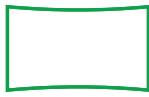


DAMD

Dutch Animation & Motion Design

VOORDAT JE START ALS ZZP'ER





Voordat je start als zzp'er

Voordat je als zzp'er gaat starten, is het verstandig om na te gaan of je inderdaad ondernemer wil zijn. Dit kun je doen door aan jezelf vragen te stellen als: zie jij jezelf als ondernemer?; werk je liever zonder baas?; heb je goede ideeën voor een onderneming?; durf je risico's te nemen?; etc. Als het antwoord op de vragen positief is, dan ben je waarschijnlijk geschikt als ondernemer. Ook moet te kijken of je de kwaliteiten hebt om als ondernemer te starten. Vragen als: Ben je goed in plannen, organiseren en regelen van zaken?; Ben je een doorzetter?; Ben je commercieel genoeg?; Waarin onderscheid je je van anderen? kunnen je hierbij helpen.

In deze uitgave helpen we je op weg.

STARTEN ALS ONDERNEMER

Voordat je start als zzp'er is het verstandig om te kijken of dit het moment voor jou is om als ondernemer aan de slag te gaan. Je moet je realiseren dat je niet alleen een professionele vakbekwame creatieveling bent, maar dat je ook een ondernemer moet zijn. Om uit te vinden of je geschikt bent als ondernemer kun je jezelf de onderstaande vragen stellen:

- Zie jij jezelf als ondernemer?
- Werk je liever zelfstandig zonder een baas?
- Heb je goede ideeën voor een onderneming, ben je gedreven en ben je ervan overtuigd dat je plannen realistisch en uitvoerbaar zijn?
- Durf en wil je risico nemen door bijvoorbeeld je spaargeld te gebruiken voor je onderneming?
- Vind je het leuk om je eigen zaken te regelen en zelf klanten binnen te halen?
- Ben je bereid om veel uren in je bedrijf te steken?

Als je deze vragen positief kunt beantwoorden, dan ben je geschikt als zelfstandig ondernemer. Doe wel verder onderzoek door bijvoorbeeld andere ondernemers te vragen naar hun positieve en negatieve ervaringen. Maak vervolgens een lijst van deze ervaringen en bekijk voor jezelf

hoe jij het zou vinden om dergelijke ervaringen op te doen. Ook is van belang dat je omgeving achter je staat. Vraag aan je eventuele partner, vrienden en familie of zij jou als ondernemer zien (waarom wel of waarom niet?) en of zij je zullen steunen in deze beslissing.

KUN JE DIT AAN?

Naast de vraag of je ondernemer wil worden, is het ook handig om te weten of je de kwaliteiten hebt om te starten als ondernemer. Dit kun je nagaan door de volgende vragen te beantwoorden:

- Ben je goed in het plannen, organiseren en regelen van zaken?
- Ben je een ondernemend type, een doorzetter?
- Ben je commercieel genoeg? Kun je mensen goed overtuigen van je ideeën?
- Heb je de nodige kennis en kunde, heb je liefde voor je vak en wil dat ook delen met anderen?
- Waarin onderscheid je je?
- Kun je goed luisteren?
- Heb je de juiste opleiding en voldoende ervaring die waardevol is voor je onderneming?
- Kun je goed omgaan met tegenslagen en ben je stressbestendig?
- Heb je een goede werkdiscipline en kun je jezelf motiveren?

Maak een lijst met je sterke en zwakke kanten. Sterke kanten kun je koesteren en uitbouwen en zwakke kanten kun je wellicht met een cursus of advies verbeteren of hierbij hulp zoeken bij anderen.

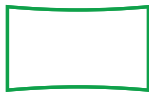
EEN ONDERNEMERSPLAN SCHRIJVEN

Dit hoeft geen uitvoerig document te zijn, maar het moet wel duidelijk zijn. Dit plan schrijf je in eerste instantie voor jezelf om te bepalen wat je gaat doen, voor welke klanten, hoe je het gaat doen, wat je daarvoor nodig hebt en welke resultaten je moet behalen om je onderneming te laten slagen. Door een ondernemersplan te schrijven, krijg je helder wat komt kijken bij het starten van je onderneming. Ook helpt het schrijven van een plan je om in een later stadium anderen ervan te overtuigen dat je een goed idee hebt.

Een ondernemersplan bestaat uit de volgende onderwerpen:

1. Wat is je visie?

- De waarden van je bedrijf.
- Het hogere doel (bestaansreden van je organisatie).
- Het gewaagd doel (welk doel behaal je in 5 jaar).



- Wat zijn de kwaliteiten van je bedrijf?

2. Welke producten en/of diensten lever je?

3. Doelgroep en Markt

- Op welke klanten richt je je?
- Wie zijn je huidige en toekomstige klanten?
- Hoe positioneer je jezelf ten opzichte van concurrenten?
- Wat zijn de sterke en zwakke kansen (SWOT-analyse)?

4. Marketing

- Wat is de prijs van je product of dienst?
- Hoe promoot je je product of dienst?
- Hoe worden je producten verkocht?

5. De organisatie

- Welke handelsnaam draag je en welke rechtsvorm heeft je onderneming?
- Welke vergunningen heb je nodig om je bedrijf op te starten?
- Welke verzekeringen heb je nodig?
- Wat moet je melden bij de KvK en Belastingdienst?

6. Financieel plan

- Omzet.
- Verkoopprijs en btw-tarief.
- Aantal verkopen in het eerste jaar.
- Klanten, gemiddelde besteding per klant, bezettingsgraad en groei-verwachtingen.
- Kosten (inkoopkosten, investeringen, productiekosten, minimaal vereist inkomen, transportkosten huisvestingskosten, algemene bedrijfskosten en verkoopkosten).

7. Vervolgstappen.

HOE KOM JE AAN KLANTEN?

Als startende ondernemer moet je zuinig zijn op je opdrachtgevers. Je moet investeren in je opdrachtgevers, zodat je ze kunt behouden. Het is belangrijk dat je de verwachtingen die je scheidt waarmaakt. Daarnaast moet je de kwaliteiten leveren die je belooft (en soms een stap extra zetten) en jezelf continu blijven vernieuwen. Zorg dat jij je opdrachtgever goed op de hoogte houdt van de diensten die je levert en stel de verwachtingen bij als het nodig is. Gelukkige klanten bepalen het

succes van je onderneming. Een tevreden opdrachtgever zal graag over jou en je onderneming vertellen. Mond-tot-mondreclame is de meest effectieve manier van reclame.

Elevator pitch

Om klanten een zo goed mogelijk beeld te geven van wat jij doet is het handig gebruik te maken van een elevator pitch. Dit is een boodschap van een minuut waarin je aan klanten of potentiële klanten kunt vertellen wat voor werk jij als ondernemer doet of graag wilt gaan doen en in welke sector je ervaring hebt. In dit gesprek verkoop je je sterke punten. Het doel hiervan is dat je klanten kunnen inschatten of zij jou zouden inhuren voor een opdracht.

In een voorstelgesprek vertel je wat je naam en bedrijfsnaam is, wat voor werk je doet of waarin je gespecialiseerd bent en in welke sector. Indien je een verzoek krijgt voor een opdracht, dan vertel je naast deze gegevens ook wat de opdracht inhoudt, waarom jij de persoon bent die de opdracht gaat doen en wat het jou kan opleveren.

Opdrachten via bemiddelaars

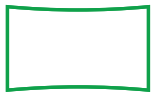
Het is ook mogelijk opdrachten aan te nemen via detacheringbureaus of bemiddelingsplatforms (op internet). Dit is prettig en gemakkelijk, maar let hierbij goed op de bemiddelingskosten. Als een detacheringsbureau vergaande zeggenschap heeft over het uitvoeren van opdrachten, dan is de grens met een uitzendbureau heel dun. Het zou kunnen dat je dan niet meer wordt gezien als zelfstandig ondernemer.

Klanten onderhouden

Volgens de marketingvuistregel is het vijfmaal zo duur om aan nieuwe klanten iets te verkopen dan aan een bestaande. Opdrachten werven begint daarom bij je huidige contacten. Door je klanten te onderhouden kun je ze op het juiste moment jouw diensten onder de aandacht brengen. Het is daarom van belang dat je je huidige netwerk in kaart brengt. Kijk welke klanten het meest waardevol zijn en zorg ervoor dat je contact met hen houdt. Dit kun je doen door regelmatig jezelf onder de aandacht te brengen bij je klant.

Tarief bepalen

Er is geen standaard lijst met uurtarieven. Een uurtarief bepaal je zelf. In de praktijk is dat echter niet gemakkelijk. Bovendien is er sprake van een vrije markt, waarbij vraag en aanbod (“voor jou tien anderen”) de prijs bepalen. De hoogte van het uurtarief hangt sterk af van



je persoonlijke kwaliteiten en de voorkeuren van je opdrachtgever. Ook speelt de onderhandelingsruimte die je hebt een rol. Zaken die hierbij een rol spelen zijn:

- Ervaring;
- Vaardigheden;
- Eigen netwerk;
- Specialisme;
- Duur en omvang van de opdracht;
- Concurrentie;
- Snelheid en kwaliteit;
- Verwachtingen van de opdrachtgever.

TIPS

- Stel je zakelijk op, ook bij bekenden;
- Onderhandel niet alleen over het tarief, maar juist over de dienst die jij voor een bepaald prijs gaat leveren;
- Tijd is geld, houd je uren bij;
- Kijk niet alleen naar wat je kunt vragen, maar ook naar wat je moet kosten;
- Pas regelmatig je tarief aan aan inflatie, inkoopkosten etc.;
- Reserveer voor belasting, bereken een opslag in je tarief voor ziekte, overbrugging, scholing, pensioen en arbeidsongeschiktheid;
- Geef liever service dan korting.

Wil je meer weten over het bepalen van je uurtarief? Download dan de DAMD factsheet Hoe bepaal je je eigen uurtarief en download onze tarieventools.

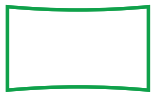
OFFERTE

Meestal vragen opdrachtgevers meerdere opdrachtnemers een prijsopgave (offerte). Je willen weten wat ze van jou kunnen verwachten en welk prijskaart daarbij hoort. Vervolgens maken ze een keuze. Een offerte is een prijsopgave met daarin de te leveren producten of diensten die jij aanbiedt, de levertijd, etc. Jouw offerte vormt vaak de aanleiding om verder te onderhandelen over de opdracht.

WAT KUN JE IN EEN OFFERTE OPNEMEN?

Je neemt de volgende gegevens een offerte op:

- De gegevens van je onderneming;
- De gegevens van je klant;
- De datum van de offerte;



- Een samenvatting van de werkzaamheden;
- Je tarief (vermeld of het bedrag inclusief of exclusief btw en reiskosten is);
- De geldigheid van je offerte;
- Een verwijzing naar je algemene voorwaarden (als je die hebt).