

*“Ken je product.  
Anders maak je jezelf compleet belachelijk”*

# MARINA DOGGEN



## ZAAKVOORDER

Gutami Solar

**Zonnepanelen. Tegenwoordig hebben ze geen geheimen meer voor Marina Doggen. Maar toen ze in 2009 startte met Berrentec, en later met Gutami Solar, ging er een nieuwe wereld voor haar open. Eentje met ups-and-downs. “Starten in een nieuwe sector is een uitdaging. Maar de basis van iets nieuws opstarten, komt altijd op hetzelfde neer. Of je nu zonnepanelen of ondergoed verkoopt.”**

18



© Kurt Liefsoons

“Wanneer je in een totaal nieuwe sector wil starten, moet je beginnen bij het begin en veel kennis opdoen”, vertelt Marina. “Je moet je product kennen om het te kunnen verdedigen. Anders maak je jezelf compleet belachelijk. En al zeker als vrouw

in een mannenwereld, want daar durven ze je kennis nog meer te testen. Ook nu maak ik nog elke dag tijd om bij te leren over mijn product. Ik lees dagelijks minstens twintig minuten over onze sector.”

“Zonnepanelen zijn geen gemakkelijk product, integendeel. Ik heb dan ook veel tijd gestoken in voorbereidingen en kennis vergaren. Ik volgde cursussen en stond zelf in de praktijk, want alleen zo weet je wat de uitvoering van je product betekent. Hoe kan je een huis verkopen als je niet weet dat je muren, isolatie en ramen nodig hebt? Klinkt basic, maar daar komt het wel op neer. Ik ken mijn product door en door, weet tegen welke problemen medewerkers kunnen aanlopen en ken alle mogelijkheden van zonnepanelen. Wie het hele verhaal kent, kan zijn product ook sneller verkopen.”

### **Kwaliteit, marketing en groei ruimte**

“Wanneer je een product kiest, kijk dan niet alleen naar de prijs. Service is ook belangrijk, maar kwaliteit is blijvend en bepaalt je reputatie. Je prijs en service kunnen nog zo goed zijn; als blijkt dat je product niet goed

is, gaan er jaren van hard werk verloren. Je moet de juiste balans vinden, want een goed product zonder service is het ook niet. Wij hebben vanaf het begin ingezet op een goede kwaliteit en service, en daar teren we nu nog op.”

“Zorg bovendien dat je een goede marketing hebt, die je in eerste instantie niet veel kost”, gaat Marina verder. “De buitenwereld moet weten dat je bestaat en je product leren kennen, logisch. Dankzij het internet en sociale media is dat tegenwoordig gemakkelijker dan tien, twintig of dertig jaar geleden. Kijk daarbij goed naar de regio’s waarin jij met je product kan scoren en zet daarop in.”

“Hou vanaf het begin rekening met de kans dat je sterk kan groeien en zorg dat je hiervoor ruimte hebt. Toen wij het eerste deel van ons pand bouwden, hadden wij mogelijke uitbreidingsplannen al klaar. Dat heeft ons zeker geholpen om snel en gezond te groeien. Als je bijvoorbeeld snel groeit en al gauw moet verhuizen, zal dat je meer kosten. En heb je minder budget om je product rond te krijgen en te verbeteren. Bouw op je eerste locatie een buffer in en bespaar je zo nodeloze kosten op een van de belangrijkste momenten in je onderneming.”

### **Crisissen bedwingen**

“Een laatste, maar misschien wel het belangrijkste, aandachtspunt is om te kiezen voor een *sustainable* product met een langetermijnvisie. Kies niet voor een hot item op dat moment. En kijk meteen binnen je product hoe je op termijn daarin kan diversifiëren. Tijdens een crisis of moeilijker periode kan dat je kans op overleven aanzienlijk doen stijgen.”

“We deden het bijvoorbeeld ontzettend goed toen de crisis eraan kwam. Maar we wisten dat de subsidies gingen wegvallen en een crisis onvermijdelijk was. We waren al aan het diversifiëren met warmteboilers en -pompen, maar zo snel gaat dat natuurlijk ook niet. Zo’n product moet ook zijn plaats in de markt vinden. Toch heeft het ons geholpen om erdoor te slaan. Ik

durf er niet aan denken hoe we anders hadden volgehouden.”

“Wat de crisis me zeker geleerd heeft, is dat je nooit het vel van de beer mag verkopen voor het geschoten is. Op het moment dat het heel goed ging, zorgde ik dat het geld goed aan de kant werd gezet. Dat heeft ons gered. We hebben toen echt zwarte sneeuw gezien maar door op alles te besparen, zijn we maar één jaar verlieslatend geweest. De winst het jaar erop was miniem, maar het was tenminste winst.”

---

## **“GOK NIET OP ÉÉN PAARD MAAR ZORG VOOR MEERDERE PAARDEN IN JE WEI”**

---

“We zijn er goed uitgekomen, maar het heeft ons ontzettend veel moeite en opofferingen gekost. Ik denk dat ik in die periode geen enkele keer tv heb gekeken of me kon ontspannen; ik was altijd aan het tellen. Mensen die vertellen hoe zwaar ze hebben afgezien na een faillissement, kan ik echt begrijpen. Ik ben heel blij dat we het gehaald hebben, al was het niet zonder slag of stoot.”

“Wat ik vooral geleerd heb, en wil meegeven aan anderen, is om binnen je product of sector zo breed mogelijk te gaan en alle opportuniteiten te grijpen”, besluit Marina. “Uiteraard gaat dat niet vanaf het begin, maar doe het wanneer je kan. Diversifieer, gok niet op één paard maar zorg voor meerdere paarden in je wei. De kans dat je iets wint is groter, en de klap wanneer je verliest minder.”