



Carrière

Succesvol als zzp-er / freelancer

carriere.uva.nl

We are 

Inhoud

Stap 1. Waar ligt jouw kracht?	4
Stap 2. Wie is jouw ideale klant?	
Stap 3. Welke behoefte heeft jouw klant?	5
Stap 4. Hoe bereik je de ideale klant?	6
Conclusie	8

Dit is een uitgave van het Student Careers Centre van de Universiteit van Amsterdam. Met dank aan Sylvie van den Meerendonk www.alightcareers.nl en Femmy van den Elsaker www.bloeikracht.com voor hun input met betrekking tot respectievelijk het marktonderzoek en het bereiken van de ideale klant.

Colofon

Deze uitgave is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld. Noch de maker, noch de drukker stelt zich echter aansprakelijk voor eventuele schade als gevolg van eventuele onjuistheden en/of onvolledigheden in deze uitgave. Copyright © 2018 Student Careers Centre, Universiteit van Amsterdam

carriere.uva.nl
studentcareerscentre@uva.nl

Deze informatie is bedoeld voor persoonlijk gebruik. De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven onder de volgende voorwaarden:

- Naamsvermelding: De gebruiker dient bij het werk de door de maker of de licentiegever aangegeven naam te vermelden (maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat zij daarmee instemmen met je werk of je gebruik van het werk).
 - Niet-commercieel: De gebruiker mag het werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken.
 - Geen Afgeleide werken: De gebruiker mag het werk niet bewerken
- Bij commercieel gebruik is voorafgaande schriftelijke toestemming van het Student Careers Centre nodig voor het verveelvoudigen, opslaan of in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, via opname of op enige andere manier, openbaar maken van of uit de aangeboden teksten en het beeldmateriaal.

Stap 1. Waar ligt jouw kracht?

Een succesvolle onderneming begint bij jezelf.

Vragen om bij stil te staan

- Wat is jouw ambitie?
- Wat wil je realiseren?
- Wat verandert er in de maatschappij als jouw bedrijf succesvol is?

Checklist voor succeszekerheid

- Heb je er passie voor?
- Heb je er een talent voor? Zo ja, welke?
- Is er markt voor (ook in de toekomst)?

Op basis van deze checklist:

Moet je doorgaan in deze richting? Of een koerswijziging aanbrenen? In welke richting?

Doelgroepbepaling/ niche vaststellen – wie lever jij toegevoegde waarde

Stap 2. Wie is jouw ideale klant?

Een ijkpersoon maken aan de hand van de segmentatiecriteria uit de marketing

▪ Demografische aspecten

Inkomen, sociaal-economische achtergrond, leeftijd/levensfase, gezinssituatie, geslacht, etnische achtergrond

▪ Geografische aspecten

Consumentenmarkt, industriële markt, non-profit sector, woonplaats/regio

▪ Psychografische aspecten (interesses, attitudes, waarden)

Persoonlijkheid, levensstijl (activiteiten, interesses, opinies), benefit van het afnemen van het product/dienst

▪ Gedragsaspecten

Gebruik, merkentrouw, koopbereidheid

Stap 3. Welke behoefte heeft jouw klant?

Marktonderzoek

Het probleem / de pijn

- Wat is hun huidige situatie en wat is daarin ongewenst?
- Waar hebben ze last van in hun huidige situatie waar ze geen oplossing voor hebben gevonden?
- Waarin hebben ze daar met name last van? Waarin / waarom is dit een probleem voor ze?
- Waar zijn ze bang voor?

De gewenste situatie

- Wat willen ze graag voor hun probleem in de plaats?
- Wat willen ze veranderen?
- Wat willen ze als ultieme uitkomst zien wanneer ze wat aan het probleem doen?

Het proces

- Wat zijn daarin dingen die ze al geprobeerd hebben?
- Wat zijn hun wensen/ verwachtingen ten aanzien van het proces om dat te bereiken?
- Op basis van welke gronden beslissen ze over wel of niet een bepaalde positie in te nemen?

De betekenis van hun gewenste uitkomst voor hen

- Als ze hun ultieme uitkomst bereikt hebben, wat levert dat dan op voor ze?
- Waarom willen ze überhaupt deze verandering?
- Wat betekent dit voor ze zowel op het terrein waar het over gaat, als op andere levensgebieden?

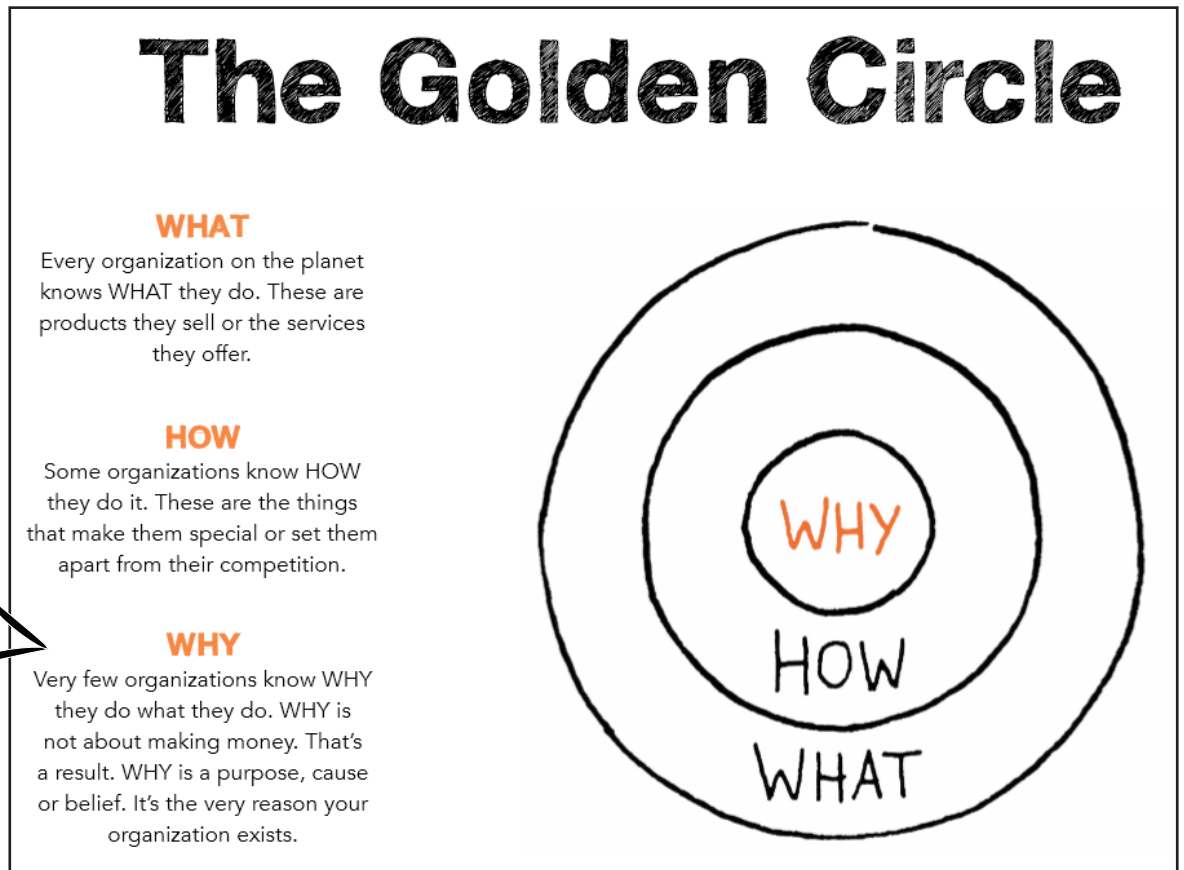


Stap 4. Hoe bereik je de ideale klant?

A. Wat is jouw boodschap?

Start with the Why, the Golden Cirkel van Simon Sinek

Start with
the Why

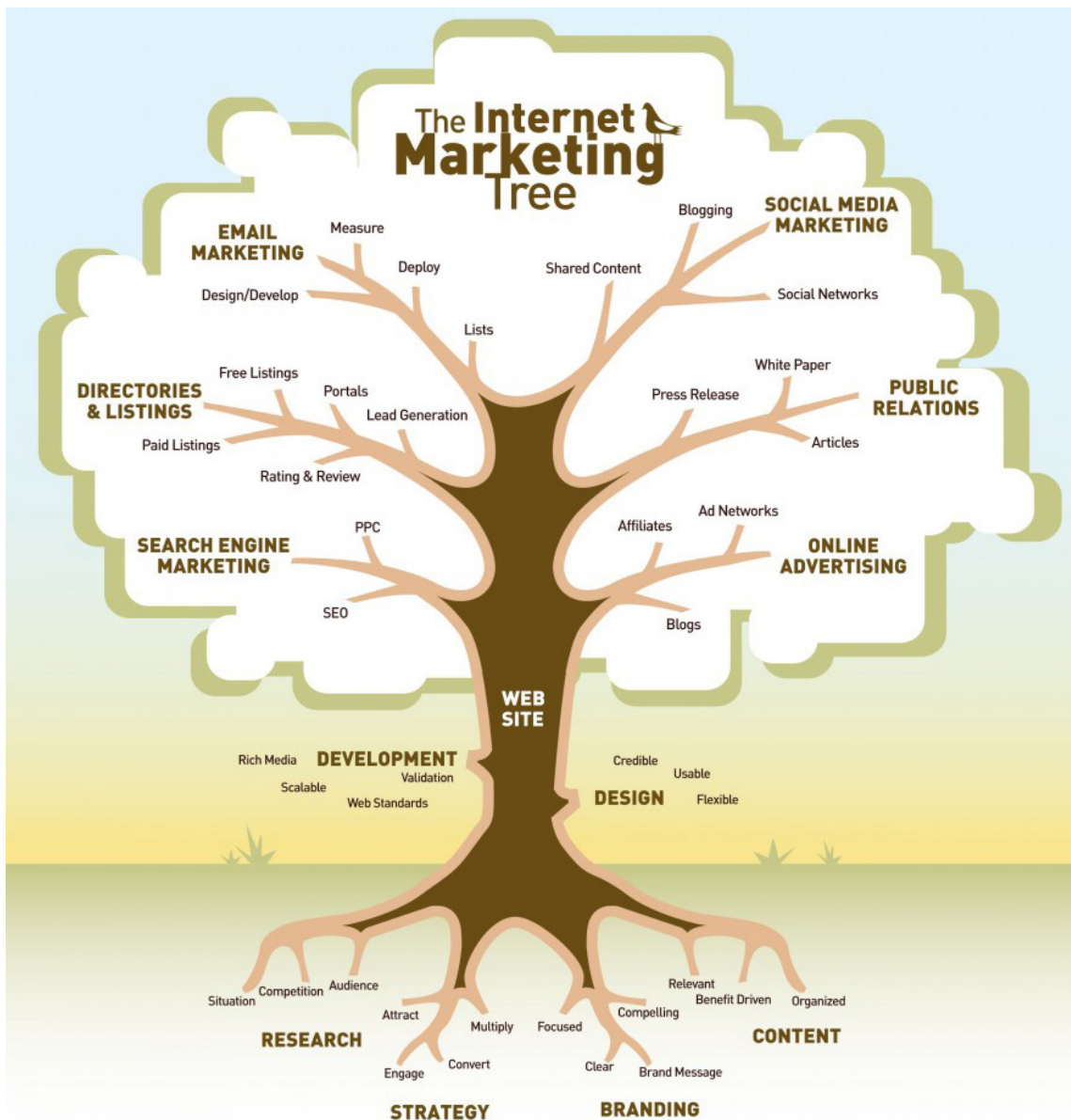


B. Hoe laat je jezelf zien?

De basis

- Website of blog
Laat zien wie je bent, wat je voor de ander kan betekenen, deel je kennis
Maak zelf eenvoudig een website of blog via bijv. wordpress, blogger etc.
Of investeer in het laten maken van een website.
- LinkedIn
Zorg voor een goed en volledig profiel: foto, concrete omschrijving van wat je hebt gedaan, zorg dat je profiel openbaar is (dus niet anoniem), deel via statusupdates (kort en krachtig, eerste 150 tekens zijn zichtbaar), draag actief bij in groepen.
- Visitekaartje
Voor een paar tientjes kun je visitekaartjes laten maken (vistaprint, drukwerkdeal etc.). Of wees creatief en maak zelf iets.
- Actief op social media
Twitter, Facebook, Pinterest etc. Kies welk medium bij je past. Niet zozeer zenden, maar kennis delen en eigen kennis uitbreiden. Interessante personen en bedrijven volgen, up to date blijven ontwikkelingen in sector.

Zie ook: Handig model - pagina 7, de Internet Marketing Tree
www.mainlinemedia.com/blog/the-internet-marketing-tree



The Genesis

As a web designer and internet marketing professional, I have always searched for ways to better understand and explain my industry as it constantly grows and changes. With so many terms, technologies and tactics to keep track of, I had always looked for simpler, better ways to depict the core principals, the many opportunities and show how they all fit together in a way that was digestible to my clients.

The Tree Of Internet Life

I find the tree provides a perfect metaphor because it not only provides the room to show all the components and possibilities, but it demonstrates the priority and order I feel is crucial to internet marketing done right.

Deep Roots

First, planting strong, deep roots in the form of research, strategy, branding and content. It is tempting to jump ahead to the design and development phases of projects, but like a tree that has a weak root structure, your marketing will not stand without a solid foundation to support it.

Sturdy Trunk

The roots support a sturdy trunk made up of good web design and development. Just as a tree grows bigger and

thicker over time, your website and web presence should be set up to do the same. The trunk is the core of the tree, just like a good website should be the core your company's marketing.

Sprawling Branches

The branches of the tree are a perfect symbol for the tremendous range of opportunities that exist for you to promote and advertise yourself. From Search Engine Marketing to Social Media Marketing, from Email to Online PR, etc., there is an ever growing number of categories and subcategories of promotional channels to exploit. But the important thing to understand is how they should grow out of a common strategy and how they should feed back into your marketing core, namely your website.

Your Tree, Your Forest

A tree thrives by drawing in rain and sunshine, growing bigger and bigger to take up more space, expanding upward and outward to block out competing vegetation and ensuring its long life. You have the choice - are you going to plant a mighty oak or settle for a struggling bush?

Conclusie

En dan... ga naar buiten en spread the word

- Vertel vrienden/ familie/ collega's (1^e en 2^e graads) over wat je doet en vraag actief hulp. Hoe kunnen zij jou helpen? Wees concreet.
- Kijk of je een link hebt met de personen/ bedrijven (uit je marktonderzoek) die interessant/ relevant zijn. Zo ja, vraag hulp bij contact via wie je de link hebt. Geen link? Bedenk wat een goede manier zou zijn om diegene te benaderen en met welke boodschap (bellen/ per mail/ wat kan je voor diegene betekenen, wat is je vraag).
- Ga naar relevante bijeenkomsten en plekken om nieuwe mensen te ontmoeten, inspiratie op te doen en om je pitch te oefenen.
- Schrijf eens een gastblog. Deel je kennis en plaats dit op relevante blogwebsites.
- Bedenk een leuke en originele actie om onder de aandacht te komen van jouw potentiële klanten. Bijvoorbeeld door middel van een flyer met kortingsactie, een facebookcampagne, een video etc.
- Sluit je aan bij een werk/ ontmoetingsplek voor zpp-ers: nieuwe mensen ontmoeten, mogelijk samenwerken, inspiratie, netwerk uitbreiden, werkplek buiten de deur, plek om met klanten af te spreken.
- Welke eerstvolgende stap ga jij zetten?
- Wat is daarbij je vraag?
- Wat heb je nodig?
- Wie kan je daarbij helpen?

Mijn acties voor de komende week:

- 1.
- 2.
- 3.

