

Focus

“Gelukszoekers zonder geld, die niet weten wat ze willen”. Er heerst scepsis bij verkopers en hun adviseurs over de MBI-kandidaat. Waar ligt dat toch aan?

In de huidige markt zijn er veel managers in loondienst die zich via internet direct als ‘serieuze’ koper van een bedrijf opwerpen. Gewapend met een algemeen profiel, u wilt immers niets uitsluiten, wordt de zoektocht naar het over te nemen pareltje via internet en intermediairs ingezet.

Als u met onvoldoende focus de overnamemarkt betreedt, is de kans groot dat uw zoektocht naar een onderneming op een teleurstelling uitloopt. Veel bedrijven passen in uw algemene profiel. Een voordeel denkt u, maar geen enkel bedrijf past ècht goed. Inderdaad, u weet wel wat u niet zoekt. Maar hoe ziet dat ideale bedrijf er dan wel uit? Keuzes maken wordt lastig, omdat een juiste kwalitatieve toetsing ontbreekt. U weet niet langs welke lat u de bedrijven moet leggen. Bovendien weten verkopers en hun adviseurs niet goed wat u zoekt en zullen zij zich niet aangesproken voelen tot uw profiel: u bent de 13^e in het dozijn.

Focus is de basis van ieder MBI-traject. Focus levert u een efficiënt en effectief zoektraject op en gaat veel verder dan alleen de branche en regio benoemen. Een goed gefocuste MBI-er heeft een visie ontwikkeld op de doelmarkt en weet vooral aan welke typering zijn bedrijf moet voldoen. Hij kent zijn toegevoegde waarde als ondernemer en weet in welke omgeving hij excelleert. Het in kaart brengen van die essentiële typering levert een gericht zoekprofiel op dat vaak branche overschrijdend is. Door op die manier te focussen vergroot u dus juist uw overnamemogelijkheden.

Een duidelijke focus biedt de MBI-er richting en een onderscheidend profiel. Daardoor komt hij bij de verkoper en zijn adviseur als een potentiële opvolger in beeld. Uiteraard, er is meer voor nodig om hen ervan te overtuigen dat u op alle gebieden een serieus te nemen partij bent. Maar zonder focus is het verloren tijd om u daar druk over te maken. U zult dan in veel gevallen niet eens bij de verkoper aan tafel worden uitgenodigd!

Anne Huitema
Managing Partner BuyInside