

Be good & sell it!

“Duurzaamheid is nogal een hype”, “MVO (maatschappelijk verantwoord ondernemen) is aan inflatie onderhevig”. Ik hoor het wel eens zeggen en vraag mij dan af of men wel weet dat er inhoudelijk zoveel interessante onderwerpen onder duurzaamheid vallen. En dat die onderwerpen allemaal te maken hebben met goed ondernemerschap. Zonder MVO geen duurzame winst!

Duurzaamheid is goed geld verdienen op lange termijn

Welke ondernemer wil nou niet een goed product of een goede dienst leveren en daar goed geld mee verdienen? Een duurzame ondernemer wil dit ook, maar kijkt niet alleen naar de korte termijn winst maar ook naar het lange termijn verdienmodel. En als je op de lange termijn winst wilt blijven maken, zul je goed vooruit moeten kijken naar de beschikbaarheid van materialen en andere input die je nodig hebt voor je bedrijfsvoering. Pas als je daar serieus mee aan de slag gaat, kun je zorgen voor een duurzame winst.

Wettelijke bepalingen

Wat mij betreft is het onmisbaar voor een goede MVO-ondernemer om helder te communiceren en heldere afspraken te maken. Dat klinkt misschien als een open deur, maar in de praktijk zie ik het daar regelmatig misgaan. Stap 1 is het voldoen aan ‘algemene afspraken’, of te wel: de wettelijke bepalingen. Het blijkt vaak al een hele stap te zijn om aan alle wettelijke verplichtingen te voldoen. Sterker nog, het is al een hele stap om te weten aan welke wettelijke verplichtingen men moet voldoen. En dat geldt op allerlei relevante MVO-onderwerpen, zoals arbo, milieu, consumentenrechten, privacywetgeving, etc. En zit je klant of leverancier in het buitenland, dan heb je ook nog te maken internationale regelgeving.

Heldere afspraken

Maar naast die wettelijke afspraken, is het zeker zo belangrijk om heldere afspraken te maken met je klanten, met je medewerkers, met je investeerders en met je leveranciers. Als goede MVO ondernemer ga je daarmee een stap verder dan wat de wettelijke bepalingen voorschrijven. Je maakt heldere afspraken en zorgt voor transparant ondernemen. Onaangename verrassingen in de kleine lettertjes passen immers niet bij een duurzame relatie met je klanten, medewerkers, investeerders en leveranciers. *Be good & sell it!*

Om een cliché te gebruiken: “Wie goed doet, goed ontmoet”. En ja - zoals vaker met oude uitspraken - is het natuurlijk helemaal waar. Een goede MVO-ondernemer bouwt immers aan een tevreden klantenkring, focust op trouwe leveranciers, waardevolle investeerders en betrokken medewerkers.

Als je dit goed voor elkaar hebt en daar ook helder over communiceert, zullen deze loyale klanten, leveranciers en de eigen medewerkers dit graag verder vertellen en verkoopt jouw product of dienst zichzelf. *Be good and sell it!*



TEKST ADRIEKE DE KRAKER
FOTOGRAFIE DEBEELDREDACTEUR.NL/MICHEL TER WOLBEEK

ADRIEKE IS EIGENAAR VAN MVO FACTOR UIT HEEMSTEDEN

WILT U REAGEREN OP DEZE COLUMN?
STUUR DAN EEN MAIL NAAR: ADRIEKE@MVOFACTOR.NL