
PASCAL WUILLAUME

CEO VAN ALLE MARKTEN THUIS

4X4 PRINCIPES OM IN ALLE SECTOREN
OVERAL TER WERELD TE SLAGEN

Inhoud

Thema 1. MIJN PERSOONLIJKE EN MENSELIJKE ERVARING	17
<hr/>	
1. Weg uit het vaderland	19
<hr/>	
Waarom moet je nog vóór je dertigste de juiste onderneming kiezen?	19
In welk opzicht maken prestaties het verschil?	20
Hoe breek je uit je cocon?	20
Wat wil je echt bereiken in het leven?	21
Hoe zal je baas reageren?	21
Welke attitudes en talenten zijn gewenst?	22
En het gezin?	23
Welke ingesteldheid om de grote stap te zetten?	24
Hoe vertrek uit het vaderland verzoenen met het gezinsleven?	25
Wat zijn de voordelen van vertrek uit het vaderland?	25
Wat moet je doen om niet in de vergeethoek te raken?	26
Wat zijn de voor- en nadelen van de tijdzones?	27
Hoe je vermogen beheren vanuit het buitenland?	28
Hoe je terugkeer organiseren?	29
2. Studies en voortgezette vorming	31
<hr/>	
Het belang van de studies	31
Keuze van de hogere studies	31
Mijn eerste conclusies	32
Het juiste moment om een MBA te behalen	35
Executive MBA	35
Voortgezette vorming	37
Opleiding binnen het bedrijf	38
High potential-kaderleden	38

3. Jezelf kennen en met de anderen vooruitgaan	41
Op ontwikkeling gerichte ingesteldheid	41
Zelfkennis en zelfrespect	43
Oordeel over anderen	44
Overtuigingen die we van onze ouders erven	45
Houding tegenover gezag	47
De lokroep van dromen	47
Belang van de mentor	48
Tegenslagen	50
Mijn seminars in Duitsland	50
Projectie	51
Zielsgroepen	51
Mijn prioriteiten in het leven	52
Stressmanagement	53
Kwetsbaarheid	54
Hulp vragen	54
De grootte van de CEO	55
4. Mijn relaties in vier werelden	57
Bedrijf	57
Netwerk	62
Hoe bouw je een netwerk op?	62
Opleiding	65
Partnership	67
Thema 2. HET BEDRIJFSLEVEN	71
1. Matching met mijn teams	73
Hoe je nieuwe medewerkers kiezen?	73
Hoe jezelf doen gelden als je als nieuwe CEO in een bestaand directie- team terechtkomt?	74
Hoe zorg ik ervoor dat de teamleden elkaar aanvaarden?	75

Hoe zorg je ervoor dat je team gediversifieerd is?	76
Hoe beheer je het tempo van een directiecomité?	79
Hoe de waarden van de onderneming uitdragen?	80
Mannen en vrouwen in de onderneming	81
Hoe een ernstige crisis in de onderneming aanpakken?	83
Hoe je teams helpen om zichzelf te overtreffen?	85
Hoe delegeren?	86
Welke onderliggende redenen bemoeilijken de relaties en hoe moet ik die begrijpen?	88
2. Hulpmiddelen om leiderschap te beoordelen	91
De drie kenmerken van een goed leider	91
De verschillen tussen een leider en een manager	93
Persoonlijkheidstests	94
3. De verkoop	101
Commercieel profiel	101
De klant heeft altijd gelijk.	102
Commercieel optreden	103
De commerciële job wordt cultureel beïnvloed	104
De CEO als hoofdvertegenwoordiger van zijn onderneming	104
Verkopen is de voornaamste garantie voor het succes van een onderneming.	105
De verschillende energieën van de B2B-verkoopcyclus	106
De “hunter” en de “farmer”	106
De commerciële teams beheren	108
Intern en extern handelsnetwerk	109
Een goede gezondheid begint met een goede opvolging van de handelsactiviteit	110
Vertegenwoordigers worden niet alleen op hun resultaten beoordeeld	111
Het belang van de taal	111
Commissieloonplan van de vertegenwoordigers	112

Vieren mag en moet	114
4. Mijn relatie met de externe stakeholders	117
<hr/>	
De aandeelhouders en de Raad van bestuur	117
De leveranciers	124
De klanten	126
De vakbonden	129
De bankiers	131
<hr/>	
Thema 3. DE UITDAGINGEN VAN DE ONDERNEMING	133
<hr/>	
1. Interne groei	135
<hr/>	
Groeien is een natuurlijk gebeuren	135
De levenscyclus van een onderneming	135
Het geheim van een geslaagde interne groei	138
Verschillende types van interne groei	140
Efficiënte interne groei	143
2. Externe groei	147
<hr/>	
Als groeien op een verzadigde markt een prijskaartje heeft	147
Als het financiële risico te groot is	147
Als de organische groei te lang duurt	148
Als externe groei van twee gouden regels afhangt	148
Als je moet kiezen tussen interne of externe groei	150
Als de waarde van een onderneming afhangt van haar groei	150
Als je op tijd moet weten te stoppen	151
Als een te snelle groei risico's inhoudt	152
3. Onderneming in transitie	155
<hr/>	
Van visie naar transitie	155
“Change” moet in uw bedrijf een “state of mind” zijn	155
Veranderingsmanagement	156
De fasen van de verandering	157

4. Het menselijke aspect bij elke transitie	167
<hr/>	
Betrokkenheid van kaderleden en werknemers bij het veranderingsproces	168
Waarom de “change spirit” in de onderneming verspreid moet worden	169
Verandering en chaos	170
Verandering en werklust	170
Respect voor de medewerkers	172
Welke heilzame gevolgen heeft een onderneming in transitie voor je loopbaan?	173
<hr/>	
Thema 4. DE ONDERNEMING EN DE CIJFERS	177
<hr/>	
1. Dashboard	179
<hr/>	
2. (Rentabiliteit van) het handelsnetwerk	185
<hr/>	
Hoe kan je meten of je handelsnetwerk echt rendabel is?	185
Als indicatoren door elkaar gehaald worden	187
3. Kosten-batenberekening en belang van cash	191
<hr/>	
Hoe makkelijk je verkoopprijs bepalen én tegelijkertijd je brutowinstmarge veiligstellen?	191
Hoe je brutowinstmarge berekenen in een industriebedrijf?	192
Waarom is cash het kernelement van elke onderneming?	193
Waarom is het haast belangrijker om eerder de DSO te volgen dan de aging balance?	195
4. Kwaliteit en klanttevredenheid	197
<hr/>	
De kwaliteit is een aangelegenheid van de CEO!	197
Wat is NPS en waarvoor dient het?	198
In welke zin gaan klanttevredenheid en imago van de onderneming hand in hand?	200