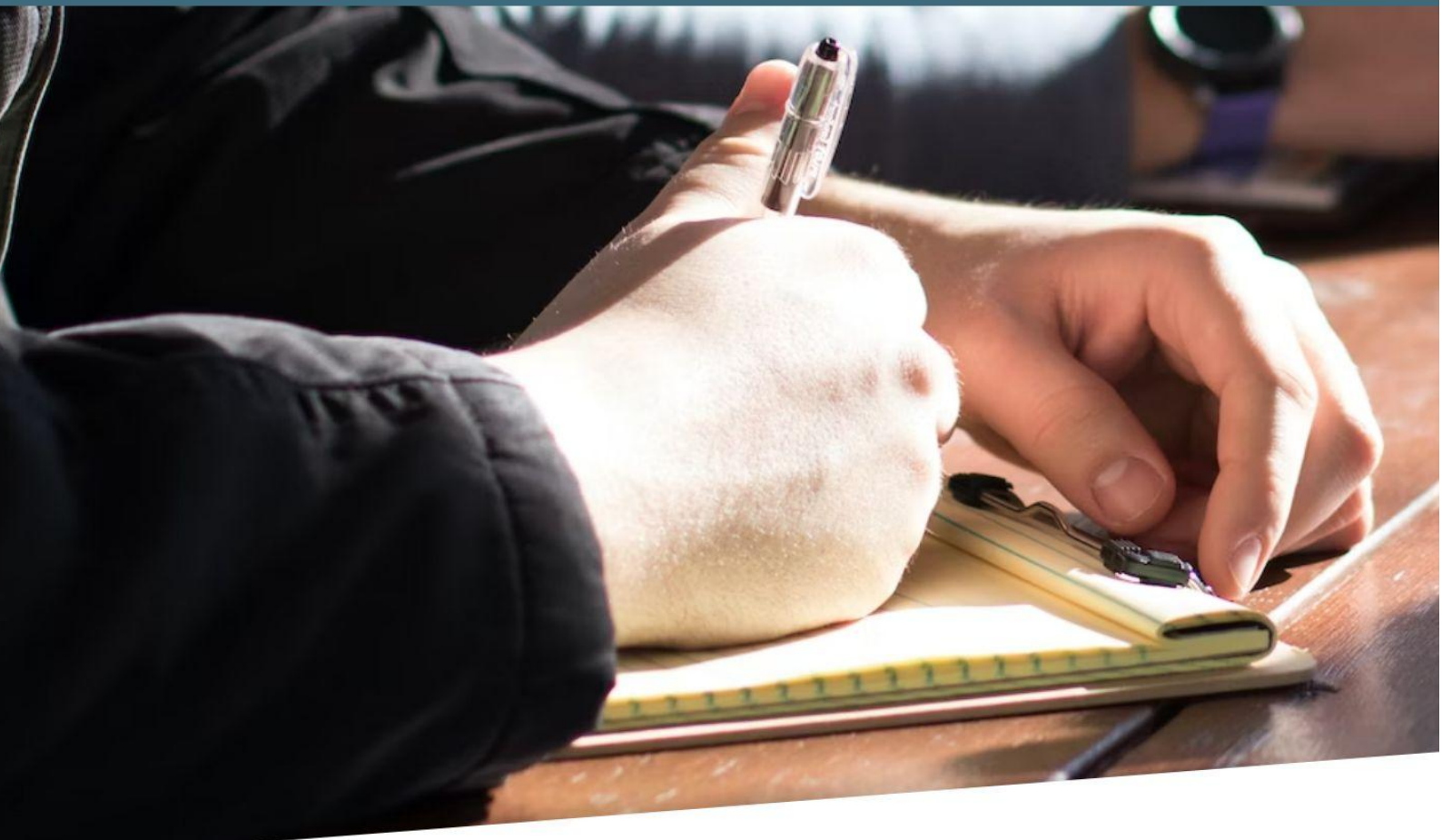




INSIGHT

Inzicht in reden en timing, wat wil je écht?
De onderschatte eerste stap in het verkoopproces



Claassen, Moolenbeek & Partners

Strategie – Overname – Financiering

INLEIDING

De aanleiding om je bedrijf te verkopen, is zelden puur financieel. Achter iedere verkoop zitten emoties, zorgen en verlangens die zwaarder kunnen wegen dan de cijfers. Juist daarom is de eerste stap in het verkoopproces cruciaal: het scherp krijgen van je échte motieven, wensen en twijfels. Niet met een spreadsheet, maar in een persoonlijk gesprek. Bij Claassen, Moolenbeek & Partners begeleiden we al ruim 40 jaar MKB-ondernemers in dit proces. En na honderden bedrijfsverkoppen weten we: hoe beter de start, hoe sterker de uitkomst. In deze insight geven we vijf waardevolle inzichten over de onderschatte eerste stap in het verkoopproces.

1. EERST VERTRAGEN OM LATER MET FOCUS TE KUNNEN VERSNELLEN

Veel ondernemers beginnen hun verkooptraject met een gevoel van urgentie. Maar haast en helderheid gaan zelden samen. Juist in deze eerste fase is vertragen essentieel: om overzicht te krijgen, prioriteiten te bepalen en emotionele drijfveren onder woorden te brengen. Want als je niet scherp hebt waarom je wilt verkopen, weet je ook niet wat je moet bewaken in het proces.

Bij CM&P starten we daarom met een verdiepend gesprek, waarin geen spreadsheet op tafel komt, maar wel vragen als: Wat wil je achterlaten? Wat hoop je te winnen? En wat wil je absoluut voorkomen? Die antwoorden vormen het kompas voor het hele traject. Wie deze stap serieus neemt, kan daarna sneller en gericht schakelen — in lijn met zijn eigen koers.

2. ALLE KAARTEN MOETEN OP TAFEL — OOK DE PERSOONLIJKE

Een goede bedrijfsoverdracht draait om vertrouwen. En vertrouwen begint bij openheid — niet over cijfers, maar over twijfels, zorgen en verwachtingen. In het eerste gesprek gaat het daarom niet om de waardering of de juridische structuur, maar om jou. Wat houdt je nog tegen? Wat wil je nalaten? En hoe zie je je eigen rol na de overdracht?

Onze adviseurs, vaak zelf oud-ondernemers, begrijpen hoe moeilijk het kan zijn om die persoonlijke vragen hardop te beantwoorden. Maar ze weten ook: wie in het begin ruimte geeft aan emoties en dilemma's, voorkomt latere ruis. Onuitgesproken zorgen komen anders tóch naar boven — vaak op het moment dat het je onderhandelingspositie verzwakt.

Door vanaf het begin alle kaarten op tafel te leggen, ontstaat rust en richting. En die basis is goud waard in een proces waarin uiteindelijk alles draait om wederzijds vertrouwen.

3. SOMS IS UITSTEL DE BESTE STRATEGIE

De wens om je bedrijf te verkopen komt vaak voort uit een gevoel van onrust of urgentie. Maar niet elk moment is het juiste moment. Tijdens het eerste gesprek merken we soms dat er nog

te veel vragen openstaan — over de organisatie, over overdraagbaarheid, of over de rol die de ondernemer zelf nog wil blijven spelen. In zulke gevallen is uitstel geen afstel, maar een strategische keuze.

De kunst is om dit niet te zien als een terugtrekkende beweging, maar als een manier om regie te houden. Juist door even pas op de plaats te maken, ontstaat ruimte om knelpunten aan te pakken of te onderzoeken wat je nodig hebt om het wél los te kunnen laten.

Een voorbeeld: Peter, eigenaar van een transportbedrijf, wilde zijn bedrijf verkopen, maar maakte zich zorgen over zijn medewerkers. In het gesprek met CM&P werd duidelijk dat zijn twijfels terecht waren. Hij besloot eerst te werken aan een overdrachtsplan mét behoud van zijn mensen. Dat gaf hem rust — en het maakte zijn bedrijf aantoonbaar aantrekkelijker voor de juiste koper.

4. WIE GEEN KOERS BEPAALT, WORDT GELEID DOOR DE OMSTANDIGHEDEN

In een verkooptraject is helderheid over je koers essentieel. Ondernemers die vanaf het begin scherp hebben wat ze willen, kunnen veel gerichter toewerken naar een succesvolle overdracht. Maar wie die voorbereiding overslaat, komt onderweg bijna altijd obstakels tegen: een koper die niet past, een bod dat niet klopt, of een onderhandeling die spaak loopt omdat de uitgangspunten nooit helder waren.

Bij CM&P begint het traject daarom met het stellen van de vragen die er écht toe doen. Wat zijn je ondergrenzen? Wat wil je beschermen? En waarin ben je bereid concessies te doen? Door die uitgangspunten vroeg te benoemen, voorkom je dat ze later alsnog eenzijdig worden ingevuld — door de markt, de koper of de omstandigheden.

Een duidelijke koers in de beginfase is geen luxe, maar een voorwaarde voor regie. Het stelt je in staat om sneller te schakelen, scherper te selecteren en beter te onderhandelen. Omdat je weet waar je voor staat — en wat je wél en niet wilt loslaten.

5. EMOTIONELE VOORBEREIDING IS ESSENTIEEL VOOR EEN SUCCESVOLLE OVERDRACHT

Veel ondernemers richten zich bij de voorbereiding van een bedrijfsoverdracht vooral op financiële en juridische aspecten. Ze onderschatten hoe lastig het kan zijn om hun eigen bedrijf écht los te laten.

In de afgelopen veertig jaar hebben we regelmatig ondernemers gezien die overvallen werden door onverwachte gevoelens van verlies, twijfel en spijt. Wie er niet op voorbereid is dat deze gevoelens er nu eenmaal bij horen, kan onbedoeld het verkoopproces belemmeren. Bijvoorbeeld door beslissingen uit te stellen of zich zelfs terug te trekken uit onderhandelingen.

Daarom nemen we de tijd voor reflectie en het bespreken van persoonlijke zorgen en verwachtingen. Zo helpen we ondernemers niet alleen bij de zakelijke, maar ook bij de emotionele voorbereiding op de overdracht.

6. CONCLUSIE

Een succesvolle bedrijfsoverdracht begint niet bij de waardering, maar bij de waarom-vraag. Wat wil je echt? Wanneer? En onder welke voorwaarden? Bij CM&P geloven we dat alleen een verkoop die écht past, ook echt slaagt. Daarom nemen we deze eerste stap — met alle ruimte voor reflectie — net zo serieus als de deal zelf.