

Van Chaos naar Charisma



Interview

Sonja Schaap

Sonja Schaap helpt ADHD-ondernemers - vaak creatief en vernieuwend, maar wel met een 1000-dingen hoofd - van chaos naar charisma. Met haar bedrijf Reflectit brengt ze focus, structuur en helderheid in hun communicatie, zodat dat unieke verhaal zichtbaar wordt en ze hun profileringpodium durven te pakken.

Als communicatiepartner, strateeg en mentor gelooft Sonja in de kracht van cocreatie: samen een verhaal bouwen dat klopt, raakt en laat zien wie je echt bent. En dat meegroeit met jou en je business.

WEBSITE



Sonja, jij helpt neurodivergente ondernemers om hun verhaal helder en krachtig naar buiten te brengen. Wat maakt deze doelgroep voor jou zo bijzonder?

Ik heb zelf een neurodivergent gezin en heb in de afgelopen 30 jaar ervaren hoe lastig het is om die handleiding te ontdekken. Want alle standaard dingen uit de bekende boekjes gaan vaak niet op voor deze groep. Dat brein werkt nu eenmaal anders en zij hebben dus een andere aanpak nodig, vaak ook een andere manier van communiceren. In het begin vond ik dat erg lastig, maar onderweg ontdekte ik dat ik juist met mijn talent om dingen inzichtelijk te maken en structuur aan te brengen iets belangrijks toe kon voegen. En dat je die focus juist niet op die uitdagingen moet leggen, maar op de talenten.

Gaandeweg mijn ondernemerschap ontdekte ik dat ik ook veel ADHD-ondernemers op mijn pad kreeg. En toen realiseerde ik me dat ik daarin ook het verschil kon maken met mijn talent. Vandaar de keuze om me vooral op deze mooie doelgroep te richten.

Je zegt: "Van chaos naar charisma." Wat bedoel je precies met die transformatie, en hoe begeleid jij ondernemers daarin?

Veel van de ondernemers die op mijn pad komen, hebben een '1000-dingen' hoofd, zoals ik dat noem. Veel chaos, continu afleiding, uitstelgedrag, keuzestress... Allemaal eigenschappen die je niet echt verder helpen in je bedrijf.

Maar naast deze uitdagingen, zie ik ook de enorme creativiteit, het out of the box denken, die hyperfocus en die flinke dosis lef die deze ondernemers vaak hebben. De kunst is om dat unieke karakter zichtbaar te maken en uit te vergroten en voor die lastige uitdagingen een oplossing te zoeken. Leren of delegeren en kiezen voor cocreatie. Neurodivergente ondernemers hebben vaak het talent om anders te denken - en dat is juist hun kracht.

Vaak ligt de focus op die uitdagingen en worden ze daar onzeker van. Maar als je dus die chaos omzet naar charisma en die sterke en mooie kanten belicht, komt er ineens een heel andere ondernemer tevoorschijn. Ik help ze om dat bijzondere verhaal concreet te maken en dan te vertalen naar alle communicatie in woord en beeld, zodat ze dat profileringpodium kunnen pakken om hun verhaal en zichzelf zichtbaar te maken. Daarmee trekken ze de wensklanten aan waar zij het verschil voor kunnen maken.

Je werkt veel met creatieve breinen vol ideeën. Hoe help jij hen om van die overvloed aan gedachten tot een concrete boodschap te komen?

Blijkbaar ben ik in staat om die veelheid aan informatie te trechteren in hoofd- en bijzaken en die rode draad te vinden in het verhaal waardoor het voor de buitenwereld ook een logisch verhaal wordt. Dat is nu precies waar mijn talent ligt, dus lastig uit te leggen hoe ik dat doe. In ieder geval goed luisteren naar wat er écht gezegd wordt en de emoties die ik zie in hun non-verbale reacties meenemen in het verhaal. Ik zie bijvoorbeeld gelijk wanneer dat passielampje aangaat. En dan weet ik dat ik goed zit.

De kracht van communicatie in cocreatie is een belangrijk uitgangspunt in jouw werk. Hoe ziet die samenwerking er in de praktijk uit?

Ik geloof heilig in de kracht van cocreatie. Alleen loop je sneller, maar samen kom je verder. Dat geldt bij mij op kantoor, in mijn team, met mijn klanten en met samenwerkingspartners. Op kantoor werk ik in cocreatie met Esther, communicatiecoördinator en vraagbaak bij Reflectit. Daarnaast heb ik een team van 15 professionals om ons heen verzameld voor die communicatie in cocreatie als die hele communicatiepuzzel ingevuld moet worden voor de klant. Denk aan vormgevers, webbouwers, tekstschrijvers, fotografen en contentcreators. Daarna kiest de klant vaak voor een cocreatie partnerschap voor strategie, communicatieservice, vraagbaak en onderhoud. Kortom: communicatie in cocreatie voor persoonlijke en zakelijke groei.

Welke misverstanden bestaan er volgens jou over neurodivergente ondernemers en wat wil jij daar graag in veranderen?

Er wordt vaak gezegd dat die labels onzin zijn, dat het een hype is en dat ADHD niet bestaat. Helaas weet ik wel beter. Het gaat mij helemaal niet om het label. Het gaat me vooral om de uitdagingen waar deze ondernemers tegenaan lopen. Die zijn niet helpend in hun ondernemerschap en ze lopen dan ook regelmatig vast. Met mijn talent en ervaring wil ik graag die communicatiepartner, mentor en sidekick zijn, juist voor deze groep ondernemers. Omdat ik blij word van die creatieve breinen, van onuitputtelijke drive, van die out of the box oplossingen en van die nieuwsgierigheid.

“Er wordt vaak gezegd dat die labels onzin zijn, dat het een hype is en dat **ADHD niet bestaat.**”

Reflectit bestaat al ruim 20 jaar. Hoe is jouw werk of missie door de jaren heen veranderd?

Mijn missie rondom communicatie zelf is eigenlijk nooit veranderd, hooguit aangescherpt. Ik blijf dat een hele belangrijke succesfactor vinden, zowel zakelijk als privé. Vanaf dag 1 werk ik in cocreatie met professionals, met de focus op die mooie ondernemersverhalen, waarmee zij het verschil kunnen maken voor hun wensklanten. Wel zie ik dat ik als ondernemer mooie groeistappen heb gemaakt en dat mijn aanbod gedurende de jaren is veranderd.

Persoonlijke en zakelijke groei in balans houden, dat zie ik als de belangrijkste uitdaging in mijn ondernemerschap. Die groei moet wel gelijk opgaan, want je kunt nooit verder groeien dan je eigen persoonlijke ontwikkeling. En daar zie ik het vaak misgaan, daar kan ik zelf ook over meepraten. Dat is inmiddels alweer zo'n 7 jaar geleden, maar dat was een uitdagende, maar erg leerzame periode.

Wat is volgens jou de rode draad in een goed ondernemersverhaal en waarom is het zo belangrijk om die te (her)vinden?

Mensen haken aan bij je verhaal, niet bij je product of dienst. Daar ben ik van overtuigd. En als jij een goed en eerlijk verhaal hebt – liefst vanuit eigen ervaring – en je praat tegen de juiste mensen, dan hoeft je nooit te verkopen. Dan klopt het altijd en doet de prijs er niet toe. Een goed verhaal is authentiek, duidelijk en gericht op de juiste doelgroep, met de focus op hun top of mind probleem of behoefte. Ik zie in de trajecten die wij met ondernemers doen letterlijk de puzzelstukjes op z'n plek vallen. Ineens klopt het hele verhaal, dat moment blijft magisch.

Ondernemen met een brein vol energie en ideeën vraagt om balans. Hoe zorg jij zelf voor rust, focus en inspiratie in je werk?

Ik plan regelmatig 'werken aan mijn bedrijf' dagen, waarbij ik volop ruimte heb om te brainstormen met mezelf, ideeën uit te werken en te sparren met andere ondernemers. Omdat ik zelf weet hoe belangrijk dit is, heb ik een paar jaar geleden het concept B&B vol Business bedacht. Een midweek op een Tinyhousepark in het bos met een groep gelijkgestemde ondernemers werken AAN je bedrijf. Ontmoeten, inspireren en ontwikkelen. Alleen en samen. In een prachtige omgeving in de bossen van Oisterwijk. Een magische week waar enorm veel waardevolle verbindingen ontstaan. Verder bewaak ik een gezonde balans tussen werk en privé en dat lukt me de laatste jaren best goed moet ik zeggen.

Tot slot: welke boodschap wil jij meegeven aan andere ondernemers die zich soms 'anders' voelen, maar weten dat ze iets bijzonders te bieden hebben?

Zet je talenten in de etalage, buig je uitdagingen om en zorg voor een sidekick die je daarbij helpt. Er is nog nooit iemand in z'n eentje succesvol geworden, dus kies voor de kracht van cocreatie.