

Dit eBook bestaat uit de volgende hoofdstukken:

1. [Voorwoord](#)
2. Ter inspiratie: Column [Het marktleiderschap van de vlinder](#)
3. [Uitdagende vragen voor \(startende\) ondernemers](#)
4. [Jouw persoonlijk levensdoel](#)
5. [Jouw unieke produkt /dienst](#)
6. [Marktverkenning](#): concurrenten en klanten
7. [Doelstelling van je onderneming](#)
8. [Bereken je uurtarief](#)
9. [Elevator Pitch](#)
10. [Marketing en marktwerking](#)
- * [Netwerken](#)
- * [Breng je netwerk in beeld](#)
- * [Aan de slag op internet](#)
- * [Koude Acquisitie](#)
- * [Klantencontacten onderhouden](#)
11. [Tips voor mailings, persberichten en nieuwsbrieven](#)
12. [Emotie-management voor zelfstandigen](#)

Voorwoord

De kracht van dit boek is dat het je helpt gevoel, verstand en intuïtie met elkaar te verbinden. Je brengt eerst jouw levensdoel in kaart en gaat dan via praktische oefeningen aan de slag om werk te vinden dat daarbij past.

Je krijgt tips, adviezen en oefeningen. Het eerste deel van dit eBook is 'naar binnen' gericht. Het is nodig dat je contact hebt met wat je zelf wilt en belangrijk vindt in je werk. Vanaf bladzijde tien ga je daarmee 'naar buiten'. Je vindt dan ook onderstreepte links waarmee je meteen vanuit dit eBook op relevante websites komt.

Auteur [Caroline Franssen](#) (1961) gaf in 1995 haar eerste workshop **Verdien geld met werk waarvan je houdt**. Zij begeleidt al bijna vijftien jaar mensen om tot hun recht te komen in hun werk en in hun relaties.



Het idee om dit eBook te maken stamt uit begin 2009 toen ze las dat 12% van de zelfstandigen onder de armoedegrens leeft.

Caroline: "Dit boek is bedoeld om je te helpen bij het in de markt zetten van je bedrijf. Het is verstandig om daarbij de steun van je geliefde, je vrienden, kennissen en je (ex) collega's te vragen. Je kunt voor ondersteuning ook naar de Kamer van Koophandel of een ondernemersclub gaan.

Ik heb me ondertussen gespecialiseerd in de [Relatie APK®](#). Daarmee breng ik vastgelopen relaties in één confronterend en oplossingsgericht gesprek in beweging.

Copyright

Op dit eBook rust copyright: het is niet toegestaan (delen van) het boek te verspreiden zonder toestemming vooraf van de auteur.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl
Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg
Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl
Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg
KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Het marktleiderschap van de vlinder (column)

Er zijn inmiddels wel een miljoen eenpitters in Nederland. Ze moeten allemaal hun eigen boter- ham zien te verdienen in een onoverzichtelijke markt. Tijd om af te kijken bij de vlinders, die met veel soorten tegelijk in kleine biotopen vreedzaam samenleven. De vele vlinders zitten elkaar niet in de weg omdat ze allemaal foerageren op verschillende bloemen. Ze staan elkaar niet naar het leven, omdat ze ieder hun eigen focus hebben. Dat is ook de beste ingang voor eenpitters die niet ten onder willen gaan in de concurrentie, maar een succesvol eigen bedrijf willen hebben: een duidelijke eigen focus. Daarvoor is het om te beginnen nodig dat je helder hebt waar je bijzondere kwaliteiten liggen. Vaak hangen die samen met wat je het liefste doet. Vervolgens maak je een keuze voor een eigen groep van 'lievelingsklanten', zodat je voor die klanten marktleider kan worden in je eigen vakgebied.

Allemansvriendje

Het probleem is alleen dat veel eenpitters geen keuzes maken, puur uit angst om geen klanten te krijgen. Ze stellen zich op als 'allemandsvriendjes' die van alle markten thuis zijn. Ze willen iedereen als klant en hebben verschillende diensten tegelijk in de aanbieding. Deze strategie heeft vaak een averechts effect. Want als je alles doet, weet niemand je te vinden. Eigenlijk is het een vorm van zelfoverschatting om te denken dat je iedereen kunt bedienen. En al hebben we natuurlijk allemaal veel talenten, het is maar de vraag of al die talenten voldoende ontwikkeld zijn om marktleiderschap te rechtvaardigen. Bovendien is het de vraag of je voldoende energie hebt om al je verschillende diensten 'in de markt te zetten'.

Onderscheiden

Om je te onderscheiden heb je lef nodig. Dat vraagt allereerst om zelfinzicht, om te ontdekken wat jouw specifieke kwaliteiten zijn. Jouw talenten en voorkeuren zijn uiteraard 'normaal' voor jou, maar in de buitenwereld zijn ze wel degelijk bijzonder. Ook mensen in eenzelfde vak, bijvoorbeeld tuinarchitecten, verschillen enorm van elkaar. Daardoor zijn er ook verschillen in de aard en kwaliteit van hun werk. De tuinontwerper die rustig en bescheiden is en van structuur houdt, ontwerpt andere tuinen dan de flamboyante ontwerper bij wie vrijheid voorop staat. Voor beide soorten tuinen is een eigen publiek. Weet je eenmaal wat je publiek is, dan kun je doelgerichte stappen zetten om aansluiting te vinden bij jouw eigen markt. Zet jezelf 'in de markt' met werk dat jou inspireert, zodat je je werk met plezier doet.

Deze column is opgenomen in mijn boekje [Het makke schaap en andere fabels voor managers](#).

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Uitdagende vragen voor (startende) ondernemers

Zelfstandig ondernemer worden is op dit moment erg in de mode. Ondernemer zijn vraagt om specifieke vaardigheden en karaktereigenschappen. Daarom hieronder een lijstje vragen die je jezelf kunt stellen om te bepalen of je uit het juiste hout bent gesneden om ondernemer te worden.

- *Heb je helder welke dienst/product je precies wil verkopen (en aan welke doelgroep?)*
- *Heb je al gesproken met andere ondernemers in jouw branche en heb je een idee van het werk dat zij verzet hebben om hun onderneming van de grond te krijgen?*
- *Ben je bereid om te onderzoeken of jouw idee om ondernemer te worden kans van slagen heeft en te investeren in het maken van een ondernemingsplan met reële begroting?*
- *Ben je jezelf ervan bewust dat ondernemen risico's met zich meebrengt, dat er ondernemers failliet gaan en er op dit moment een achtste van de Nederlandse zelfstandigen onder de armoedegrens leeft?*
- *Waar liggen jouw kwaliteiten als het gaat om het verkopen van jouw eigen diensten/producten?*
- *Waar liggen jouw kwaliteiten als het gaat om netwerken?*
- *Waar liggen jouw kwaliteiten in het opbouwen en onderhouden van klantencontacten?*
- *Hoe sta je er tegenover om niet te weten hoeveel je gaat verdienen?*
- *Kan je ermee overweg als je een tijd geen werk en dus geen inkomen hebt?*
- *Kun je zorgvuldig een administratie voeren?*
- *Ben je in staat met tegenslagen om te gaan en kun je doorzetten als het tegenzit?*
- *Ben je in staat om jezelf te motiveren?*
- *Hoe staat het met je discipline?*
- *Kun je omgaan met eenzaamheid van het alleen en/of thuiswerken?*
- *Ben je in staat om je prijs te bepalen en te onderhandelen?*
- *Kun je ermee omgaan als je wordt afgewezen?*

Heb je de vragen naar jouw tevredenheid beantwoord? Ga dan verder met de volgende oefening: Levensdoel bepalen.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Jouw Persoonlijke levensdoel

(1) Karaktereigenschappen en vaardigheden die ik plezierig vind van mezelf /waardeer

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.
12.
13.
14.
15.

De top vijf: mijn favoriete eigenschappen

1.
2.
3.
4.
5.

(2) Vijftien bezigheden waarop ik mijn top vijf eigenschappen tot uitdrukking breng

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.
12.
13.
14.
15.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl
Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg
Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl
Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg
KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Verdien geld met werk waarvan je houdt voor zzp'ers -6-

Top vijf favoriete bezigheden (2)

1.
2.
3.
4.
5.

(3) Een korte verklaring (hooguit 25 woorden) waarin mijn visie op te ideale wereld staat. Positief formuleren in de tegenwoordige tijd.

.....
.....
.....
.....

Het doel van mijn leven is gebruik maken van mijn (*1).....,
mijn.....,
mijn
mijn.....
en mijn
door te (*2).....
te.....
te
te en
te
zodat (*3).....

.....
.....
.....
.....

- 1) favoriete eigenschappen
- 2) favoriete bezigheden
- 3) visie op de ideale wereld

Lees je levensdoel voor aan een vriend, vriendin of partner en stel het naar aanleiding van hun feedback bij. Schrijf je levensdoel op een klein briefje en neem het mee in je portemonnaie of agenda. Maak een mooie uitdraai op je computer en hang je levensdoel zichtbaar op een goede plek in je huis, zodat je het regelmatig ziet.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl
Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg
Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl
Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg
KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Jouw unieke produkt/ dienst

Als je toch je best gaat doen om klanten te krijgen, kun je er natuurlijk net zo goed meteen voor zorgen dat je klanten krijgt die bij je passen en voor hen gaan doen wat je het liefste doet. Gebruik onderstaande vragen om dat helder te krijgen.

Denk na over wat je het liefste doet, voor wie je dat het liefste doet en wat jou uniek maakt. Wat heb ik mijn klanten in dit werkveld, deze branche, deze markt te bieden? Waarom kiezen klanten voor mijn bedrijf? Om dat te ontdekken gebruiken we de trits input-actie-output in omgekeerde volgorde.

Output

Als de klanten naar huis gaan, wat hebben ze van mij meegekregen?

Wat is mijn meerwaarde?

Waarvoor zijn ze bereid mij te betalen en krijgen ze ook waar voor hun geld?

Zal degene die betaalt op grond van het resultaat van mijn werk nog een keer terug willen komen?

Actie

Wat doe ik om dit resultaat tot stand te brengen?

Hoe zien mijn activiteiten eruit?

Welke rol spelen mensen die ik inhuur/ diensten die ik uitbesteed?

Is mijn werk standaard of maatwerk, cursorisch, interactief?

Wat doe ik nog meer om het resultaat te vergroten?

Input:

Vanuit welke visie werk ik?

Waar heb ik mijn kennis en ervaring opgedaan?

Wat kan ik aan resultaten uit het verleden laten zien?

Welke achtergrond heb ik zelf?

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Marktverkenning: concurrenten en klanten

Volgende stap is het onderzoeken in welke markt jij je begeeft. Het is nodig om je concurrenten en collega's (of zo je wilt concullega's) te kennen om je van hen te kunnen onderscheiden. Ook krijg je vragen om te onderzoeken welke klanten jij wilt.

Wie zijn de concurrenten ?

Zijn er andere bedrijven die soortgelijk werk doen in dezelfde (woon)plaats of ruime omgeving ?

Wat brengen zij op de markt en hoe succesvol is dat ?

Waarin onderscheid mijn bedrijf zich van hen en welk deel van de markt laten zij liggen ?

Wie zijn de klanten (d.w.z. wie betaalt voor mijn diensten/ producten)?

Waar zitten de klanten die ik echt leuk vind?

Zijn het particulieren, bedrijven, overheidsinstellingen?

Bij bedrijven: welk type bedrijven, welk formaat?

Bij overheidsinstellingen: welke instellingen, welke afdelingen/ projecten?

Bij particulieren: welke specifieke groepen?

Wat zijn de vragen van mijn klanten?

Waar hebben ze behoefte aan ?

Wat willen ze bereiken ?

Wat vind ik leuk om voor ze te doen?

Wat zijn manieren om met deze potentiële klanten in contact te komen?

In welke verbanden opereren zij (brancheverenigingen, congressen) ?

Heb je antwoorden op deze vragen? Ga dan verder met het bepalen van het doel van jouw onderneming.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Het doel van jouw bedrijf

Op heb ik/ heeft
mijn bedrijf (naam persoon
of bedrijf)(type opdrachten)
van (type
klanten)
(grootte opdrachten) waarmee bruto(euro) wordt verdiend.
Dat doe ik samen
met
(medewerkers/samenwerkingsverbanden), waarbij de taken als volgt zijn
verdeeld.....
.....

Onderverdeling van het doel in kleinere stappen

Wat wil je over een half jaar bereikt hebben ?

Wat wil je binnen drie maanden bereikt hebben ?

Wat wil je over een maand bereikt hebben ?

Acties op korte termijn

deze week

vandaag

morgen

week 2

week 3

week 4

Maak ook hiervan een mooie versie die je bijvoorbeeld op het bureaublad van je computer zet. Maak een planning waarin je vastlegt wat je op welke dag/ week/ maand gaat doen. Controleer die planning en pas hem aan. Hou er rekening mee dat je in de regel veel minder op een dag kunt doen dan je zou willen, omdat je altijd verstoord wordt door zaken van buiten, zoals email en telefoon en door je eigen impulsen om dingen aan te pakken.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Bereken je uurtarief

Hoeveel uur werk je per week?

Hoeveel weken werk je per jaar ?

(kinderen hebben tien weken schoolvakantie, ook zonder kinderen neem je al snel vijf, zes weken per jaar vakantie c.q. val je eens uit door een griepje)

Hoeveel weken hou je dan over?

Aantal uren per week x

aantal werkbare weken per jaar

=

Neem daar 60% van en je hebt het (maximum!) aantal declarabele uren dat je kunt werken per jaar.

Aantal declarabele uren per jaar:

Geschatte jaarlijkse kosten van je bedrijf +

Gewenst bruto persoonlijk Inkomen:

= Gewenste omzet:

Gedeeld door aantal declarabele uren

= uurtarief

Op de website van www.FNVZZP.nl staat een tool waarmee je dit kunt doen.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Zorg voor een Elevator Pitch

Om te kunnen netwerken, is het nodig dat je aan iedereen in een minuut kunt duidelijk maken wat je kunt betekenen en voor wie. Het heet de elevator pitch omdat je in de lift tot in de bovenste etage waar de directie zit, een minuut hebt om je idee uit te leggen.

In mijn workshops Elevator Pitch is gebleken dat die minuut de perfecte hoeveelheid tijd is. Iedereen heeft er genoeg aan om op een boeiende manier te kunnen vertellen wat hij of zij doet.

Om een goede elevator pitch te kunnen maken, heb je in de regel de feedback van iemand anders nodig. Voor jou is immers wel duidelijk wat je doet. Het gaat er om dat je leert dat aan een ander uit te leggen op een duidelijke, uitnodigende en professionele manier.

1. Introductie

We zijn geneigd vooral bezig te zijn met wat wij goed kunnen en wat wij graag willen. Als je jezelf of je bedrijf wilt verkopen, is het van belang om je focus te verleggen naar je klant. Wat heeft je klant (werkgever of opdrachtgever) nodig? En hoe kan jij daarin voorzien?

2. Voorbereiding: stel jezelf / elkaar de volgende vragen:

- Welk probleem ga ik oplossen voor mijn potentiële klanten?
- Als ze naar huis gaan (of ik naar huis ga) wat hebben ze van mij mee gekregen?
- Waarom moeten mijn klanten daarvoor speciaal bij mij zijn?
- Wat is mijn unieke meerwaarde?

3. Presentatie: let op twee dingen en hou twee dingen in je achterhoofd

- Zorg ervoor dat je contact krijgt en houdt met je lichaam
- Maak contact met je publiek
- Het hoeft niet perfect te zijn en je hoeft niet compleet te zijn
- Door je uniciteit te erkennen, vind je aansluiting bij de juiste markt

4. Voor de feedback-gever: luister en kijk naar de Pitch als potentiële klant

Geef feedback met in je achterhoofd de volgende aandachtspunten:

Welk deel van de presentatie was duidelijk, overtuigend, uitnodigend, professioneel? Waarop haakte je af? Welke tips heb je om de presentatie nog duidelijker, overtuigender, uitnodigender of professioneler te maken?

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Jouw marketing en marktbeleving

Marketinggoeroes proberen op dit moment iedereen te verleiden tot het schrijven van weblogs en nieuwsbrieven als middel om klanten te krijgen. Staar je echter niet blind op publiciteit als middel om opdrachten te krijgen. Gericht werven werkt voor de meeste kleine ondernemers beter. Mond tot mond reclame over jou zal er eerder toe leiden dat je een nieuwe klant krijgt, dan een stukje in de krant. Het is ook niet voor iedere ondernemer geschikt om een nieuwsbrief te maken of te bloggen. Kies daarom voor de marketingstrategie die bij jou en jouw onderneming past.

Bewerk de markt

De markt bewerken kan op verschillende manieren: netwerken, koude en warme acquisitie en door opdrachten van reeds bestaande klanten te werven.

Verkopen vraagt een bijzondere gave van kunnen inspelen op de behoeften van anderen, aanwezig zijn en de ander de ruimte laten om te beslissen. Ook is het heel belangrijk om te kunnen omgaan met afwijzing.

De meeste bedrijven hebben voor hun problemen vaste 'probleemoplossers'.

Een bedrijf is niet snel geneigd om uit zichzelf een nieuw bedrijf in te schakelen als het over de huidige dienst/ product tevreden is. Mensen houden van zekerheid.

Daarom is het, zelfs als je mensen / bedrijven benadert waarvan je zeker weet dat ze jouw dienst kunnen gebruiken, niet gezegd dat ze bereid zijn tot een gesprek met jou.

Als je een product verkoopt, is het makkelijker om afstand te nemen en te aanvaarden dat je 'nee' te horen krijgt dan wanneer je een persoonlijke dienst verkoopt. Dan kun je het opvatten als een persoonlijke afwijzing.

Netwerken

Netwerken is halen en brengen van informatie. Het gaat om kennen en gekend worden, thuis zijn en bekend zijn in je branche, functiegebied (inhoudelijke netwerken zoals beroepsvereniging) of in je werkgebied (ondernemersnetwerken). Het heeft iets paradoxaals: het heeft onder andere tot doel om klanten te werven, maar als je te duidelijk laat merken dat dat je doel is, werkt het vaak averechts.

Netwerken staat ten dienste van je onderneming en je klanten. Door een netwerk op te bouwen, kan jij andere mensen adviseren over goede diensten en producten. Het is een manier om betrouwbare informatie te kunnen inwinnen over zaken die jij als ondernemer nodig hebt. Het is ook een manier om ervoor te zorgen dat je het vertrouwen van anderen wint. Het 'gunnen' van een opdracht heeft absoluut te maken met of de opdrachtgever of tipgever jou aardig en deskundig vindt.

Bedrijven in je netwerk nemen lang niet altijd zelf jouw diensten af. Zij kunnen jouw bedrijf wel weer aanraden aan anderen. Als zij gewicht in de schaal leggen bij een potentiële opdrachtgever kan het vertrouwen van iemand uit jouw netwerk leiden tot een geschikte opdracht.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Oefening Breng je netwerk in beeld

Doel: een beeld krijgen van wie je kent

Stap 1: maak je netwerk inzichtelijk

Voor deze oefening heb je minstens drie verschillende kleuren post-it nodig.
Te koop bij HEMA of kantoorboekhandel.

Ga midden in de kamer staan of gebruik een hele grote tafel.

Plak in het midden een post-it waar je IK op schrijft.

Plak daaromheen post-its in een andere kleur met de namen van mensen waar je nauw contact mee hebt: vrienden, familie, sportgenoten, burens

Plak in de ring daarbuiten (met weer een andere kleur) mensen die je een beetje kent

En plak dan in de buitenste ring in een opvallende kleur mensen die je wel zou willen leren kennen omdat zij op de een of andere manier een relatie hebben met het werk/ de werkgever waar je naar op zoek bent.

Als je nu midden in de cirkel staat, heb je een mooi beeld van je netwerk.

Bedenk nu hoe je bij de mensen zou kunnen komen in de buitenste ring.

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Aan de slag:

Sluit je aan bij ondernemersnetwerken

Deel je kennis en ervaring met anderen, zorg dat je betrouwbare informatie kunt krijgen bij ervaringsdeskundigen en sluit je aan bij netwerken van ondernemers.

Zelfstandigen algemeen:

www.pzo.nl platform zelfstandige ondernemers

www.fnv.zzp.nl vakbond zelfstandige ondernemers

<http://www.zzp-nederland.nl/> organisatie voor zelfstandigen

www.freelancefactory.nl organisatie van freelancers

www.lancelots.nl platform zelfstandige ondernemers en freelancers

www.zelfstandigen.hyves.nl zelfstandigen hyves

www.kvknetwerk.nl (noordelijke provincies)

www.b2bcontact.nl online businessnetwerk

Zet je profiel op Netwerksites

Kijk bij de volgende netwerksites of het voor jou zinvol is om daar een profiel aan te maken en actief deel te nemen. De linken gaan naar mijn profiel.

Je kunt je profiel per netwerk anders inrichten.

[Linked In](#)

[Ecademy](#)

[Xing](#)

[Twitter](#)

[Facebook](#)

[Mindz](#) social network met basis in Utrecht bij seats2meat

[Hyves](#) voor zelfstandigen ook een platform

Vrouwen:

www.womenontheweb.nl internet netwerk met mailinglijst zelfstandige ondernemers

www.federatiezakenvrouwen.nl federatie van zakenvrouwen-netwerken

www.mamas.nl vrouwelijk ondernemers

www.wahmplaza.nl work at home moms

Als je blogt, meldt je blog dan aan bij

www.ondernemerslog.nl

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Gebruik je visitekaartje

Als je de deur uitstapt en de kans bestaat dat je iemand gaat ontmoeten, al is het maar in de supermarkt, zorg dan altijd dat je een visitekaartje bij je hebt. Je weet namelijk nooit wie je tegenkomt. Zonder visitekaartje verminder je de kans dat mensen na de ontmoeting contact met je opnemen of zorgen dat iemand anders contact met je opneemt. Mensen krijgen tegenwoordig zoveel prikkels, dat het heel bijzonder is als ze na een ontmoeting met jou zelf moeite gaan doen om je terug te vinden in het telefoonboek of op het web om contact met je op te nemen. Een tastbaar visitekaartje is daarom echt effectief.

Onderhoud je klantencontacten

Acquisitie onder bestaande klanten klinkt misschien wat vreemd, maar is de meest succesvolle vorm van acquisitie! De ervaring heeft geleerd dat het verwerven van nieuwe opdrachten onder bestaande klanten zeer effectief is omdat je potentiële opdrachtgever je al kent en de kwaliteit van jouw producten/diensten dus al kent. Door goed contact te onderhouden met je bestaande klanten en hen actief te benaderen kun je je omzet vaak meer verhogen dan door je aandacht op nieuwe klanten te richten.

Mogelijkheden zijn:

- attente dingen geven/doen zonder persoonlijk contact

Denk aan: verjaardagskaarten, nieuwsjaarskaarten, kleine presentjes laten bezorgen

- attente dingen doen met persoonlijk contact

Denk aan: bellen voor verjaardagen of zomaar om even een praatje te maken, zelf relatiegeschenken langs brengen, een receptie geven waar klanten voor uitgenodigd worden

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Koude Acquisitie

Koude acquisitie is het benaderen van potentiële klanten die jou en je bedrijf niet kennen. Je doet dat bijvoorbeeld met een mailing of door te bellen.

Het is een duidelijke en arbeidsintensieve vorm van acquisitie.

Als je koude acquisitie wilt gaan plegen, kun je je oefenen in het omgaan met de zaken waar je dan onherroepelijk tegenaan zult lopen.

Het aantal afwijzingen zal het aantal positieve antwoorden ver overtreffen. De succeskans is namelijk erg klein, een 'ja' op honderd keer 'nee' is niet overdreven.

Het betekent dat je honderden telefoontjes moet voeren om een afspraak te kunnen maken voor een acquisitiegesprek met een bedrijf. Van de tien afspraken leiden er dan ongeveer twee tot een opdracht.

Dus: als je makkelijk telefoneert en niet al te erg onderuit gaat nadat je een afwijzing hebt gekregen, maar dat gewoon kan zien als onderdeel van het werk, is dit een manier van aan klanten komen.

Om je succeskans te vergroten, helpt het om alleen te bellen als je je goed voelt, je erop te kleden, goed rechtop te zitten en te bellen 'met een glimlach'.

Het is vaak wel handig om de kneepjes van dit vak te leren van een oude rot in het vak en bijvoorbeeld een acquisitie cursus te doen. Op www.djump.nu vind je een speciale acquisitie cursus voor kleine zelfstandigen

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Tips voor mailings, nieuwsbrieven en persberichten

1. Verlaat je eigen denkwereld en betreed de wereld van het attractief schrijven.

Denk aan je publiek: journalisten en publiek. Wat je schrijft moet voor hen nieuws zijn én aantrekkelijk leesbaar. Ga ervan uit dat je lezerspubliek

- van niets weet
- lui is (en na een of twee alinea's afhaakt)
- zich door jouw tekst bewust gemaakt moet worden van een behoefte

2. Formuleer voor jezelf een doel voor je tekst: wat wil je ermee bereiken?

Bijvoorbeeld: naamsbekendheid onder andere ondernemers, naamsbekendheid onder een specifiek publiek, potentiële deelnemers voor een workshop.

3. Kies één boodschap en één publiek.

4. Wat is het nieuws?

wat jij nieuws vindt, kan voor anderen vanzelfsprekend zijn (zoals een nieuwe website, bijna ieder bedrijf heeft al een website, dus je zult duidelijk moeten maken waarom jouw website dan zo bijzonder is of wat andere mensen er aan kunnen hebben).

5. Zorg dat duidelijk wordt wat de lezer aan jouw aanbod heeft:

welk probleem los je voor hem of haar op?

6. Schrijf aantrekkelijk

- begin met het nieuws/ het belangrijkste
- hang je bericht op aan de formule: wie, wat, waar, wanneer en hoe
- formuleer pakkend en direct (dus niet 'zou kunnen hebben', maar 'heeft')
- hou het eenvoudig
- kies de juiste toon: kom over zoals je bedoelt

7. Vergroot de visuele aantrekkelijkheid van je bericht

- verdeel je tekst in lead en alinea's en maak tussenkoppen
- lever er relevant beeldmateriaal bij

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

8. Wees niet te bescheiden of te voorzichtig: kom uit voor wat je wilt

Maak duidelijk wat je wilt bereiken en vermeld dus altijd je url onderaan je bericht.

9. Laat iemand anders het nalezen: zelf raak je blind voor je eigen fouten.

Bovendien zit je vaak te diep in de materie en laat je een ingeslagen weg maar moeilijk los, als jij eenmaal denkt dat 11 juni op een dinsdag valt, kun je jezelf daarop moeilijk corrigeren

10. Bied een persbericht aan bij de juiste media

- lokale initiatieven: huis aan huisbladen en lokale media, kabelkranten, buurtlink
- landelijke initiatieven bij landelijke media, in relevante netwerken, bij relevante persbureaus. Het kan de moeite lonen om te betalen voor een persbericht, zoals bij Nieuwsbank. Google persberichten plaatsen en kijk eens op: <http://www.freepublicity.nu>, www.nieuwsbank.nl of www.hotfrog.nl

11. Zet aan het einde van je persbericht de gegevens voor de redactie

Vermeld duidelijk naam, adres, telefoonnummer(s), emailadres en url website.

12. Extra tips voor nieuwsbrieven en mailings:

- vermeld duidelijk je naam en telefoonnummer, zodat je te bereiken bent
- zorg voor een doorklikmogelijkheid naar je website
- zorg altijd voor een mogelijkheid tot afmelden

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Kijk af bij marketeers

<http://www.getclientsnow.nl/> Laura Babeliowski

<http://www.peterdesmyttere.com/> Peter de Smyttere

<http://www.enthousiasmeren.nl/> Erno Hannink

<http://socialmediavision.com/> Sociale media gebruiken

<http://sethgodin.typepad.com/> Seth Godin (marketinggoeroe)

<http://smallbiztrends.com/> Anita Campbell

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01

Emotie-management voor zelfstandigen

Werk geeft regelmaat aan je leven. Voor een zelfstandig ondernemer kan dat heel anders liggen. Vooral als je veel thuis werkt in je eentje, loop je aan tegen zaken als zelfdiscipline en eenzaamheid.

Je wordt geconfronteerd met situaties die basale gevoelens losmaken.

Vooral dat je geen vast inkomen hebt, kan je bang maken en ervoor zorgen dat je werk aanneemt waar je later spijt van krijgt. Een zelfstandige kan dus te maken krijgen met gevoelens als:

- **angst** (om onvoldoende klanten te vinden, een te laag bedrag te bedingen om te hard moeten werken)
- **buitengesloten voelen** (alleen thuis, in plaats van tussen de collega's)
- **teleurstelling** (omdat het ondernemerschap veel complexer is dan je had gedacht en bijvoorbeeld het alleen werken je zwaar tegenvalt)
- **jaloerie** (op mensen die meer succes hebben dan jij of op mensen in loondienst omdat zij tenminste een vast inkomen verdienen)

Er is vaak een reden voor je gevoel en dus is je gevoel niet 'onterecht'.

Toch kan je gevoel heel belemmerend werken. Zeker als je tegen je gevoelens vecht en bijvoorbeeld geforceerd optimistisch blijft, of door je gelijk te proberen te bewijzen in een situatie waar je geen macht over hebt, kun je juist blijven hangen in negatieve gevoelens. Realiseer je dat gevoelens komen en gaan en dat ze vaak sterker worden als je jezelf er tegen verzet of als je ze voedt door je gelijk te bewijzen.

Effectievere manieren zijn

- op je gevoelens te mediteren
- erover te praten met je vrienden en vriendinnen
- ze afreageren door te sporten of te klussen in huis

Probeer je ook na tegenslagen te focussen op je verlangen om volledig tot je recht te komen op je werk.

Ik wens je veel succes in je ondernemerschap

mr. Caroline Franssen

HeartManagement coaching in leiderschap

Internet: www.HeartManagement.nl

Ant. van Lalainglaan 1, 4101 HS Culemborg

Telefoon 0345-533967

Email: coaching@heartmanagement.nl

Post: Postbus 146, 4100 AC Culemborg

KvK 30127939 - BTW 1225.76287b01