

voorbereiding (waarschijnlijk aan beide), maar Limpens scoort op iedere handelsreis. Soms meteen al: in Engeland sprak zij met een nationale inrichter van kinderdagverblijven c.q. groothandel, die direct zes poppennilla's inkocht. Hij ontwikkelde een catalogus waarin de villa werd aangeprezen, maar nog voordat die kon worden verzonden, waren de speelhuizen al verkocht. Binnen korte tijd werden drie stevige vervolgoorders geplaatst. "Zo hard loopt het niet altijd, hoor. Ik had ook contact met een vooraanstaand warenhuis, dat nog altijd nadenkt en na een half jaar nog geen concrete order heeft geplaatst. In zo'n geval wacht ik rustig af."

■ Relaxed en zelfverzekerd

Gemiddeld ontmoet de ontwerper vijf potentiële partners per handelsreis. "En dan is er minstens één met wie ik snel tot zaken kom." Het is niet overdreven om te stellen dat Limpens geniet van de handelsreis. "Als ik met mijn koffer de deur uitstap, heb ik het gevoel alsof ik op vakantie ga. Het echte werk is immers allemaal gedaan, ik kijk uit naar de ontmoetingen. Dat is prettig, want dat straal je dan ook uit. Je gaat met een zekere rust elk gesprek aan. Ik zit heel relaxed aan



tafel. Mijn gesprekspartner weet dat hij bewust is uitgezocht. Maar hij beseft tegelijkertijd, dat ik met nog anderen zal praten en meer pijlen op mijn boog heb. Ik heb mijn materialen bij me, ik laat mijn brochures achter. Alles is goed

"De grootste fout die je kunt maken is een onvoldoende voorbereiding"

verzorgd, dat maakt me redelijk zelfverzekerd. De grootste fout die je kunt maken is een onvoldoende voorbereiding. Dan is deelname aan zo'n handelsreis in feite weggegooid geld. En dan verdwijnt op termijn de trek om mee te doen of zelfs om te exporteren."

De spanning die ze tijdens een reis voelt, is meestal een prettige. "Toen ik in Zweden aankwam, ontving ik in Malmö een overzicht van de afspraken. Ik moest diezelfde avond nog een auto huren en 300 kilometer naar het Noorden rijden naar mijn hotel, waar ik de volgende ochtend in een afgelegen gebied mijn eerste gesprek zou hebben. Op zo'n moment, als ik in mijn eentje in een huurauto in het donker in een volslagen onbekend land rijdt, denk ik 'kijk mij nou, dit doe ik zomaar'. Maar dat is de spanning van elke mijlpaal, die je behaalt. Die voelde ik ook toen ik als beginnend ondernemer ineens op het vliegtuig naar New York moest om de introductie van mijn product in de VS te ondersteunen. Dat zijn overwinningen, waar je veel positieve energie uithaalt."

Het bedrijf LILIANE is niet groot, maar dat is geen beletsel voor export. "Kwalitatief moet je exportvaardig zijn. Je moet je organisatie op orde hebben, beschikken over de motivatie en bereid zijn tijd en geld erin te investeren. Ik gebruik de Nederlandse markt als uitgangspunt voor mijn verkoopstrategie en positionering. Hoog instappen in ons land betekent dat je dat ook kunt in het buitenland. Als ik hier in het middensegment was begonnen, had ik bij Harrod's en Galeries Lafayette helemaal niet hoeven aankloppen. Je moet je bewust zijn van je ondernemersstrategie, de kwaliteit van je product en het gewenste imago. Als je daarin consequent opereert, kun je ook op de internationale markt zeer succesvol zijn. Of je nu een ervaren, grote ondernemer bent of een starter."