

Inhoud

Inleiding	9
1 De 100.000 euro-mindset: van zzp'er naar echte ondernemer	15
2 Kies je niche	33
3 Claim je niche	53
4 Creëer een high-end dienstenaanbod	75
5 Klanten werven in een continue stroom	101
6 Hoge prijzen leren vragen	125
7 Je bedrijf verder laten groeien	147
Dankwoord	157
Over de auteur	159

Inleiding

Ik schreef dit boek omdat ik zelfstandigen heel graag het geheim van 100.000 euro per jaar wil leren. Je zult je misschien afvragen: waarom is het zo belangrijk om 100.000 euro per jaar te verdienen? Veel zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers) zijn voor zichzelf begonnen om nu eindelijk eens te kunnen doen wat ze echt willen. Ze willen meer vrijheid en ze willen kunnen werken onder hun eigen voorwaarden. Die vrijheid is zo belangrijk voor ze, dat ze een goed inkomen een stuk minder zwaar vinden wegen. En dat kan ik met heel mijn hart begrijpen. Als voormalig medewerker in loondienst ben ik nog iedere dag blij om de vrijheid die ik heb, de zeggenschap over mijn tijd en over mijn doelen. Vrijheid is ook voor mij het allerbelangrijkste. Maar veel zzp'ers komen erachter dat een goed inkomen wel degelijk essentieel is. Ze hebben gezinnen die ze willen onderhouden en ze willen goed kunnen leven. Als je je hier zorgen over maakt, is er op een gegeven moment van vrijheid geen sprake meer.

Uit de cijfers van het CBS (2016) blijkt dat het nog steeds een minderheid is die echt goed kan leven van het eigen bedrijf. Een zelfstandige zonder personeel verdient gemiddeld 32 duizend euro per jaar. Daar moet alles nog af: belasting, pensioenen,

verzekeringen en opleidingen. Dat heeft enorme consequenties. Te weinig verdienen, betekent dat je te weinig kunt sparen. Je moet altijd doorwerken, omdat je anders niets verdient.

Er dreigen ook andere gevaren voor zzp'ers. De Wet deregulering beoordeling arbeidsrelaties (DBA) is ingegaan. Door deze wet kunnen zzp'ers niet meer zoals voorheen makkelijk op uur-basis werken, zonder hun status als zelfstandige te verliezen. Het wordt steeds belangrijker dat de zzp'er een echte ondernemer wordt, die zonder gezagsrelatie werkt. Dat wil zeggen dat je een eigen aanbod van diensten hebt, werkt volgens je eigen voorwaarden en je eigen methode.

De afgelopen jaren heb ik letterlijk duizenden mensen geholpen om zo'n echte ondernemer te worden die heel goed verdient. Ik leer ze hun eigen aanbod te ontwerpen en dit voor goede prijzen te verkopen. Ik vind het superbelangrijk dat heel veel mensen weten hoe dit werkt. Het is kennis die je sterk en onafhankelijk maakt.

Hester, een klant van mij, was zo iemand die deze weg is gegaan. Hester had haar jarenlange functie als schooldirecteur opgegeven en was voor zichzelf begonnen als adviseur in het onderwijs. In het begin was ze enorm opgelucht dat ze niet iedere dag meer in de file hoefde te staan en dat ze geen beleid meer hoefde uit te voeren waar ze niet achter kon staan. Maar ze ontdekte al gauw dat onzekerheid over haar inkomen een nieuwe dwang op haar uitoefende.

Hester werkte altijd via andere adviesbureaus en ze merkte dat de opdrachten terugliepen. Met een gezin met jonge kinderen en een partner die parttime werkte, begon ze hem te knijpen. Hoe kon ze ervoor zorgen dat ze voldoende inkomen kreeg,

in een continue stroom, waarmee ze goed voor zichzelf en haar gezin kon zorgen?

Hester ging meedoen aan het jaarprogramma van Bouw een Bloeiend Bedrijf en zette alle stappen die het programma haar leerde. Ze ontdekte hoe ze haar eigen aanbod kon creëren, zodat ze niet meer afhankelijk was van andere bureaus. En ze leerde hoe ze goede prijzen kon vragen en klanten kreeg in een continue stroom, zodat ze voortdurend kon rekenen op inkomen. En het ging nog verder. Hester kon in haar eigen programma's haar visie op onderwijs tot uiting brengen, en daarin andere schooldirecteuren meekrijgen. Dat gaf haar een diepe vervulling. Na een jaar ongeveer brak ze door de 100.000 euro-grens heen. Ze had de code gekraakt en was heel blij.

Hoe kon ze dit zo gauw bereiken? Het is niet zo moeilijk als je het zo bekijkt. Om 100.000 euro te verdienen heb je verschillende keuzes:

- Je kunt 100.000 klanten werven die je allemaal 1 euro betalen.
- Je kunt 10.000 klanten werven die je allemaal een tientje betalen.
- Je kunt 1000 klanten werven die je allemaal 100 euro betalen.
- Je kunt 100 klanten werven die je allemaal 1000 euro betalen.
- Je kunt 10 klanten werven die je allemaal 10000 euro betalen.
- Of je kunt 1 klant werven die je 100.000 euro betaalt.

Voor Hester gold dat ze een mix maakte. Ze voerde programma's uit waarbij de schooldirecteuren 2500 euro betaalden. Daarvan had ze er 20 per jaar. Dat leverde 50.000 euro op. Daarnaast deed ze twee incompanytrajecten op scholen. Die leverden elk 20.000 euro op. Zo zat ze al op de 90.000 euro per jaar. Verder gaf Hester verschillende tweedaagse workshops, die 500 euro kostten. Ze gaf deze workshops 3 keer per jaar, met telkens 10 mensen erin. Dat leverde alweer 15.000 euro op. Zo kwam ze

algauw uit op 105.000 euro per jaar. Terwijl ze maar iets van 25 klanten nodig had; een deel nam namelijk zowel deel aan het programma als aan de workshop.

Zo pakte Hester het aan en daarvoor moest ze verschillende vaardigheden leren. Daarover gaat dit boek. Toen ik Hester laatst sprak, was ze alweer de 150.000 euro gepasseerd. Het model dat ze nu toepast, is namelijk schaalbaar. Ze kan meer mensen in haar groep krijgen en haar prijs verhogen. Allemaal vaardigheden die ze heeft geleerd. En het eind is nog niet in zicht.

Het is mij een bijzondere eer en een groot genoegen om mijn klanten deze zaken te leren. Ik weet uit ervaring hoeveel spanning het geeft als je niet genoeg verdient. En hoeveel plezier en vervulling ertegenover staan, als je deze zaken wel onder de knie krijgt.

Voor welke zzp'ers is dit boek? Je hebt natuurlijk zzp'ers in alle soorten en maten. Dit boek richt zich vooral op de hoogopgeleide dienstverleners, zoals adviseurs, trainers, coaches en andere zelfstandigen die hun klanten helpen met kennis en vaardigheden. 'Kan iedereen dit leren?' is de vraag die ik weleens krijg. Mijn visie is dat je in principe alles kunt leren, als je het maar wilt. In een ver verleden heb ik weleens gedacht dat je als ondernemer geboren moest worden. Inmiddels weet ik beter. Ooit woonde ik een lezing bij van de Amerikaanse spreker Brian Tracy. Hij zei: 'All business skills are learnable.' Het heeft me enorm veel opgeleverd om er zo naar te kijken. Het enige wat nodig is, is commitment en volharding.

De vaardigheden die je nodig hebt, zijn:

- een goede niche kiezen;
- je niche claimen;
- klanten interesseren voor je dienst;
- een eigen aanbod van diensten maken, waar klanten héél graag gebruik van willen maken;
- een voortdurende stroom klanten werven;
- hoge prijzen vragen voor je diensten.

En als je dit gaat doen, zit er geen grens aan. Je kunt je bedrijf nóg verder laten groeien. Dat is waar dit boek over gaat. Ik geef je heel veel voorbeelden van hoe mensen deze vaardigheden toepassen in de praktijk. Die zijn allemaal gebaseerd op mijn eigen ervaringen met klanten. En bij ieder hoofdstuk geef ik je de gelegenheid om checklists te downloaden, zodat je je kennis nog kunt vergroten.

Ik hoop van harte dat de lessen in dit boek je gaan helpen om ook je eigen 100.000 euro per jaar te verdienen, op een betrouwbare en voorspelbare manier, en natuurlijk met het werk dat je het allerliefst doet.

1 De 100.000 euro-mindset: van zzp'er naar echte ondernemer

Iedereen die voor zichzelf begint, heeft een droom. Sandra, een klant van mij, vertelde mij de hare: 'Na een jarenlange zware baan als manager was ik een coachopleiding gaan volgen. Ik wilde heel graag mijn eigen bedrijf beginnen als coach. Ik zag het helemaal zitten: werken onder mijn eigen voorwaarden, mensen kunnen helpen zoals ik het zelf wilde, niet meer iedere dag vele uren in de auto zitten.

Ik had een heel mooie coachruimte gevonden, dicht bij een prachtig bos. Daar wilde ik mijn klanten gaan coachen. Ik zag het voor me: ik zou altijd verse bloemen neerzetten. Ik had een paar contacten in mijn oude netwerk, die mij meteen enkele klanten opleverden. Mijn plan was om een stuk of zes klanten per dag te coachen, niet meer, want ik had al gemerkt dat coaching heel intensief was. 's Ochtends drie en 's middags drie. Het leek me heerlijk werk. En ik wilde er goed mee verdienen. Niet dat het me om het geld ging, want dan had ik beter manager kunnen blijven, maar ik wilde er wel een goed leven mee creëren voor mijn gezin en mij.

Vaak zat ik te rekenen: als ik 150 euro per coachingsessie zou vragen, en zes coachsessies per dag zou doen, kon ik per dag 900 euro verdienen. Als ik dit ongeveer vier dagen per week zou

doen, zou ik 3600 euro per week kunnen verdienen. Per maand zou dat 14.400 euro zijn. Dat was meer dan ik ooit zou kunnen dromen en het drievoudige van het salaris dat ik eerder had.'

Het had allemaal heel mooi geklonken. Maar Sandra merkte dat de realiteit heel anders was. Op de een of andere manier leek het niet te lukken. 'Het eerste wat ik merkte, was dat coachen nog veel intensiever was dan ik dacht. Drie klanten per dag, meer kon ik niet aan. Dat betekende dus al de helft minder aan inkomsten. Het probleem was ook dat klanten vaak niet konden op de tijdstippen die ik bedacht had. Zo zat ik vaak een ochtend zonder, terwijl de dagen die ik bestemd had als mijn "vrije dag", dichtslibden met coachinggesprekken.

Doordat mijn tijd zo versnipperd raakte, hield ik geen tijd over om te netwerken en mensen te bellen. Ik wilde een artikel publiceren, maar daar kwam het telkens niet van. Dat had tot gevolg dat ik veel te weinig klanten had. Het netwerk waar ik in het begin uit kon putten, was snel opgedroogd.

Zo kwam het erop neer, dat ik de hele week druk bezig was, maar toch heel weinig verdiende. De 14.400 euro per maand die ik had gedroomd te verdienen, bleek een luchtspiegeling. In de praktijk kwam het neer op nog geen 1000 euro per maand gemiddeld. De verse bloemen elke dag, daar had ik helemaal geen geld voor.'

Sandra zag het niet meer zitten. 'Dit is niet meer wat ik wil ... Toch moet ik er niet aan denken om weer in loondienst te gaan ... Wat kan ik doen om het slimmer aan te pakken?'

Sandra's verhaal staat niet op zichzelf. Er is geen coach, maar ook geen zzp'er in het algemeen, die niet worstelt met genoeg inkomsten en met het spanningsveld tussen tijd en geld. Het lijkt moeilijk om echt goed te verdienen als zzp'er.

Op de een of andere manier lukte het Sandra niet goed om haar praktijk vol te krijgen, met een doorlopende stroom klanten, die netjes stuk voor stuk binnenkomen. Hoe komt het dat Sandra die droom dan toch had?

Het verdienmodel waar Sandra voor koos, dus de manier waarop ze haar inkomsten wilde genereren, was gebaseerd op het model van de klassieke therapeut. Veel coaches denken dat dat de manier is waarop ze moeten werken. Denk aan Sigmund Freud met zijn divan. Patiënten kwamen de hele dag op zijn divan terecht. Zo zag Sandra het ook voor zich. Maar zo werkte het niet in de praktijk.

Waarom werkt dat model niet voor de coach? Omdat het gebaseerd is op subsidie van de overheid. Een therapeut hoeft niet aan marketing te doen (al gaat ook dat nu snel veranderen), want hij krijgt klanten via het medische circuit. De klassieke therapeut hoeft zich geen zorgen te maken over gaten in zijn schema, omdat er een overvloed aan patiënten geleverd wordt via dit circuit.

Die situatie is voor een moderne coach heel anders. Om aan klanten te komen, moet die wel aan marketing doen, zichtbaar worden, telkens mensen benaderen. Dat kost tijd – zoveel tijd, dat je slechts een paar dagen per maand kunt coachen. Die coachingssessies moeten dan zo duur worden, dat veel mensen zich deze niet kunnen veroorloven.

Dat wil niet zeggen dat hoge prijzen niet mogelijk zijn, en dat er geen mensen zijn die ze willen betalen. Maar als je een een-op-eenpraktijk hebt, waarin je nauwelijks aan marketing kunt doen omdat je daar geen tijd voor hebt, is het moeilijk de expertstatus op te bouwen die daarvoor nodig is.

Betekent dat dat de droom van een goedlopende coachpraktijk inderdaad een illusie is? Zeker niet. Maar laat ik eerst mijn eigen verhaal vertellen ...

Waarom ik voor mezelf begon

Ook zelf had ik destijds de ervaring dat het genereren van voldoende inkomsten heel moeilijk was. Eind jaren negentig had ik ontslag genomen. Het contract dat ik had, liep nog een halfjaar, maar ik had er plotseling schoon genoeg van. Jarenlang was ik van baan naar baan gehopt als kwaliteitsmanager. Het werk werd goed betaald, maar toch was ik het zat. Ik was het zat om telkens korte projecten te doen van maximaal een jaar en dan weer ontslagen te worden. Ik voelde me niet gezien in mijn talenten en in de waarde die ik te bieden had.

Werken op de arbeidsmarkt in de jaren negentig had me een van de grootste desillusies van mijn leven voorgeschoteld: dat het niet uitmaakt of je je best doet of niet. Mijn leven lang had ik mijn best gedaan op school en universiteit. En altijd was ik beloond geweest: met goede punten, diploma's, het overgaan naar een volgende klas en later het verwerven van mijn doctorandustitel. Nu bleek dat niet meer op te gaan. Ook al leverde ik heel goed werk, waar het management blij mee was, toch werd dit nooit beloond met een vaste baan, laat staan het perspectief op een carrière. Dat werd ergens 'boven' besloten, waar ik geen grip op had.

Ik kon nooit de vruchten plukken van mijn werk. Nooit voldoening ervaren door geslaagde projecten uit te voeren. Als de resultaten kwamen, was ik al weg. Ik was diep gedemotiveerd en ook tot op het bot verveeld, omdat ik geen ontwikkelingskansen had. Ik verlangde ernaar iets op te bouwen, mijn tanden ergens in te zetten, in iets wat van mezelf was, waar ik wél vervulling en plezier uit zou gaan halen. Iets waarin ik onafhankelijk was van kille beslissingen van een management waar ik geen invloed op kon uitoefenen.

Ik wilde een bedrijf opbouwen waarin de waarden haaks

stonden op wat ik had meegemaakt in het bedrijfsleven. Vriendelijkheid, respect en integriteit zouden in mijn bedrijf wél belangrijk zijn.

Dát was voor mij de reden om voor mezelf te beginnen. Maar het was ook belangrijk voor me om er goed mee te verdienen. Ik woon in Amsterdam, en het is niet dat ik daar groenten verbouw ... In een verstedelijkte samenleving is alles van geld afhankelijk. Ik wilde met mijn vriendinnen uit eten kunnen gaan, zonder dat ik op de kosten hoefde te letten. Ik wilde op vakantie, ik wilde alle cursussen en opleidingen volgen die belangrijk voor me waren. Dat kostte geld.

In de praktijk bleek dat heel moeilijk. Ik wist niet goed hoe ik aan klanten kon komen. Ik kende maar één manier, dat was koude acquisitie, en daar was ik als de dood voor.

Ik kreeg wel wat werk te doen, als organisatieadviseur, als redacteur en als trainer. Ik pakte alles aan en deed iedere keer wat anders. Ik was als een rauwe aardappel: iedereen wilde me op een andere manier: gefrituurd, geschild of gebakken.

Mensen zeiden dat het 'moest gaan rollen'. Daar hoopte ik ook op. Soms rolde het, maar vaak rolde het helemaal niet. Mijn uurprijs lag wellicht hoger dan in loondienst het geval was geweest, maar dat werd gauw tenietgedaan door de vele uren die ik niet werkte.

Ik wilde altijd zo veel mogelijk uren werken bij een opdrachtgever, dan verdiende ik goed. Maar als ik vele uren werkte, had ik geen tijd om te netwerken. Het bleek heel moeilijk om er een stroom in te krijgen en om per maand genoeg te verdienen om van te leven.

De mythe van de ondernemer

Waar Sandra en ook ikzelf last van hadden, was van de *entrepreneurial myth* die Michael Gerber beschrijft in zijn boek *The E-myth* (1986). Dit is de mythe van de vakman of vakvrouw die voor zichzelf begint, en denkt succesvol te kunnen zijn als hij of zij maar goed is in zijn of haar vak. In deze mythe geloven ook de vele duizenden zzp'ers die er in Nederland zijn.

Wat houdt de *E-myth* precies in? Samengevat is Gerbers stelling dat de vakman of vakvrouw die voor zichzelf begint, dit op basis van arbeid wil doen. Je wilt je bedrijf bouwen op je eigen inzet, uren en energie en dus tijd. En dan loop je onherroepelijk vast. Wat gebeurt er als je dit doet?

Als je je arbeid verkoopt, verdien je met je uren en energie, maar die zijn beperkt. Je kunt maximaal acht à tien uur per dag werken. Dus je kunt nooit veel verdienen. Dit is ook wat Sandra merkte. Ze merkte dat ze maximaal drie coachklanten per dag kon hebben. Als ze 150 euro vroeg voor een sessie, zou ze 450 euro per dag kunnen verdienen. Als ze dit drie dagen per week zou doen, het maximum, omdat ze ook tijd nodig had voor marketing en verkoop, zou ze 1350 euro per week kunnen verdienen. Dat is per maand ongeveer 5000 euro. En dat voor een volle werkweek. Voor mensen in loondienst lijkt dat misschien veel, maar als zelfstandige heb je beslist meer nodig. Je moet immers ook je pensioen en je verzekeringen en je vakanties ervan betalen. Als je bent aangewezen op je eigen uren en energie, kom je dus in een spanningsveld tussen tijd en geld terecht.

Als je alleen verdient als je werkt, kun je bovendien niet aan je bedrijf werken. Je wilt niet te veel tijd steken in je marketing en het opbouwen van je bedrijf, omdat je dan niets verdient. Zo

trek je geen publiek aan buiten je eigen netwerk of kringetje. Je komt in een tredmolen terecht, waarin je een slaaf wordt van je bedrijf. Je komt er niet boven te staan. En lukt het je toch om steeds meer klanten aan te trekken, dan moet je steeds harder werken naarmate je succesvoller wordt. Je bent immers nog steeds op je eigen inzet aangewezen, waardoor je het heel erg druk krijgt en nergens meer tijd voor hebt. Dat is geen aantrekkelijk vooruitzicht en het remt mensen om naar succes te streven.

Succes leidt er ook toe dat je steeds vaker nee moet zeggen tegen klanten. Dit is wat Freek, een klant van mij, merkte. Hij werkte als copywriter voor grote bedrijven. Toen schreef hij een boek over copywriting, waardoor hij steeds bekender werd. Klanten kwamen op hem af, maar hij had geen tijd voor ze, zijn uren waren op. Dus moest hij telkens nee verkopen. Daar baalde hij van. Hij merkte dat zijn verdienmodel niet schaalbaar was. Schaalbaarheid is echter essentieel om goed te kunnen verdienen met je bedrijf.

« Als je geld verdient met uren verkopen, moet je steeds harder werken naarmate je succesvoller wordt »

Het probleem van geld verdienen met je arbeid is ook dat je niet iets opbouwt wat je kunt verkopen, want zonder jou kan je bedrijf niet bestaan. Niemand wil per slot van rekening een baan kopen. Zo werk je tientallen jarenlang hard, maar je staat uiteindelijk met lege handen.

Dit zijn allemaal problemen waardoor zzp'ers veel te weinig verdienen. Hieraan ten grondslag ligt het willen verkopen van je arbeid. Er is dus een andere visie, een andere mindset nodig als je je inkomen echt wilt laten groeien én niet wilt vastlopen in

tijdgebrek. Dat is de 100.000 euro-mindset. Daarover lees je zo dadelijk meer.

Andere misvattingen van de zzp'er

Laat ik eerst nog enkele andere mythes bespreken die veel zzp'ers geloven, waardoor ze niet zo succesvol zijn als zou kunnen.

'Om klanten te krijgen, moet je aan koude acquisitie doen en sociale media benutten'

Mensen weten vaak niet hoe klanten krijgen precies werkt. Ze hebben een paar klanten gekregen via hun netwerk, maar zien dat als toevallig. Ze denken dat acquisitie vraagt om moeilijke dingen, zoals het bellen van potentiële klanten, de zogenoemde *koude leads*. Dat je daadwerkelijk kunt sturen op klanten krijgen door netwerken en mond-tot-mondreclame, is iets wat nog heel veel zzp'ers niet weten.

Tegenwoordig denken ook veel mensen dat alles draait om sociale media en dat die hun klanten gaan opleveren. Ze twitteren heel veel, bouwen een publiek op en denken dat daar de klanten vanzelf uit voort zullen komen. Dat hoeft echter helemaal niet per se.

Een tijd geleden voerde ik een gesprek met een heel bekende socialemediacoryfee. Ze heeft letterlijk tienduizenden volgers op de sociale media, heeft verschillende boeken geschreven en een eigen podcastuitzending met vele honderden luisteraars. Toen ik met haar in gesprek was, bleek dat ze heel veel moeite had om rond te komen. Ze verdiende 50.000 euro bruto per jaar. Voor sommigen is dat misschien veel, maar daar moest ze met haar hele gezin van rondkomen en ook haar opleidingen van betalen. De realiteit was dat ze voortdurend in geldnood zat.

Wat mij uit het gesprek duidelijk werd, was dat ze niet pre-

cies wist hoe klanten krijgen werkte. Ze wist niet welke stappen ervoor nodig waren en welke acties vereist zijn. Haar hele bedrijf was op hoop gebaseerd. Ze hoopte iedere keer dat er klanten voortkwamen uit haar activiteiten, en was behoorlijk gefrustreerd dat dit niet zomaar leek te lukken.

Als je niet precies weet hoe klanten krijgen werkt, krijg je er geen grip op. Je wacht te veel af. De stroom lijkt telkens te stikken. Voor mij is het een raadsel waarom zoveel zzp'ers een bedrijf hebben dat in hun dagelijkse brood moet voorzien, terwijl ze niet hebben geïnvesteerd in de kennis die nodig is om dit te doen.

'De klant is koning en het is belangrijk dat je goed naar klanten luistert'

Petra, een klant van mij, vroeg me: 'Een klant wil dat ik een rapport voor hem schrijf. Hij denkt dat het ongeveer twee dagen in beslag zal nemen. Hoeveel moet ik ervoor rekenen, vind je?' Dit is een typisch voorbeeld van hoe veel zzp'ers werken. Ze laten de klant bepalen hoe ze werken. Ze hebben gehoord dat het belangrijk is om naar klanten te luisteren.

Als de klant zegt: 'Je krijgt hier zoveel uur voor', nemen ze dat zo aan. De werkwijze van deze zzp'ers is niet gestandaardiseerd. Ze vinden altijd het wiel uit. Hun offertes kosten veel tijd, omdat ze altijd anders zijn. Dat vergt veel energie.

Ook zelfstandige interim-managers en projectleiders werken op deze manier. Hun opdrachtgever ziet ze vaak als veredelde medewerkers, die hij op uurbasis laat werken: het werknemersverdienmodel. Iets anders kennen deze opdrachtgevers niet. Als zzp'er werk je dan heel veel uren en heb je verder nergens meer tijd voor. Je verdient misschien wel goed, maar als ondernemer heb je tijd nodig om te werken aan je bedrijf.

Werken zoals de klant het bedacht heeft, is niet in je voordeel. De klant heeft geen verstand van hoe jij rendabel kunt werken. Dat heb alleen jij! Om goed te verdienen, is het van belang om zelf een aanbod te hebben en een methode hoe je werkt. Dit wordt het *businessmodel* genoemd: de manier waarop je je geld verdient. In hoofdstuk 4 lees je wat goede businessmodellen voor dienstverleners zijn, die veel rendabeler zijn en niet meer afhankelijk van de uren die je werkt.

'Je krijgt klanten door goede offertes te maken'

Heel veel zzp'ers denken dat ze offertes moeten maken. Ze besteden veel tijd aan het maken van offertes voor klanten. Vaak alleen al op basis van een telefoontje van de klant. 'Doe mij eens een offerte voor een training klantgerichtheid.' Ze maken de offerte, maar missen basisinformatie. Dat kost heel veel tijd en vaak ben je na afloop weer een illusie armer. Het is geen goede manier van werken. Hoe dat veel slimmer kan, lees je in hoofdstuk 5.

'Klanten willen zo voordelig mogelijk iemand inhuren of inkopen'

Veel zzp'ers denken dat hun klanten hen niet kunnen betalen, en zo min mogelijk geld voor hun diensten over hebben. Dit is een gigantische mythe.

Ik heb ondernemers ontmoet die hun hele bedrijfsvoering en hun hele marketing richten op klanten die altijd klagen over de prijs en hen eigenlijk te duur vinden. Ze passen hier hun producten en hun prijzen op aan en richten hun hele marketing erop. Alleen maar omdat ze het idee hebben dat de wereld zo in elkaar zit en dat klanten zo nu eenmaal zijn. Vaak zijn deze bedrijven op sterven na dood.

Als ze dit idee zouden loslaten, en in gaan zien dat het klanten niet om de prijs, maar om de waarde gaat die ze opleveren,

kunnen ze heel snel hun inkomsten verdubbelen of verdriedubbelen, als ze hun prijzen verhogen en hun aanbod upgraden. Meer hierover lees je in hoofdstuk 6.

'Marketing is manipulatie en mensen lastigvallen'

Veel zzp'ers hebben een negatief oordeel over marketing, of ze weten niet precies wat ze moeten doen om te marketen. Ze zijn dus niet zichtbaar voor de klant. Ze laten hun opdrachten afhangen van hun eigen kleine kringetje, en zijn niet in staat om mensen van daarbuiten naar zich toe te trekken.

Veel mensen denken ook dat marketing mensen lastigvallen is. 'Zijn er al niet veel te veel van die nieuwsbrieven?' is een van de meestgestelde vragen die ik krijg. Als je dit idee loslaat en marketing positief gaat zien, als iets wat de klant kan helpen om voor jou te kiezen, zal je inkomen een boost krijgen.

'Je bedrijf gaat rollen als je goed werk levert en je best doet'

Veel zzp'ers denken dat goede prestaties zullen leiden tot mond-tot-mondreclame en tot succes. Goede prestaties zijn zeker van groot belang, maar het is niet genoeg om een goedlopend bedrijf te krijgen.

De reden is dat mensen, ook al zijn ze tevreden, niet per se je naam aan anderen doorgeven. En ze vergeten je na een tijdje weer, als ze niets meer van je gehoord hebben. Er is veel méér nodig om bekendheid en zichtbaarheid te krijgen. Dat is continue en consistente marketing en daarover lees je meer in hoofdstuk 3.

'Ik moet mezelf verkopen'

Mensen denken dat ze zichzelf moeten verkopen, in plaats van een dienst of product. Dit hoor ik heel vaak en het is een enorme belemmering. 'Toen ik nog bij een farmaceutische groothandel

werkte, was ik een kei in verkopen', zo vertelde mij een vrouw. 'Maar toen ik voor mezelf begon, had ik er enorme moeite mee. Het ging nu om mezelf, want ik werkte als consultant, maar mezelf kon ik niet zomaar enthousiast aanprijzen. Daar haakte ik af. Ik was heel gevoelig voor de afwijzingen die kwamen, omdat ik het allemaal heel persoonlijk nam.'

Naar mijn mening verkoop je zeker niet jezelf als zzp'er. Dat is een misverstand. Natuurlijk speelt jouw persoonlijkheid een belangrijke rol. Maar je verkoopt niet jezelf, maar een bepaalde oplossing voor een bepaald vraagstuk. Deze waarde staat los van jezelf. Mensen kopen de waarde, niet jou. Het is alleen belangrijk dat je dit weet, en er zijn verkoopvaardigheden nodig om je oplossing te verkopen.

Hoe word je een echte ondernemer?

Al deze mythes hebben tot gevolg dat de zzp'er niet genoeg verdient. Wat zijn de feiten? Zzp'ers verdienen de afgelopen jaren gemiddeld bijna 32.000 euro (CBS, 2016). Er zijn grote verschillen wat betreft inkomen. De helft heeft een inkomen van minder dan 25.500 euro. 10 procent heeft een inkomen van iets meer dan 3 duizend euro per jaar. De top 10 procent verdient meer dan 70.000 euro. Een feit is dat velen zich zorgen maken over hun pensioen. Er is veel stress bij zzp'ers. Maar er zijn oplossingen voor.

Wat kun je hieraan doen?

Het hoeft niet zo te zijn. Er zijn zelfstandige coaches, trainers en adviseurs genoeg die goedlopende bedrijven hebben, zeer goed verdienen en hun talenten maximaal kunnen ontwikkelen. Ze verdienen met gemak 100.000 euro of meer. Hun geheim: ze worden een echte ondernemer. Wat is dat precies?

Een ondernemer is iemand die een probleem van een klant helpt op te lossen, en daarmee winst genereert.

Deze gedachte alleen kan het grote verschil gaan maken om 100.000 euro en meer te gaan verdienen. Ik noem het de 100.000 euro-mindset.

Van belemmerende ideeën naar winstgevende inzichten

De definitie van wat een ondernemer is, maakt je los van allerlei mythes en belemmerende ideeën. Hoe zit dat precies?

Als je jezelf ziet als een ondernemer die oplossingen verkoopt, kun je gaan zien dat deze oplossing niet per se via jouw arbeid hoeft te komen. Je hoeft dan niet meer je uren te ruilen tegen geld, maar kunt alternatieven bedenken om deze waarde te leveren. Je wordt meer als een fabrikant van koekjes, die mensen helpt iets lekkers te eten. Hij hoeft de koekjes niet zelf te bakken. Hij huurt personeel in om dat te doen.

In plaats van telkens wat anders te doen, en de klant te laten bepalen hoe je werkt (wat meestal niet in jouw voordeel is), ga je je manier van werken als een product aan klanten aanbieden. Het 'productiseren' van je aanbod betekent dat het een naam krijgt, een bepaalde belofte en een bepaalde prijs. Klanten kopen nu je producten, en dat is niet alleen in jouw voordeel, maar ze vinden het zelf nog veel aantrekkelijker ook dan het kopen van een onbestemd aantal uren.

Om echt die goedverdienende ondernemer te worden, is het vervolgens van belang om je product te standaardiseren en herhaalbaar te maken. Je volgt telkens een bepaalde methode, waarin je, door deze vaak uit te voeren, steeds meer routine bereikt en dus meer efficiency. In het begin kost het je misschien nog veel tijd, maar die neemt steeds af. De mate waarin je dit efficiënt doet, maakt je succes uit.

Dit is wat de eerdergenoemde Freek bijvoorbeeld deed. Als copywriter die het zat was om nee te moeten verkopen omdat hij bomvol zat in het werk, besloot hij zijn dienst te productiseren en te standaardiseren. Hij maakte een programma waarin hij marketingmedewerkers ging trainen om onlinemarketing te doen. In het begin was het veel werk om het op te zetten, maar toen hij het programma eenmaal had ontwikkeld, kostte het veel minder tijd om uit te voeren. Zo hield hij tijd over, terwijl hij toch geen nee meer hoefde te verkopen aan opdrachtgevers. Hij nodigde ze eenvoudigweg in zijn programma uit.

Als je gaat productiseren, is het grote voordeel ook dat je iemand anders je waarde kunt laten leveren. Ook dit kan de zzp'er

« Maak van je aanbod een product: dat is voordelig voor jou en aantrekkelijk voor je klanten »

die ondernemer wil gaan worden, bevrijden van het spanningsveld tussen tijd en geld. Je kunt meer klanten krijgen, en dus meer verdienen, als je je werk aan anderen overdraagt. Standaardisatie in je aanbod is dan nodig. Je kunt onmogelijk overdragen als je altijd wat anders doet en 'u vraagt, wij draaien' praktiseert.

die ondernemer wil gaan worden, bevrijden van het spanningsveld tussen tijd en geld. Je kunt meer klanten krijgen, en dus meer verdienen, als je

Je bedrijf zien als een oplossing voor een probleem, maakt je ook van het idee los dat per se jouw eigen arbeid de oplossing moet bieden. Je kunt allerlei andere oplossingen gaan bedenken om deze waarde te leveren. Iemand anders inhuren is maar één van de manieren om dat te doen.

Je kunt bijvoorbeeld oplossingen leveren door schriftelijke, auditieve of visuele informatie. Je schrijft bijvoorbeeld boeken of maakt een video. Deze kunnen je klanten ook heel goed helpen. Doordat je het werk niet meer telkens persoonlijk hoeft te doen, maak je jezelf vrij.

Je kunt dan ook je dienst schaalbaar maken. Schaalbaarheid wil zeggen dat je veel meer klanten tegelijk kunt helpen. Als je je oplossing kunt leveren los van jezelf, kun je je ook voorstellen dat je meer klanten tegelijk kunt helpen. Schaalbaarheid is dé sleutel voor veel meer inkomen. Klanten kunnen nog steeds profiteren van wat je te bieden hebt, maar je verdient een veelvoud van wat je eerst verdiende.

Van zzp'er naar ondernemer in vijf stappen

Spreekt jou dit aan? Om van zzp'er ondernemer te worden, moet je wel een paar stappen zetten:

1. Je kiest een niche en een specialisme, een expertise waardoor mensen naar je toe zullen komen.
2. Je claimt je niche. Dat wil zeggen dat je zichtbaar wordt in je niche en je eerste klanten aantrekt.
3. Je zet je expertise om in producten en diensten, die (deels) losstaan van je eigen energie en inzet. Je verkoopt dus niet meer je arbeid, maar een bepaalde oplossing die je kunt bieden.
4. Je trekt je klanten in een continue stroom naar je toe, op dagelijkse en wekelijkse basis, voortdurend weer, zolang je bedrijf bestaat.
5. Je vraagt een goede prijs voor je dienst, omdat je anders te weinig krijgt voor de waarde die je levert, wat enorme impact heeft op het resultaat van je bedrijf.

Laten we kijken hoe Sandra, de coach die aan het begin van dit hoofdstuk een rol speelde, dit in de praktijk bracht. Vroeger moest Sandra sappelen voor haar inkomen, tegenwoordig is haar situatie heel erg veranderd. Sandra heeft een specialisme en een niche gekozen: ze helpt managers in de bankensector om talenten van medewerkers optimaal te managen, zodat iedere medewerker zo goed mogelijk functioneert.

Sandra heeft een boek over het onderwerp geschreven en ze spreekt regelmatig op managementcongressen over het onderwerp. Ze organiseert een aantal events per jaar waar managers bij haar komen leren. Ze heeft tien groepen per jaar waarin ze managers begeleidt om excellente talentmanagers te worden. Ze doet ook incompanytrajecten. Ze heeft een assistent en twee coaches die voor haar werken. Haar inkomsten: 200.000 euro per jaar en ze wil nog verder groeien.

En ze heeft iedere dag verse bloemen op haar kantoor ...

Natuurlijk is dit niet vanzelf gegaan, en Sandra heeft de nodige moeilijkheden overwonnen. In de volgende hoofdstukken neem ik de stappen met je door om deze weg te volgen, en zo een inkomen van 100.000 euro per jaar mogelijk te maken, dat zelfs nog kan groeien naar meerdere tonnen per jaar. We beginnen met de eerste stap, het kiezen van je niche.

SAMENVATTING

1. Pas als je een echte ondernemer wordt, kan je inkomen fors gaan groeien.
2. Een ondernemer levert een bepaalde oplossing voor een bepaald probleem en maakt daarmee winst.
3. Je verdient je geld niet meer met je energie en tijd, maar met de oplossing die je levert. Dit inzicht maakt je vrij.
4. Een ondernemer werkt aan zijn bedrijf, in plaats van erin.



Download gratis extra informatie

Meer leren? Ga naar hetgeheimvan100000euro.nl en download een checklist met de zeven mindsets van een succesvolle ondernemer.

Wil je ons persoonlijke advies over hoe je van zzp'er ondernemer kunt worden? Vraag op deze pagina een strategiesessie met ons aan en we geven je deskundig advies.