Kredietleningsrekeninge](#)
 - [Bedryfskostebeskerming](#)
 - [Inkomstevervanging by Dood](#)
- ① [eBrosjure](#)
- ① eBoeke
 - [Bou 'n kliëntebasis](#)
 - [Maak die verskil deur diensvoortreflikheid](#)
- ① Oudiovisuele aanbiedings
 - [Koop-en-Verkoop Ooreenkomste](#)
 - [Gebeurlikheidsaanspreeklikheid](#)
 - [Sleutelpersoon versekering](#)
 - [Siektevoordeel vir Sleutelpersone](#)

Artikel geskryf deur Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam Besigheidsmark

Mzoli Ngcwuzele
Mzolis

Weet jy waaraan om besigheids- hulpbronne toe te wys?

Daar word beweer dat iets wat goed beplan is, 50% gedoen is. As dit waar is, wonder ek waarom so baie van ons nie die moeite doen om ons sakebedrywighede vooruit te beplan nie. Na my mening is daar verskeie redes waarom deurlopende sakebeplanning raadsaam of selfs nie-onderhandelbaar is.



- ① Dit bied jou 'n momentopname van die toekomstige stand van die besigheid. Dit skep 'n beeld van toekomstige moontlikhede in jou geestesoog.
- ① Dit help die jou om teikens/doelwitte te stel wat, indien dit uitgevoer word, die verwagte toekomstige stand van die besigheid moontlik sal maak.
- ① Wanneer teikens/doelwitte gestel word, kan jy besigheidshulpbronne optimaal aanwend deur die volgende vrae te beantwoord:
 - Wat moet gedoen word?
 - Hoe moet dit gedoen word?
 - Wie moet verantwoordelikheid aanvaar vir die uitvoering van die taak?
 - Wanneer moet die taak afgehandel wees (sperdatum)?
 - Hoeveel befondsing is nodig om die taak uit te voer?
- ① Wanneer teikens/doelwitte gestel word, is voortdurende monitering van vordering en die bereiking van mylpale baie nuttig vir die maak van deurlopende aanpassings. Prioriteite en die toewysing van hulpbronne kan aangepas word om te verseker dat die teiken of doelwit behaal word. Terugvoering van kliënte en markinsigte kan ook dien as elemente by die optimale implementering van die aksieplan.
- ① 'n Geskrewe aksieplan dien as 'n meganisme om die handeling van bestuur en werknemers ten opsigte van die bereiking van die gemeenskaplike teiken/doelwit in ooreenstemming te bring. Almal dink dieselfde.
- ① Dit help jou om te besluit watter sake-alliansies of strategiese vennootskappe nodig is om die verwagte uitkomst te bereik.

In die 2014-opname deur die National Small Business Chamber (NSBC) is lede versoek om daardie areas waarin hulle opleiding en ontwikkeling benodig, aan te dui. Drie-en-sewentig persent van die respondente het die behoefte aan sake- en strategiese beplanning geïdentifiseer.

Om besigheidseienaars met hierdie belangrike taak te ondersteun, bied Sanlam jou gratis toegang tot die boek ***Your Annual Business Game Plan for Success***. Dit bied 'n maklike en eenvoudige raamwerk vir die opstel van 'n weldeurdagte strategie wat die positiewe verandering en groei wat vir die sukses van die besigheid nodig is, sal bewerkstellig. Gaan na www.sanlamgameplan.co.za om jou gratis kopie af te laai.

Mag die volgende woorde van die skrywer Alan Lakein vir jou waar wees:

“Planning is bringing the future into the present so that you can do something about it now.”

Kwantifiseer die mees kritieke finansiële beplanning risiko in jou besigheid.

VIND MEER UIT

Gelisensieerde Verskaffer van finansiële dienste

Artikel geskryf deur Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam Besigheidsmark

Ester Van Der Westhuizen
Butterfly World

Die waarde van nadenke om besigheidsresultate te verbeter



“Sonder nadenke struikel ons blindweg voort, terwyl ons al meer onbedoelde gevolge skep en daarin faal om enigiets nuttig te bereik.”

(Vrye vertaling van Margaret J. Wheatley – Amerikaanse skrywer en bestuurskonsultant, wat organisatoriese gedrag bestudeer.)

Dit is baie ontnugterende woorde, wat ons laat besef dat ons dalk die volgende transaksie najaag, sonder om voldoende na te dink oor die vermoë van ons besigheid en infrastruktuur om aan kliënteverwagtinge te voldoen en dit selfs te oorskry.

Ons moet die spreekwoordelike byl maar deurlopend skerp hou. Hier is 'n waardekettingperspektief wat jy kan oorweeg wanneer jy oor jou sake aktiwiteite nadink:

- ④ **Teikenmarkprestasie**
Pas ons produk/diens as oplossing by ons omskreepte teikenmark se behoeftes en vereistes?
- ④ **Gepastheid van waarde aanbod**
Weet ons hoe goed ons produk/diens die teikenmark se behoeftes en vereistes aanspreek?
- ④ **Bemarkingsmengsel**
Is die mees optimale bemarkingsmengsel beskikbaar om ons produk/diens aan die gekose teikenmark te bemark en te bevorder?
- ④ **Verkope en distribusie**
Is ons verkope-en-distribusiespan ten volle toegerus om ons produkte/dienste te verkoop?
- ④ **Dienslewering**
Hoe ervaar kliënte ons dienslewering en ná-verkoopdiens?
- ④ **Kontantvloeibestuur**
Is ons kontantvloeivoorspelling op datum, sodat ons kan beplan om seker te maak dat daar genoeg bedryfsfondse is?
- ④ **Menslike hulpbronne**
Is daar 'n vaardigheidsontwikkelingsplan vir elke werknemer in plek?
- ④ **Inligtingstegnologie**
Is daar tegnologiese ontwikkelings wat my kan help om meer doeltreffend en effektief te werk?
- ④ **Aanskaffing**
Kry ek die beste moontlike transaksies wanneer ek produkte en dienste vir die bedryf van my besigheid aanskaf?



Nog 'n boublok wat in ons pogings om vir die toekoms van ons besighede te beplan, ingespan kan word, is om die **suksesse en teleurstelling** van ons besigheid oor 'n spesifieke tydperk (sê die afgelope 12 maande) neer te skryf. Watter leerervarings het jy uit hierdie lys geput en hoe kan jy dit wat jy geleer het, toepas?

Besigheidseienaar, is jou besigheid Finansiële Fiks?

Kry jou gratis Finansiële Fiksheids-analise hier.

Gelisensieerde Verskaffer van Finansiële Dienste

VIND MEER UIT

wellnesswarehouse.

Dr Sean Gomez
Wellness warehouse

Hoe om aan die verwagtings van jou teikenmark te voldoen

Artikel geskryf deur Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam Besigheidsmark



“Oorskry jou kliënte se verwagtinge. As jy dit regkry, sal hulle telkemale terugkom. Gee hulle wat hulle wil hê – en ’n bietjie meer.”

– Sam Walton (vry vertaal). (Sam Walton was ’n Amerikaanse sakeman en entrepreneur welbekend vir die stigting van Walmart en Sam’s Club.)

Dit is natuurlik ’n voor-die-hand-liggende feit dat ons eers die werklike behoeftes van ons kliënte moet vasstel en ondersoek, voordat ons aan hulle verwagtinge kan voldoen, of dit oorskry. Sodra ons ’n glashelder en feitelike perspektief hierop het, kan ons vasstel of ons produkte en dienste aan die geïdentifiseerde behoeftes en begeertes van ons teikenmark voldoen.

Kliënte se behoeftes en begeertes is vaag, die mededingers-landskap verander voortdurend en vernuwings kan ons oplossings oornag oorbodig maak. Om hierdie rede moet ons met die spel byhou. Insigte in die teikenmark, kliënte en mededingers lê aan die kern van ons toekomstige oorlewing en ons vermoë om mee te ding om ’n deel van die kliënt se beursie.

Dit maak ’n markhersiening nodig waartydens huidige kliënte beoordeel word om ons begrip van die volgende te verbeter (*dit is slegs enkele voorbeelde*):

- ④ Hulle demografie (ouderdom, geslag, huwelikstaat, inkomste ens.)
- ④ Hulle aankoopdryfkragte (prys, gehalte, ligging, waarborge ens.)
- ④ Wanneer hulle koop
- ④ Enige vorige aankope by ons besigheid, wat inligting omtrent hulle kooppatrone kan verskaf

Sodra ons ’n ingeligte begrip van ons kliënte het, kan ons ’n produk-/dienshersiening doen. *Hier is ’n paar elemente wat geëvalueer moet word:*

- ④ Watter produkte en/of dienste is ons topverkopers?
- ④ Waarom is hierdie produkte of dienste so suksesvol?
- ④ Kan dit verbeter word?
- ④ Watter produkte verkoop die beste en het die hoogste winsgrense?
- ④ Kan jy die bedryf van jou besigheid rondom hierdie produkte en dienste verbeter (dienslewering, opskaalgeleenthede, spesiale aanbiedinge)?
- ④ Moet jy jou produkpryse, -verpakking, -bemarking en dienslewering verander of verbeter om aan die veranderende behoeftes van kliënte te voldoen?

Met hierdie inligting tot ons beskikking, moet ons ons huidige produk- en dienslewering by die kliëntbehoefte en -verwagtinge laat pas. Dit kan ook ons gehaltebeheermeganismes en prysvasstelling beïnvloed.

Nog ’n belangrike element om aan te spreek, is om te weet waarmee jou kompetisie besig is. Kyk wat hulle omtrent hulself te sê het (verkoopsmateriaal, advertensies, persverklarings, webtuiste). Jou verkoops personeel, kliënte, www.hellopeter.com, koerante en marknavorsingsmaatskappye kan ook goeie bronne van inligting omtrent jou mededingers wees.

Daar word gesê: “Kennis is mag.” Dit geld ook in besigheid, waar ons aan kliëntverwagtinge wil voldoen en dit selfs wil oorskry.

Kennis stel ons in staat om insigte te skep wat ons kan help om ons produk- en diensaanbod só te verbeter dat meer kliënte gelok word en ons ons kompetisie uitstof.

Koop & Verkoop Besigheidseienaar: Wie sal jou nuwe besigheidsvennoot wees indien jou huidige vennoot sterf?

Gelisensieerde Verskaffer van Finansiële Dienste

VIND MEER UIT

*Artikel geskryf deur
Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam Besigheidsmark*

Goeie bemarking lei na verkope

Dave Marcus
Magnetic Software



Om hierdie onderwerp na behore aan te spreek, moet ons eers die verskil tussen bemarking en verkope verstaan.

Bemarking dryf die vraag na 'n produk of diens en **Verkope** voorsien in die vraag na die produk of diens en skep verhoudings met kliënte.

Hieronder is die aanbevole basiese elemente wat in elke bemarkingsmengsel ingesluit behoort te wees:

- ④ 'n Brosjyre (elektronies en/of gedruk)
- ④ 'Webtuiste (doen soekenjin-optimalisering, benut Google Ads en soekwoord-veldtogte)
- ④ 'Advertensies (benut die mees geskikte media-opsies)
- ④ 'Openbare betrekkinge-plan
- ④ 'Borgskappe wat gepas is vir jou teikenmark

Hier is 'n paar alternatiewe bemarkingselemente om te oorweeg:

- ④ Voertuig-advertensies
- ④ Bemark nie-kompeterende produkte en dienste aan jou kliëntebasis in samewerking met ander besighede (hulle doen dan dieselfde vir jou)
- ④ Bedank kliënte vir besigheid (e-pos, oproepe, afslag met volgende transaksie)
- ④ Doen naverkoop-diensevaluering - vra terselfdertyd vir verwysings
- ④ Gee gratis monsters weg om kliënte aan jou produk/diens bekend te stel

Jou bemarkingsmengsel behoort die volgende resultate te lewer:

- ④ Skep bewustheid van jou produk/diens en besigheid
- ④ Gee 'n 24/7 teenwoordigheid van jou besigheid
- ④ Lig kliënte in oor jou produk/diens
- ④ Skep geloofwaardigheid en gemoedsrus by kliënte dat jou besigheid beloftes sal nakom
- ④ Wys dat jy jou teikenmark se behoeftes en vereistes verstaan
- ④ Skep gekwalifiseerde verwysings (dit is meestal 'n neweproduk, maar jy kan veldtogte loods met leidraadskepping as primêre oogmerk)

Die alombekende Amerikaanse skrywer en spreker Zig Ziglar het by geleentheid gesê:

“Every sale has five basic obstacles: no need, no money, no hurry, no desire, no trust.”

Slegs as die bemarkings- en verkoop-funksies saamwerk, kan hierdie hindernisse uit die weg geruim word.

Hulpmiddels wat jy dadelik kan benut

Sanlam stel twee gratis hulpmiddels tot jou beskikking wat van ons webtuiste afgelaai kan word om jou met die beplanningsproses te help.

- ④ Die “[Business Plan Book](#)” in Engels en Zoeloe
- ④ Die “[Business Turnaround Book](#)” in Engels
- ④ Die “[Your Annual Business Game Plan for Success](#)” in Engels

Tegnologie kan 'n besigheid aktiveer



Bhekisisa Kunene
Mindtrix Media

“Die eerste reël van enige tegnologie wat in 'n besigheid gebruik word, is dat outomatisering wat op 'n doeltreffende bedryfsaktiwiteit toegepas word, die doeltreffendheid sal verhoog. Die tweede is dat outomatisering wat op 'n ondoeltreffende bedryfsaktiwiteit toegepas word, die ondoeltreffendheid sal verhoog.”

(Bill Gates - vry vertaal)

Artikel geskryf deur
Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam
Besigheidsmark



01 Bepaal jou behoeftes

Dit is goeie praktyk om met die einddoel in gedagte te begin. Dit beteken dat jy die besigheidsuitkomst wat jy wil bereik, verstaan. Jy kan dan bepaal watter tegnologie-toepassing jou in die bereik van die besigheidsnoodsaaklikheid sal ondersteun.

Byvoorbeeld:

- ① Jy wil kliënte-inligting bewaar: MS Excel is dalk nou voldoende, maar 'n meer robuuste KVB-stelsel ('CRM') is dalk die uiteindelijke oplossing.
- ② Jy ervaar voorraadverliese: Elektroniese voorraadbeheer sal jou in beheer stel van voorraadvlakke en die beweging van voorraad in en uit jou besigheid.
- ③ Jy wil 'n weeklikse artikel/nuusbrief uitgee: Afhangende van die betrokke volumes en die grafika wat vir die artikel of nuusbrief benodig word, kan jy MS Word, of MS Publisher gebruik, of die inligting in HTML pasmaak (benodig programmeringsvaardighede).

02 Doen voorraadopname van waaroor jy reeds beskik

Is jy op die hoogte van die programmatuur- en hardewaretoepassings wat in jou besigheid gebruik word? Ek het al gesien hoe toerusting ongebruik in besighede rondstaan. Dit is selfs erger met programmatuur. Verskillende weergawes van gestandaardiseerde programmatuurtoepassings word in dieselfde besigheid gebruik. As 'n mens weet of tegnologie funksioneel en versoenbaar is, kan baie uitdagings wat tot ondoeltreffendheid lei, uitgeskakel word.

Ken jy die gebruik van elke stuk tegnologie in jou besigheid? (Bv. leidraadbestuur, finansiële verslagdoening en aftekening, MH-administrasie, veilige bewaring van inligting).

03 Wat is beskikbaar?

Daar is oneindig baie oplossings vir tegnologiese verbetering en vordering beskikbaar. As jy nie tegnologie aangelê is nie, stel ek voor dat jy so 'n persoon identifiseer. Betaal aan hom/haar 'n konsultasiefooi, indien nodig. Dit is belangrik om daarop te let dat jy nog steeds die besigheidsuitkomst wat jy met die toepassing van tegnologie wil bereik, moet verbaliseer. Dit is nie produktief om hierdie verantwoordelikheid aan iemand anders te deleger nie.

04 Die koste van eienaarskap

Soms hoef 'n mens nie programmatuur, of selfs hardewarekomponente, te besit nie.

'n Lisensiëringsreg, huurooreenkoms, of 'betaal-soos-jy-gaan'-aanwending is dalk die regte opsie vir jou. So hoef jy slegs vir gebruik te betaal, en het jy altyd toegang tot die jongste weergawe, of ontwikkeling.

Indien die toepassing baie uniek of noodsaaklik vir jou besigheid is, maak dit sin om te oorweeg om dit intern te ontwikkel, of eienaarskap te verseker deur 'n "eie" kopie daarvan aan te koop. Hou in gedagte dat die oortolligheidsiklus van tegnologie maar kort is. Die meeste tegnologiese toepassings en toerusting het min of geen tweedehandse waarde (nie).

Ek sluit af met nog 'n aanhaling deur die alomteenwoordige Bill Gates:

“Inligtingstegnologie en besigheid raak al hoe meer onlosmaakbaar verweef. Ek dink nie enigiemand kan betekenisvol oor die een praat sonder om ook oor die ander te praat nie.”

(Vry vertaal)

Besigheidseienaar?

Het jy borg geteken vir besigheidskuld?

Gelisensieerde Verskaffer van Finansiële Dienste

VIND UIT HOE OM DIE RISIKO TE VERMINDER



Glynn Mashonga
Globescope Security Solutions

Waarheen is my besigheid op pad?

As besigheidseienaars is ons baiekeer so besig in ons besigheid dat ons nalaat om aan ons besighede te werk. Ons streef die volgende transaksie na, hanteer 'n ontevrede kliënt, onderhandel terme met 'n verskaffer, of sukkel om die kontantvloei te laat klop.

Ek het oor die jare geleer dat 'n mens genoegsame tyd moet maak om oor jou besigheid se huidige resultate en waarheen jy op pad is, te besin. Benjamin Franklin was een van die grondleggers van die Verenigde State. Franklin, 'n gerekende veelweter, asook 'n vooraanstaande skrywer, drukker, politieke teoretikus, politikus, posmeester, wetenskaplike, uitvinder, burgerlike aktivis, staatsman en diplomaat, het eens gesê dat,

As jy 'versuim om te beplan, jy beplan om te faal'

(vry vertaal).

In die idioom van ons tyd, benodig ons die "GPS"-koördinate om die rigting van toekomstige aksie aan te wys.



Daar is drie elemente wat aandag benodig:

01

Die Visie van my besigheid

'n Produktiewe metode wat ek gebruik om my hiermee te help, is om te vra: "Binne die volgende vyf jaar sal (jou besigheid se naam) (verwoord wat jy wil bereik/behaal).

Hier is 'n voorbeeld van 'n visie wat die beginsels gebruik: **"Binne die volgende vyf jaar sal ABC Solar die leidende verskaffer van eko-vriendelike energie-oplossings vir huishoudings in Suid-Afrika wees."**

Onthou om jou "nuwe" visie teen die bestaande een te evalueer.

02

Die Missie van my besigheid

- 'n missie behoort die volgende vrae te beantwoord:

- ① Wie is ons?
- ① Wat doen ons?
- ① Hoe doen ons dit?
- ① Vir wie doen ons dit?
- ① Pas dit in by die visie van my besigheid?

Hier is 'n voorbeeld wat by die visie-voorbeeld hierbo aansluit: **"By ABC Solar installeer ons eko-vriendelike energie-oplossings wat in pas is met die individueel-vasgestelde energiebehoeftes van ons residensiële kliënte en wat aan die algemeen aanvaarde ISO-standaarde voldoen."**

03

Die doelwitte vir my besigheid

Vir my is doelwitte die boublokke van sukses.

Dit klink gewigtig, maar die samestelling van doelwitte is eenvoudig indien die "SMART"-beginsels toegepas word. Ek verduidelik dit in Engels:

- ① **S**pecific – right to the point
- ① **M**easurable – nothing audacious
- ① **A**ppropriate – needs to "speak" to the specific role
- ① **R**esult or process goal – a "result-related" goal points to an end goal and a "process" goal to a continuous event – see examples of goals
- ① **T**ime framed – has an end date by which the achievement should be reached
- ① Start with a verb – action orientated

Voorbeelde van doelwitte:

- ① Realiseer 'n wins van R2,5 miljoen teen / / (resultaatdoelwit)
- ① Ontwikkel 2 nuwe produksionele lyne teen / / (resultaatdoelwit)
- ① Vestig 'n nuwe distribusiekanaal teen / / (resultaatdoelwit)
- ① Identifiseer 1 nuwe wyse per maand om my waarde-aanbod te bemark en te verkoop (prosesdoelwit)
- ① Doen 'n maandelikse kliëntediens-evaluasie (prosesdoelwit)
- ① Identifiseer 2 nuwe kliënte teen / / (resultaatdoelwit)

Nota: Maak seker daar is doelwitte vir alle besigheidsareas geskep.

"Ek kan nie die windrigting verander nie, maar ek kan my seile anders span, sodat ek altyd my bestemming haal."

(Vry vertaal) (Jimmy Dean – Amerikaanse sakeman)

Is jy 'n besigheidseienaar? 5 redes waarom jy 'n uittree-annuïteit behoort te oorweeg.

Gelisensieerde Verskaffer van Finansiële Dienste

VIND MEER UIT

5

Besigheidsevaluasie kan tot besigheids-optimalisering lei

Artikel geskryf deur Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam Besigheidsmark



Kirsty Rowett
Source Food Concept Pty Ltd

”Uitnemende firmas glo nie aan uitnemendheid nie – slegs aan voortgesette verbetering en deurlopende verandering.”

(Tom Peters – vry vertaal)

Daar is 'n saak voor uit te maak om tyd beskikbaar te stel vir die ondersoek, evaluasie en nadenke oor sommige van die kritieke elemente wat die sukses van ons besighede raak.

In hierdie artikel neem ek (1) Dienservaring, (2) Besigheidspersoneel, (3) Ons Mense en (4) Die Beeld van my Besigheid onder die loep.



01

Dienservaring

Hierdie onderwerp bly maar 'n doring in my vlees; dalk omdat die algemene gevoel onder Suid-Afrikaanse verbruikers is dat hierdie gebied die een is waaraan die meeste besighede te kortskiet.

Hier volg 'n aantal riglyne om in die standaardstelling vir die dienservaring van ons besighede te gebruik:

① Bekom 'n eksterne mening

Dit kan gedoen word deur, onder andere, 'n **geheime kliënt** te kry om die diens- en ondersteuningsvlakke wat deur jou personeel gebied word, te evalueer.

'n **Terugvoerfasiliteit by die punt van verkope** kan ook oorweeg word. Stel 'n kort vraelys (3 tot 4 vrae) op, maak afskrifte en stel dit by jou dienspunte beskikbaar. Vra die toonbankassistent om elke kliënt wat deur hulle bedien word, te vra om die vorm in te vul en die ingevulde vorm in 'n verseëlde houer te plaas. Nog 'n moontlikheid is om soortgelyke **telefoniese terugvoer** te bekom van kliënte met aankope bo'n sekere bedrag en waarvan die kontakbesonderhede beskikbaar is.

Dit is die moeite werd om **'n ogie oor jou grootste mededingers te hou** – gebruik inligting in die openbare domein (webtuiste, brosjures, gebeure, verkoops persone, artikels in die media). Leer by hulle en berei ook 'n teenaanbod voor om hulle waarde-aanbod op die mark uit te daag.

Die laaste riglyn is eenvoudig, maar vir sommige besigheidseienaars moeilik om te implementeer – **raak direk by jou kliënte betrokke** op jou besigheidspersoneel, of telefonies, om hulle terugvoer oor en ervaring van die diensvlakke in jou besigheid vas te stel.

② Wat is jou minimum verwagtinge van:

- die aantal kere wat die telefoon mag lui voor dit beantwoord word?
- hoe kliënte gegroet moet word (in persoon en telefonies)?
- die kleredrag van jou personeel?
- die mate van diskresie wat by die punt van verkope vir besluitneming toegelaat word (bv. om vir 'n slegte ervaring van 'n kliënt te vergoed)?
- vereiste dienslewering met betrekking tot die kontraktering van diensvlakke met personeel, diensooreenkomstige vergoeding en hoe substandaard diensvlakke aangespreek word?

③ Hoe maak jy seker dat daar aan die diensstandaarde en diensvlaksooreenkomste (DVO's) voldoen word met betrekking tot al die kontakpunte van die besigheid (telefoon, webtuiste, faks, e-pos en sosiale media)?

Gebruik die waardevolle insigte van jou kliënte om hulle algehele ervaring van jou besigheid te verbeter.

02

Kyk noulettend na jou besigheidspersoneel

Wat is die huidige **eienaarskapstatus** van jou besigheidspersoneel? Weeg die sinvolheid van 'n huur-ooreenkoms op teen die besit van die personeel.

Ondersteun die **ligging van die besigheid** die vereiste vir verbruikersverkeer ("voete by die deur")?

Kyk ook of jou **besigheidspersoneel opknop nodig het**, heroorweeg die uitleg van die besigheid, en oorweeg of jy oor **voldoende ruimte vir uitbreiding** van die besigheid beskik, asook die **toestand van die besigheid se reklameborde**. **Personeelterugvoer** kan as maatstaf gebruik word en, as jy hulle voorgestelde veranderinge kan akkommodeer, help dit ook om die moraal te lig.

03

Ons Mense

Oorweeg die evaluasie van die volgende elemente:

- ① Is my betalingspraktyke in lyn met markttendense? Betaal ek my personeel wat hulle werklik werd is?
- ② Is die regte mense vir elke taak (bestuurs- en bedryfspersoneel) in die besigheid aangestel? Beskik hulle oor al die nodige vaardighede?
- ③ Is daar skriftelike aanstellings- en diensvlakkontrakte vir elke personeellid in plek?
- ④ Hoe lyk my personeelomset? As dit nie met markttendense in pas is nie, moet ek uitvind hoekom en dit diensooreenkomstig aanspreek.
- ⑤ Is daar 'vrot appels' in my besigheid en hoe spreek ek dit billik en doeltreffend aan?

04

Die Beeld van my Besigheid

Daar is sekere elemente van higiëne in ons besighede wat soms harder as ons fisiese teenwoordigheid praat. Maak seker dat hierdie elemente in plek is en goed onderhou word.

- ① Hoe 'lyk en voel' die buitekant van ons besighede, met betrekking tot die verf, die netheid van ons parkeergebied, die sindelikhed van ons personeel, die beligting van die gebou en die omliggende area, hoe duidelik die ingang gemerk is en hoe verwelkomend die ontvangsgebied vir gaste en kliënte is?
- ② As ek oor voertuie beskik, hoe duidelik en netjies is die sierverfwerk ("branding") op die voertuie en hoe skoon is die voertuie?
- ③ Gebruik ek handelsmerkskryfbehoeftes en is dit op datum en hou dit tred met huidige tendense?

Artikel geskryf deur Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam Besigheidsmark

Dillan Jearey
Kilowatt Audio Visual

Hoe om jou besigheid te laat vorder

“If you are working on something exciting that you really care about, you don’t have to be pushed. The vision pulls you”.

— Steve Jobs



Die uitgangspunt van hierdie artikel is dat jy reeds 'n bemagtigende visie en baie duidelike missiestelling vir jou besigheid ontwikkel het. (Indien nie, lees [hierdie artikel](#))

Met hierdie strategiese elemente reeds in plek, fokus ons nou op die huidige werklikheid van die elemente wat almal op die verwerking van die strategiese doelwitte van die besigheid inspeel.

- ④ **My besigheid se finansiële posisie:**
Hoe groot is die gaping tussen die huidige finansiële aanduiders (omset, wins en kostes) en die finansiële groei-doelwitte van my besigheid?
- ④ **Teikenmark:**
Het ons 'n duidelik-omskrewe teikenmark? Weet ons hoeveel van hierdie kliënte ons op ons boeke nodig het en wat die verkoopswaarde per kliënt moet wees om ons finansiële doelwitte te bereik?
- ④ **Waarde aanbod:**
Voldoen ons produk- en diensaanbod aan die behoeftes en vereistes van ons teikenmark?
- ④ **Werknemers:**
Is ons werknemers volledig vaardig en in staat om ons kliënte te diens?
- ④ **Dienslewering:**
Is daar 'n kultuur van diensuitnemendheid in die 'DNA' van my besigheid gevestig? Lei ek aan die voorpunt? Het ek bewyse hiervan?
- ④ **Mededingers:**
Ken ek my mededingers goed genoeg om 'n teenaanbod vir hulle aanbiedinge in die markplek te kan maak?
- ④ **IT**
Is my IT-infrastruktuur optimaal vir die ondersteuning van die uitvoering van my besigheidstrategie?
- ④ **Netwerke:**
Gebruik ons die toegang wat ons betroubare en gevestigde besighedsnetwerke ons tot moontlike kliënte kan verleen?
- ④ **Gemeenskap:**
Gee ons terug aan die gemeenskap waardeur ons besigheid ondersteun word?

Nota: Hierdie lys is geensins volledig nie, maar slegs 'n hupstootjie in die regte rigting.

Die ontwikkeling van 'n aksieplan om die gapings wat in bogenoemde besigheids-elemente geïdentifiseer is, te oorbrug:

- 01 Evalueer elkeen van die elemente op die lys en identifiseer prestasiegapings en verspeelde geleenthede (stel dit op skrif).
- 02 Prioritiseer die lys (kies die 'vrugte wat laag hang' en die elemente wat die belangrikste vir jou besigheid is).
- 03 Stel teikens/doelwitte per geprioritiseerde element.
- 04 Wys hulpbronne (mense, tyd, fondse) toe om lewering te verseker.
- 04 Stel in werking.
- 06 Evalueer vordering.
- 07 Verstel fokus waar nodig.
- 08 Hou aan monitor tot volledig in werking gestel.
- 09 Kwantifiseer die uitkoms en stel die bydrae tot oorhoofse teikens en doelwitte vas.

Mag hierdie riglyne jou tot aksie oorhaal en jou help om nader aan jou omskrewe doelwitte en teikens te kom, en sodoende die visie en missie van jou besigheid te verwerklik.

*Artikel geskryf deur Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam Besigheidsmark*

Richard Marshall
Nox Rentals

Waarom finansiële state selfs vir besigheidseienaars sonder baie kennis van boekhouding belangrik is



Baie besigheidseienaars bestuur hulle besighede se finansies deur middel van hulle bankrekening. Dit is 'n riskante praktyk, aangesien die bankrekening nie die werklike kontantvloeistatus van die besigheid weergee nie.

Hier is 4 aksies wat jy vir toepassing in jou besigheid kan oorweeg:

01

Beheer jou kontantvloei deur die bestuursrekeninge van die afgelope 12 maande te hersien

Soek na tendense wat die kontantvloei onder druk gesit het. Probeer vasstel wat die redes vir die kontantvloei-probleem was. Sal hierdie gebeure waarskynlik in die volgende 12 maande herhaal word? Wat kan jy dan doen om proaktief oorbruggings-kontant vir hierdie gebeure te beplan?

02

Voorspel die kontantvloei

Vra jou rekenmeester of boekhouer as jy nie alreeds oor 'n kontantvloei-vooruitskatting (12 tot 18 maande) vir jou besigheid beskik nie. 'n Kontantvloei-vooruitskatting kan jou help om meer ingeligte besluite oor elemente soos die aanstel van personeel, die verandering van pryse, tender vir 'n groot kontrak, of verandering van perseel of verskaffers, te neem. Dit help jou ook om daardie verskaffers wat jou kontantvloei aan die gang hou, te identifiseer. Sodra jy weet wie hulle is, kan jy daaraan werk om die verhouding met hulle vaster te knoop, wat meer sekerheid tot gevolg sal hê. Dit kan jou ook help om kontantvloei-uitdagings proaktief te identifiseer en deur middel van finansiering, of planne om 'n sterker kontantvloei oor die betrokke tydperk te bewerkstellig, die kontantvloei-gaping te oorbrug. Begrip vir die gevolge van net sommige van die hoof probleme wat kan voorkom, kan die impak wat dit op jou besigheid sal hê, beduidend verklein. Voorkennis maak voorsorg!

03

Skaal af

Die kontantvloei-vooruitskatting kan help om daardie gebiede in jou besigheid waar uitgawes afgeskaal kan word, te identifiseer. Met enige koste kan jy besluit om "dit te hou, te verlaag of uit te skakel". Elke rand wat gespaar word, is nog een rand wat tot 'n positiewe kontantvloei kan bydra.

04

Kry meer kontant in deur die volgende opsies te oorweeg

- ④ Bied kontantafslag eerder as afbetalingsterme aan kliënte – kry die geld so gou as moontlik in jou bankrekening.
- ④ Verkoop oortollige voorraad – hou die voorraadvlakke optimaal.
- ④ Hou 'n uitverkoop en fokus op kontantverkope.
- ④ Verkoop oorbodige bates – dalk 'n stuk toerusting wat reeds vervang is, of aan die einde van sy nut gekom het.
- ④ Maak jou debiteureboek kleiner – debiteure-verdiskontering kan oorweeg word om kontant in die debiteureboek los te maak.
- ④ Maak seker dat jou hoeveelheid personeel met die vereistes van die werkslading ooreenstem – niemand wil graag personeel inkort nie, maar binne die groter prentjie kan dit dalk die stap wees wat die besigheid van ondergang red.

“When it comes to money, ignorance is NOT bliss. What you don't know CAN hurt you.”

Sandra S. Simmons (Author)

Besigheidseienaar, is jou besigheid finansiële fiks? Kry jou gratis Finansiële Fiksheids-analise hier.

Gelisensieerde Verskaffer van Finansiële Dienste

VIND MEER UIT



Is jou besigheid se kontinuïteit beskerm om 'n krisis te deurstaan?

Artikel geskryf deur Jannie Rossouw,
Hoof: Sanlam Besigheidsmark

www.exquistestationery.co.za



Shariefa Osman
Exquisite Stationery and Print

www.businessdirectory.co.za definieer 'n krisis as:

“'n Kritieke gebeurtenis of besluitnemingspunt wat, indien dit nie toepaslik gehanteer word nie (of geensins gehanteer word nie) tot 'n ramp of katastrofe kan lei.”

(Vry vertaal)



Finansiële uitdagings in 'n besigheid kan vele vorme aanneem. Dink maar aan:

- ① 'n groot kontrak wat uit die niet gekanselleer word.
- ① 'n debiteureboek wat swak bestuur word en oninbare skulde wat die hoogte inskiet.
- ① 'n noodsaaklike masjien in jou vervaardigingsproses wat breek.
- ① 'n natuurramp wat jou besigheidspersoneel beskadig of verwoes.
- ① die dood of ongeskiktheid van 'n besigheidsvennoot.

Met hierdie artikel gaan ek fokus op die impak van jou, of 'n besigheidsvennoot (indien van toepassing), se dood op jou besigheid en jou persoonlike boedel.

Daar is 3 kern finansiëlebeplanningsrisiko's wat elke besigheidspersoon behoort aan te spreek:

- 01** Die uitneem van lewensversekering om **besigheidskuld waarvoor jy in jou persoonlike hoedanigheid borg geteken** het, te verseker.
- 02** Om seker te maak dat die besigheid jou debietleningsrekening (d.w.s. jou kapitaal- en tydsinset in die besigheid) in die geval van jou dood/ongeskiktheid kan uitbetaal.
- 03** Die beskerming van jou aandeelhouing in die besigheid deur middel van 'n **koop-en-verkoop-ooreenkoms en gepaardgaande lewensversekering** in die geval van die dood/ongeskiktheid van een of meer aandeelhouders.

Indien hierdie 3 elemente nie na behore aangespreek word nie, is die impak as volg:

Alligance Risk Type Classification

Risiko	Onderwerp van die risiko	Risiko van toepassing op betrokke eienaar/persoon	Die ander eienaars	Besigheid	Oplossing
ARTCTM 1 Blootstelling aan Derde-party-krediteure	Borgstelling wat die eienaar namens die besigheid teken.	Die krediteur kan die borgstellingsbedrag opvra, wat die eienaar se boedel sal blootstel.	Indien borgstelling teen die bestorwe boedel afgedwing word, sal dit 'n eis teen die besigheid tot gevolg hê en uiteindelik die befondsingsstruktuur van die besigheid beïnvloed.	Die langtermyn- en korttermyn-befondsingsstruktuur kan blootgestel wees. Derde-party-krediteure kan finansiering onttrek of die koste daarvan verhoog.	Hierdie risiko kan deur 'n gebeurlikheids-aanspreeklikheid-oplossing gedek word.
ARTCTM 2 Onverhaalde Kapitaal	Die kapitaal, tyd en kundigheid wat in die besigheid belê word, is die onderwerp van die risiko.	Die leningsrekening sal miskien nooit verhaal kan word nie.	Die risiko dat 'n groot kapitaalbedrag verkry moet word om die leningsrekening terug te betaal.	Die kapitaalstruktuur van die besigheid is blootgestel. Die risiko dat kapitaal nie vervang kan word nie. Die besigheid kan gedagvaar word vir die leningsrekening.	Die risiko kan deur 'n leningsrekening-oplossing gedek word.
ARTCTM 3 Onge-realiseerde Kapitaal (Welvaart)	Die ekwiteit in die besigheid is die onderwerp van die risiko.	Die risiko dat die ekwiteit in die besigheid miskien nooit verkoop sal word nie.	Die risiko dat befondsing verkry moet word om aandeel te koop of vennote van buite te hanteer.	Die risiko dat vennote van buite die toekomstige bestuur van die besigheid negatief kan beïnvloed.	Hierdie risiko kan deur 'n koop-en-verkoop-oplossing gedek word.

My advies: Verkry die advies van 'n geakkrediteerde finansiële adviseur indien jy onseker is of hierdie finansiëlebeplanningsrisiko's na behore in jou besigheid aangespreek is.

Jy werk hard om jou besigheid suksesvol te bedryf. Maak dit jou prioriteit om hierdie bate van jou en so ook die werk van jou hande te beskerm.



Strand Straat 2, Bellville 7530 | Posbus 1, Sanlamhof 7532, Suid-Afrika

Sanlam Lewensversekering Beperk Reg.no. 1998/021121/06.
Gelisensieerde verskaffer van finansiële dienste en kredietverskaffer (NCRCP43).

T 0860 100 539
F +27 (0)21 947 5255
E sme@sanlam.co.za

www.sanlamsme.co.za

