

Playbook voor de succesvolle freelancer

Groei uit je startersjasje





**Je administratie is
simpel, **snel** en **zonder
gedoe** met Tellow**

Voorwoord

Hoi Tellow fellow!

Je hebt het gedaan! Je bent een van de 1,2 miljoen freelancende Nederlanders die de stap heeft gezet om voor zichzelf te beginnen. Je hebt van je passie je werk gemaakt en daar hebben we respect voor. Daarom schreven we dit e-book vol tips en tricks – die jou helpen om er alles uit te halen.

Misschien was een van de redenen om voor jezelf te beginnen om je eigen baas te kunnen zijn. Dat geeft je vrijheid. Als je de zaken slim aanpakt, is de kans groot dat je die vrijheid behoudt en groeit. The sky is the limit, after all. Of je nu een ambitieuze starter bent of al wat langer in the running bent, je zal waarschijnlijk meerdere malen teruggaan naar de tekentafel om strategische keuzes te maken of herzien.

Ondernemer zijn is immers een reis. Je gaat hoge hoogtes tegemoet en af en toe kom je een omweg, een hobbel of een roadblocker tegen. Vanuit Tellow willen je van alle tools en kennis voorzien om de weg zo smooth mogelijk te maken. We halen daarom alles uit de kast voor je. In dit e-book ontvang je een uitgebreide checklist waarmee je jezelf on track kunt houden.

Neem een kopje koffie of thee en ga er lekker voor zitten. Let's go!

Inhoudsopgave

Begin hier als je net begint of terug gaat naar de tekentafel

1. Wie ben jij als ondernemer?	6
1.1 Weten waar je naartoe wilt	7
1.2 Je persoonlijke SWOT-analyse	8
1.3 Onderzoek je kernwaardes	10

Begin hier als je een business plan nodig hebt:

2. Begin met het plan	11
2.1 Geen businessplan, maar lean planning	12
2.2 Kies de juiste naam	25
2.3 Kies een rechtsvorm	26
2.4 Inschrijven bij de KvK	27

Begin hier als je een goed marketingplan wil opstellen

3. Start before you are ready	28
3.1 Begin sterk, begin met een merk	29
3.2 Bepaal je marketingstrategie	31

Begin hier als je alles wilt weten over je administratie

4. Zet een stressloze administratie op	34
---	-----------

5. Voel je vrij als ondernemer	44
5.1 Timemanagement	45
5.2 Boekhouding	47
5.3 Netwerken & groeien	51

6. Verder leren	
6.1 20 boeken: groei uit je starters-jasje	54

1.

Wie ben jij
als ondernemer?



Ben jij de durfal die net de stap zet om ondernemer te worden en niks over het hoofd wil zien? Of ben je die doorgewinterde zzp'er waarvoor het tijd is om terug te gaan naar de tekentafel. In welke fase van je ondernemerschap je ook zit, we hebben hier een duidelijk stappenplan voor je opgesteld waar je op ieder moment (weer) op terug kan vallen. Zo kan jij vandaag al stappen zetten op weg naar meer succes en vrijheid als ondernemer.

1.1 Weten waar je naartoe wilt

We beginnen hier, want weten waar je het voor doet is key voor een leven vol vrijheid. Freelancen gaat namelijk over de vrijheid om het werk te doen wat je leuk vindt, waar je goed in bent en waarmee je veel waarde toevoegt aan het leven van anderen.

Als zzp'er ben jij je bedrijf. Je moet dus goed zorgen voor je belangrijkste werknemer: jijzelf. Het is zaak om te weten wat voor jou werkt en wat niet voor jou werkt. Het is handig dat jij helder hebt waarom je begint als freelancer, waar je naartoe wilt en wat je daarvoor nodig hebt.

Stel jezelf deze vragen om je droomleven helder te krijgen:

- Hoe wil je je voelen?
- Hoe wil je je dag het liefst indelen?
- Wat voor werk doe je op die dag?
- Hoe wil je idealiter wonen?
- Met wie wil je graag omgaan?
- Wat zou je het allerliefste willen doen?

1.2 Je persoonlijke SWOT-analyse

Als je weet waar je goed in bent en wat je zwakke punten zijn, kun je beter in beeld brengen hoe jij je freelance leven wilt leiden. Je zwaktes kunnen een beeld geven van de taken die jij bijvoorbeeld zo snel mogelijk wilt uitbesteden. Een persoonlijke SWOT-analyse helpt je om voor jezelf helder te krijgen waar je uitdagingen en je kansen liggen.

a. Schrijf je sterke punten op:

- Waarin onderscheid jij je van concurrenten of collega's?
- Welke problemen vind jij leuk om op te lossen?
- Voor wat voor soort dingen komen je vrienden naar jou toe?
- Wat zijn jouw sterke punten, volgens andere mensen?

b. Schrijf je zwakke punten op:

- Waar heb jij moeite mee?
- Wat vind je echt niet leuk om te doen?
- Welke dingen irriteren je zodra iemand anders dit doet?
- Op welke vlakken kan je verdieping of ontwikkeling gebruiken?
- Wat is volgens andere mensen een mogelijke blinde vlek voor je?

c. Noteer je kansen:

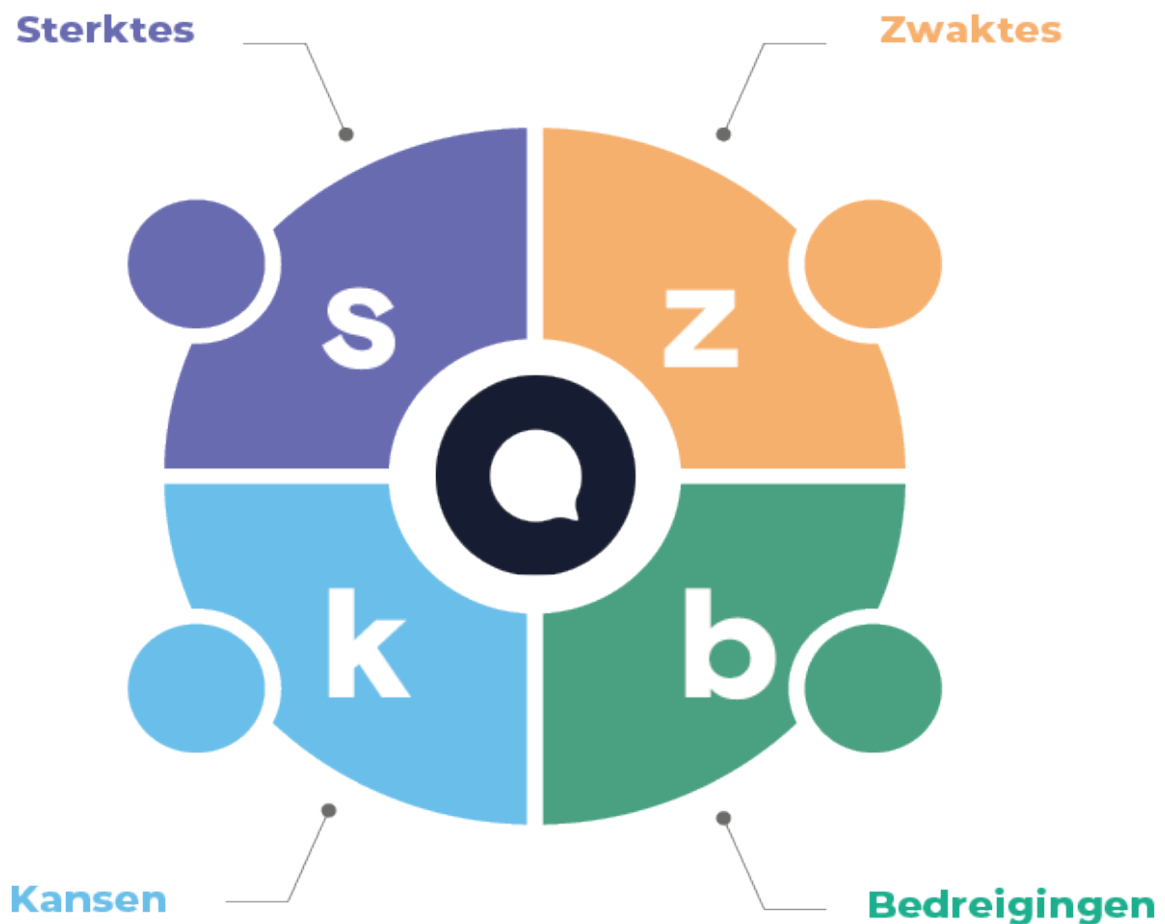
- Welke ontwikkelingen zijn er nu gaande in jouw vakgebied?
- Welke cursussen of opleidingen kunnen je helpen?
- Wat vind jij leuk om nog te ontdekken?
- Wat zijn de huidige trends in zzp'er-land?

d. Onderzoek mogelijke bedreigingen:

Bedreigingen komen vaak van buitenaf, zoals de huidige economische trends.

- Wat zijn negatieve huidige trends?
- Waar mis je steun in je omgeving?
- Hoe is je gezinssituatie en leefsituatie?
- Hoe sterk is je idee om te gaan freelancen?

SWOT



1.3 Onderzoek je persoonlijke kernwaarden

Kernwaarden zijn je persoonlijke drijfveren en helpen je in een later stadium om jezelf en je onderneming sterk te positioneren. Ze helpen je ook om keuzes te maken: als iets niet aansluit bij je kernwaarden, dan zeg je daar 'nee' tegen; best simpel.

Deze [online gratis survey](#) helpt je om je kernwaarden helder te krijgen.

Als je dit bovenstaande allemaal helder hebt, schrijf dan kort en krachtig op wat jouw ambities zijn voor de komende drie tot vijf jaar. Wat wil je bereikt hebben en hoe wil je daar komen? Dit inzicht geeft je focus en zorgt daardoor voor minder afleiding.

2. Begin met het plan



2.1 Geen businessplan, maar lean planning

Hopelijk heb je een duidelijk idee van wie je bent, wat voor bedrijf je wilt opzetten en wat je sterke kanten zijn. Dan kan je nu concreet je plannen op papier zetten. Dit kan je zo uitgebreid maken als je wilt. In sommige gevallen, als je subsidies wilt aanvragen of een investeerder wil aantrekken, dien je een officieel businessplan te maken.

Een snellere manier om te testen of je idee of onderneming een succes gaat worden is de lean planning methodologie. Dit bespaart je het schrijven van een uitgebreid business plan en bespaart dus ook een hoop tijd! Alle dingen die je hier definieert – van je persoonlijke analyse tot de doelgroepbepaling en het marktonderzoek – heb je nodig voor je marketingstrategie. Hiermee kun je alle mogelijke media inzetten om je klant daadwerkelijk te bereiken en je product of dienst aan de juiste man/vrouw te krijgen.

1. Start met het definiëren van het probleem dat jij oplost

Schrijf daarbij de volgende dingen uit:

- Hoe snel en urgent hebben mensen nodig wat jij verkoopt?
- Hoe relevant is je bedrijf over 5 jaar?
- Hoe ga jij meebewegen als de behoefte verandert?

2. Bepaal je doelgroep

Het is belangrijk dat je weet voor wie je product of dienst is.

Misschien kun je dat (nog) niet definiëren, maar kijk dan of je kunt ontdekken wie het meeste baat heeft bij het product dat je verkoopt.

Je doelgroep maak je het liefst zo specifiek mogelijk, ook wel een niche genoemd. Je wilt voorkomen dat je teveel mensen aanspreekt, want dan spreek je niemand écht aan. Als iemand zich aangesproken voelt door je communicatie, is de kans een stuk groter dat hij of zij ook daadwerkelijk van je koopt. Kiezen voor een specifieke doelgroep, en deze helpen met een specifiek probleem, zorgt ervoor dat je relevantie stijgt. En dat gaat voor een thriving business zorgen.

Je kan de volgende vragen beantwoorden om een helder beeld te krijgen van je doelgroep:

- Wat is het meest prangende probleem van je doelgroep?
- Wat zijn hun belangrijkste behoeften (in relatie tot jouw product of dienst)?
- Hoe groot is je doelgroep?
- Waar kun je je doelgroep vinden – fysiek en online?
- In welke branche is je doelgroep werkzaam?
- Wat zijn de beroepen van je doelgroep?
- Welke taal spreekt je doelgroep?
- Hoe gaat je doelgroep jou vinden? Welke social media kanalen gebruiken ze?

Je doelgroep is een deel van de maatschappij waar je impact op wilt maken met jouw dienst of product. Vaak gaat het om een groep mensen of organisaties die een aantal relevante kenmerken gemeenschappelijk hebben. Je kunt je doelgroep definiëren aan de hand van termen als leeftijd, geslacht, uitgavenpatroon, opleidingsniveau, interesses of kernwaarden.

Idealiter heb je een doelgroepomschrijving die zeer specifiek is. Denk bijvoorbeeld aan: 'Ik maak films voor yogascholen in de Randstad die hun bereik op social media willen vergroten' of 'Ik help fulltime werkende tweepitters in Deventer zich overdag geen zorgen te maken over de zorg van hun dierbare hond'.

Tip:

De meeste banken zoals bijvoorbeeld de Rabobank, doen veel brancheonderzoeken en publiceren daar regelmatig over. Ook kan je veel handige informatie vinden over je doelgroep bij Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Wil je nog meer weten over doelgroepen? Dan raden wij je aan om een kijkje te nemen bij de acht Mentality Milieus van Motivaction.

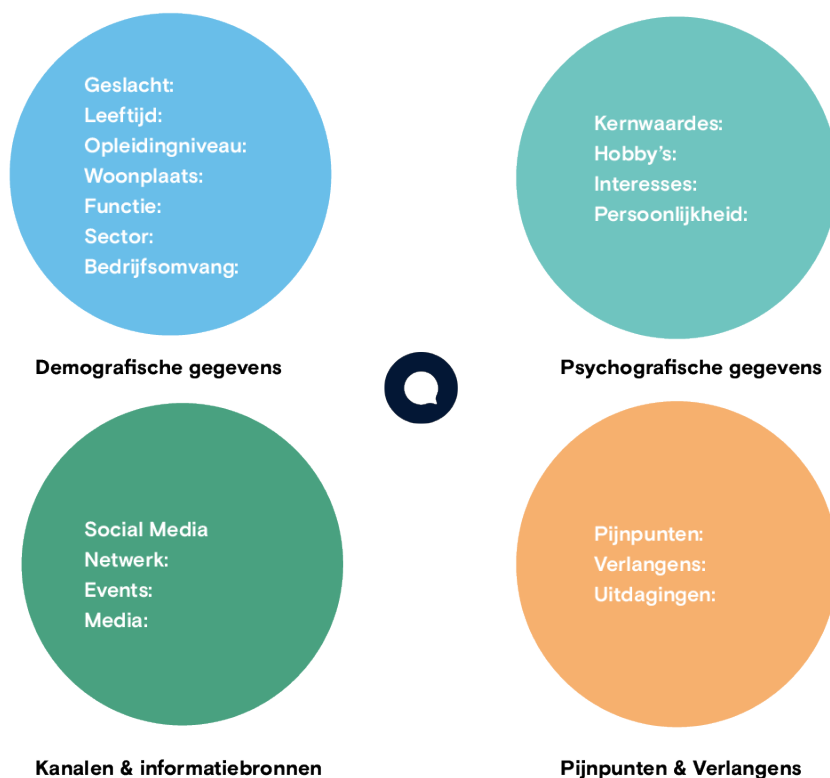
Weet wie je ideale klant is

Heb je bovenstaande zaken duidelijk op papier staan? Top! Dan kan je je ideale klant gaan beschrijven. Dit is de klant met wie jij heel graag samen wilt werken en waar je energie van krijgt. Is dat een man van eind 40, die een timmerbedrijf heeft en nu samen gaat werken met zijn zoon? Of een jonge vrouw die net afgestudeerd is en op zoek is naar haar eerste baan in de ICT, maar overweegt om naar het buitenland te verhuizen?

Je ideale klant is het type mens uit je doelgroep waar je het liefst mee samen werkt en dat zijn misschien twee of drie verschillende typen mens. Je doelgroep bestaat dus uit meer mensen dan je ideale klanten. Hoe beter jij jouw doelgroep en ideale klant kunt beschrijven, hoe beter je je doelgroep leert kennen. Hierdoor weet je ook hoe ze aangesproken willen worden en kun je beter met hen communiceren. Zo werk je uiteindelijk ook sneller met mensen waar je blij van wordt.

Om je ideale klant helder op papier te krijgen beantwoord onderstaande vragen:

Je ideale klant



Checklist

Keypoint business plan

Kies je er toch voor om een uitgebreid businessplan te schrijven?

Dan kan je deze checklist gebruiken. Deze dingen kun je opnemen in je businessplan:

- ☐ **Verdienmodel**
- ☐ **Marktonderzoek**
- ☐ **Relevante grootte van de markt**
- ☐ **Doelgroeponderzoek**
- ☐ **Behoeftes van de doelgroep**
- ☐ **Directe concurrenten**
- ☐ **Indirecte concurrenten**
- ☐ **Competitive voordelen**
- ☐ **Product & diensten**
- ☐ **Prijs**
- ☐ **Promotie en sales plan**
- ☐ **Distributieplan**
- ☐ **Productie & inkoop**
- ☐ **Financieel plan**
- ☐ **Naamgeving en rechtspersoon**
- ☐ **Huisvesting**
- ☐ **Automatisering (ICT)**
- ☐ **Personeel**
- ☐ **Verzekeringen**
- ☐ **Subsidies**

3. Marktonderzoek

Weten wat de huidige trends zijn in de markt waar jij aan het ondernemen bent of gaat is een must-have. Zo kun je inspelen op bepaalde trends. Ook geeft de huidige markt onderzoeken je een goed beeld van hoe jij van toegevoegde waarde kan zijn voor je klanten, op een unieke manier. Die unieke toegevoegde waarde heet ook wel een USP: een Unique Selling Point.

Onderzoek wie je concurrenten zijn

Scan het internet om te zien wie je grootste concurrenten zijn. Neem daarin ook je indirecte concurrenten mee. Indirecte concurrenten zijn zzp'ers en ondernemingen die de doelgroep van dezelfde behoefte voorzien, maar met andere producten of diensten. Denk bijvoorbeeld aan het merk Spa: een van hun directe concurrenten is Chaudfontaine (dit merk verkoopt ook water) en hun indirecte concurrent is Coca Cola (ook zij geven mensen vloeibaar lekkers om de dorst mee te lessen). Schrijf direct op wat jouw (in)directe concurrenten succesvol maakt. Daarbij kan je letten op branding, functionaliteit, service, prijs, doelgroepspecificatie en succesvolle implementaties van nieuwe technieken etc.

Tip:

Open Google en tik een zoekwoord in die jouw toekomstige klant ook zou kunnen stellen.

Denk bijvoorbeeld aan 'Portretfotograaf Breda' en kijk welke ondernemingen op de eerste twee pagina's tevoorschijn komen - dit zijn hoogstwaarschijnlijk allemaal jouw concurrenten.

Sta sterk met een SWOT-analyse

Nu je weet wie je doelgroep en je concurrenten zijn, kan je een SWOT-analyse doen. Hierbij kijk je naar je sterke punten, je zwakke punten, je kansen en bedreigingen. Waarom je dit doet? Om te kijken of er ergens een gat in de markt zit waar jij in kan springen om van je onderneming meteen een succes te maken. Ook kan het je inzicht geven in waar je op moet letten in je onderneming, je marketing en de opzet van je bedrijf.

Het doel van een SWOT-analyse is dat jij helder hebt wat jouw toegevoegde waarde is en wat het voordeel is dat jij biedt ten opzichte van je concurrenten. Wat maakt jou beter, sneller, toegankelijker of relevanter? En hoe kun jij je service/product nog beter maken dan de andere free lancers die al in jouw markt opereren? De antwoorden op deze vragen rijzen na deze analyse.

Wat je ook verkoopt – of dat nou een kunstwerk is, een nieuw raamkozijn of een coachingstraject – **je wil ernaar streven dat je één probleem het best oplost voor je doelgroep.** Ja, de kans is groot dat je doelgroep last heeft van meerdere problemen. Echter is één probleem het meest prangend en daar wil je doelgroep dus ook het liefst wat aan doen... Daar kom jij om de hoek. Natuurlijk kun jij in werkelijkheid meerdere problemen voor ze oplossen, maar als je alles tegelijk voor ze wil oplossen en dat zo naar je doelgroep communiceert, ben je alweer minder onderscheidend.

Om de SWOT-analyse op te stellen, stel je jezelf de volgende vragen:

- Hoe goed ken je de industrie/branche waarin jij opereert?
- Welke kennis die je nu hebt komt van pas?
- Hoe groot is de markt waarin je opereert?
- Hoe makkelijk is het om aan klanten te komen?
- Hoeveel kost het om aan klanten te komen?
- Welke kennis mis je nog?
- Hoe groot en relevant is je huidige netwerk?
- Hoeveel vraag is er naar soortgelijke producten/diensten?
- Zijn er vergunningen nodig?
- Heb je een startkapitaal nodig?
- Zijn er subsidies beschikbaar in je stad, in Nederland, binnen je branche of in Europa?
- Wat is de beste plek om jouw diensten/producten aan te bieden?
- Zijn er technologische ontwikkelingen die in jouw voordeel werken of die jouw onderneming kunnen bedreigen? Denk hierbij aan robotisering, kunstmatige intelligentie, nieuwe materialen, productiemethoden en de trends in de markt.

4. Specificeer je product of dienst

Schrijf op wat je dienst of product uniek maakt voor je doelgroep. Kijk hierbij naar wat jou onderscheidt ten opzichte van jouw concurrenten. Één onderscheidende factor is in ieder geval dat jij jij bent. Er is niemand hetzelfde als jij, met jouw skill set en jouw brein; dat alleen is al uniek. Bekijk ook welk specifieke probleem je oplost voor je doelgroep.

5. Financieel plan

Om zeker te weten dat je door kunt gaan met je onderneming, is het handig om financieel sterk te staan. Daarvoor heb je te weten hoeveel je gaat verdienen, hoeveel eruit gaat en of je nog extra bronnen nodig hebt. Wat rekenwerk vooraf kan je enorm veel voordelen opleveren. Met een financieel plan onderzoek je welke uur- of productprijs je gaat rekenen, wat je inkomen precies gaat worden en of je investeringen nodig hebt.

Beantwoord voor jezelf de volgende vragen:

- Welke kosten heb je voordat je kan beginnen?
- Heb je een investering nodig?
- Wat gaan je basiskosten* worden?
- Hoeveel omzet verwacht je in het eerste jaar?
- Hoeveel moet je vragen (per uur of per product) om winst te kunnen maken?
- Hoeveel declarabele uren ga je per week hebben
(dit zijn dus de uren die je in rekening brengt bij klanten)?

* Bij basiskosten kan je denken aan:

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| • Marketing | • Reiskosten |
| • Bedrijfspand | • Administratiekosten |
| • Rente | • Afschrijvingskosten |
| • Materiaal | • Onvoorziene kosten |
| • Verzekeringen | |

**“The best way
of **learning**
about anything
is by **doing**.”**

– Richard Branson

Bereken Je uurtarief

En dan nu... Je uurtarief berekenen! In je prijs bereken je dus ook je niet-declarabele uren door en houd je rekening met overige kosten, zodat je aan het eind van de streep toch genoeg overhoudt om je vaste lasten te dekken én een leuk leven te leiden.

Je berekent je uurtarief als je alle kosten weet. Onder die kosten vallen ook de btw en belasting die je moet afdragen aan de Belastingdienst, de maandelijkse kosten voor je pensioen, je verzekeringen, geld voor een spaarpotje en het zakgeld voor een vakantie waarin je dus even geen geld verdient.

Veel starters hebben de neiging om aan het begin van hun freelance carrière hun werk gratis weg te geven of veel uren te maken voor veel te weinig geld. Het is natuurlijk waar dat het fijn is om aan te kunnen tonen dat je ervaring hebt, maar denk even aan de bakker. Als jij een brood wilt kopen, zul je daar voor moeten betalen en krijg je niet 80% korting omdat hij net is gestart met het bakken van brood. Het is ook echt zaak dat je niet te laag gaat zitten met je uurtarief, anders snijdt je jezelf in de vingers. Hulp nodig? Reken het uit met deze online tool.

Maak je financiële doelen concreet.

Schrijf je doelen en milestones op en geef ze een deadline of tijdsindicatie. Hoelang gaat het duren om je product of dienst up and running te hebben? Wanneer ga je winst maken?

6. Valideer je idee

Interview je potentiële klanten. Dit doe je om nogmaals te ondervinden wat het meest prangende probleem is van je doelgroep. Daarnaast test je meteen of deze fijne mensen bereid zijn om de prijs te betalen die jij in gedachten hebt voor de oplossing die jij biedt met jouw product of prijs.

Daarnaast is een interview een ideaal moment om je klant beter te leren kennen. Het is handig om een bestand aan te maken en hierin te noteren wat je doelgroep vertelt. Je kunt letterlijk citaten of quotes bewaren, omdat je dan weet welke taal je klanten spreken. Dit kun je in je marketing en communicatie – op je website, in je advertenties, op flyers en in emails – dan verwerken. Zo voelt je doelgroep zich sneller aangesproken en heb je er sneller een klant bij die je écht kunt helpen en die ook bereid is om te betalen.

Check check dubbelcheck bij je klant

Het kan zijn dat je na je eerste validatie moment terug moet naar de tekenetafel om je product of dienst aan te passen, omdat uit je interviews blijkt dat je doelgroep eigenlijk net niet zoekt wat je aanbiedt. Misschien heb je zelfs een beter idee gekregen of weet je nu precies wat je moet tweakken om de plank precies juist te slaan. Dit is waarschijnlijk ook het moment waarop kwartjes vallen en dingen samenvallen. De kans is groot dat je nu helder hebt wat je te bieden hebt en hoe je onderneming er (voor nu) uit gaat zien. Gefeliciteerd!

Hoe kies je een goeie bedrijfsnaam?



2.2 Kies de juiste naam

Heb je al een bedrijfsnaam? Super! Daar nog niet mee bezig geweest? Dan is het wel het moment om dat nu te gaan doen. Mensen mogen kennis gaan nemen van jou en je onderneming. De naam van je onderneming is erg belangrijk: het is de eerste indruk die je klanten van je onderneming krijgen. Maar hoe kies je een naam? Wordt het je eigen naam? Zet je er nog iets achter of voor? **Wij geven je een paar goeie tips om te kiezen voor een goede bedrijfsnaam:**

- Kies een naam die past bij wat je doet
- Ontwijk verwarring en check of de naam al bestaat in het handelsregister
- Houd rekening met de toekomst
- Bescherm de naam eventueel met merkrecht.
- Check ook of de naam al een bezette domeinnaam heeft.
- Als dat niet het geval is, claim hem dan snel.
- Vraag feedback van je klanten en dubbel check of de naam of die duidelijk en toegankelijk is.

2.3 Kies een rechtsvorm voor de KvK

Ben je al naar de KvK gestapt uit enthousiasme, dan is deze stap natuurlijk niet meer van toepassing. Heb je geen idee wat de Kamer van Koophandel inhoudt of moet je nog een afspraak maken? Lees dan door! Zodra je je product of dienst gaat verkopen, dan is het nodig dat je een btw-nummer hebt en staat ingeschreven in het handelsregister van de KvK. Dit is een eis vanuit de Nederlandse wet op het moment dat je zelfstandig goederen of diensten verkoopt met het doel om winst te maken.

Als startende ondernemer of zzp'er begin jij hoogstwaarschijnlijk met een eenmanszaak – je bent dan de enige eigenaar van je bedrijf. Er kunnen wel meerdere mensen in je bedrijf werken. Ook als je nu start als eenpitter en van plan bent in de toekomst personeel aan te nemen, kan je prima beginnen met een eenmanszaak.

De rechtsvorm waar je voor kiest heeft invloed op jouw aansprakelijkheid en mogelijke belastingvoordelen. Zo ben je als zzp'er persoonlijk (financieel) aansprakelijk in je onderneming op het moment dat je bijvoorbeeld failliet raakt. Het grote verschil met bijvoorbeeld een BV is dat je met een BV niet privé aansprakelijk bent als er financiële stront aan de knikker zit. Het voordeel van een eenmanszaak is dat je geen oprichtingseisen hebt en dus geen akte hoeft op te stellen. Daarnaast is het inschrijven van een eenmanszaak een stuk goedkoper dan het inschrijven van een BV of andere rechtsvorm.

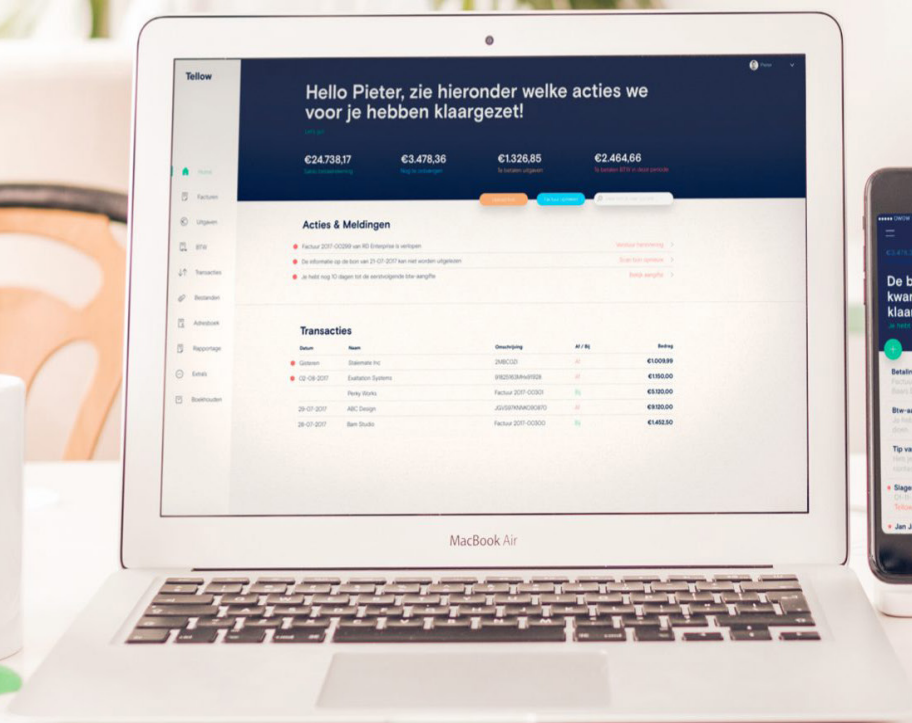
Heb je nog wat meer informatie nodig over de rechtsvorm van je onderneming? Je kunt je inlezen in de verschillende rechtsvormen, maar ook een afspraak maken bij de Kamer van Koophandel en je daar laten informeren over de verschillende opties en welke optie het best bij jou past. You're gonna need this als je echt gaat starten – we vertellen je daar meer over in het volgende hoofdstuk.

2.4 Chop chop naar de KvK

Ticked all the boxes? Tijd om je in te schrijven bij de KvK. It's a moment worth celebrating. Het is een stap richting meer vrijheid in je leven als ondernemer. Ook als je al naar de KvK bent geweest, is het een mooi moment om even bij jezelf in te checken nu je op dit punt in het e-book bent aangekomen en even stil te staan bij de vooruitgang die je al hebt geboekt.



3. Start before you're ready



Het is tijd voor the real deal! Hier doe je het waarschijnlijk voor. Zelfs als je al gestart bent, is het slim om goed na te denken over je merk en dus je branding, want dit is voor de starter niet altijd zo vanzelfsprekend in het begin, maar als je het goed doet wel een game changer!

3.1 Begin sterk, begin met een merk

“Een merk (brand) is de verzameling van alle expressies waarmee een entiteit (persoon, organisatie, bedrijf, stad, product, land et cetera) zich herkenbaar maakt.”
– INTERBRAND

Branding staat voor het opbouwen van je merk en bepaalt hoe je merk overkomt op je klanten. Hierover nadenken helpt je om vanaf het begin al een blueprint te maken voor de toekomst van je bedrijf. Veel zzp'ers denken bij branding aan de huisstijl en vormgeving van hun website. Dit zijn onderdelen van je branding, maar je branding gaat ook over hoe jij jouw unieke combinatie van kernwaarden naar jouw doelgroep communiceert. Je branding bevat je persoonlijke verhaal en het verhaal over je bedrijf, de symbolen, de merknaam en de strategie. Een leuk voorbeeld: Tellow heeft de branding ook in kaart gebracht. Dit zie je terug in ons [culturebook](#).

Branding zorgt ervoor dat je de kwaliteit van wat jij doet overbrengt en verlangen opwekt. Daarnaast toon je je doelgroep wat jouw kernwaarden zijn en sluimert in je branding door waarom jij doet wat je doet.

Als je hier meer over wilt weten, kijk dan [dit filmpje](#) van Simon Sinek: hij legt hierin het belang uit van je 'why' met Apple als voorbeeld. Als je nu al begint met het opbouwen van je merk en voor jezelf vastlegt hoe je branding eruit ziet, bereik je continuïteit in wat je uitstraalt, zegt en hoe dat eruit ziet. **Het doel van branding?** Dat je doelgroep op de lange termijn weet waar je voor staat, je (merk) herkent, vertrouwt en sneller overgaat tot het kopen van wat jij aanbiedt.

Belangrijke vragen die je kan beantwoorden om een duidelijke strategie te bepalen voor je branding:

- Wat is je visie? Ofwel wat zijn de droom en het toekomstbeeld van je bedrijf?
- Wat is je missie? Ofwel wat is de doelstelling van je bedrijf?
- Wat zijn je kernwaarden? Ofwel wat zijn je belangrijkste waarden?
- Denk hierbij aan waarden als 'speels', 'bezieling', 'eerlijkheid', 'kracht'; woorden die staan voor je bedrijf.
- Wat zijn je merkbeloften? Ofwel wat beloof je aan je klant?
- Hoe communiceer je met je klant? Denk hierbij aan geschreven communicatie, maar ook aan visuele communicatie.

Het is fijn om deze punten helder te hebben. Als je besluit om iemand in te huren om je huisstijl en website te laten ontwerpen, dan zal hij of zij je hoogstwaarschijnlijk (en hopelijk) naar deze facetten vragen, zodat je website ook uitstraalt wat je wilt en de juiste mensen bereikt en aantrekt.

3.2 Bepaal je marketingstrategie

Als je alle bovenstaande stappen doorlopen hebt, heb je een duidelijk beeld van je product/dienst, je merk, je doelgroep, je unique selling points en je branding. **Dan is het tijd om je marketingstrategie te bepalen.** Je marketing-wattes? Dit is de strategie die je bepaalt om te kijken hoe en met welke communicatiemiddelen je je doelgroep gaat bereiken. Denk hierbij aan social media, je website en advertenties in dagbladen of tijdschriften, buitenreclame en televisie- en radioreclame; how far can you go?

Veel van de stappen uit het opstellen van een marketingstrategie heb je al uitgevoerd. **Wil je een uitvoerig marketingplan opstellen? Dan kun je hier een goed stappenplan vinden.**

Zelf kun je de antwoorden vormen op de volgende vragen:

- Met welke mensen/zzp'ers/bedrijven/merken/ondernemers ga je samenwerken of een zakelijke relatie aan? Dit kunnen online influencers zijn, maar ook een collectief waarbij jij je aansluit. Denk ook aan gastblogs schrijven en adverteren op grote platforms.
- Waar ga je je product of dienst aanbieden, on- en offline?
- Denk hierbij aan je eigen website, een samenwerking met een online webshop, je eigen winkel of een winkel waar je flyers neer kan leggen.
- Welke technologie en programma's heb jij nodig om je doelgroep te bereiken?

Maak een plan waarin je opneemt hoe en wanneer je al deze middelen gaat inzetten om je doelgroep te bereiken.

Denk hierbij bijvoorbeeld aan:

- Social media als Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Youtube
- Nieuwsbrieven versturen met email-marketing, met platforms als Mailchimp
- Je website en de blogs die je daarvoor schrijft
- Offline communicatie zoals flyers, brochures en advertenties in tijdschriften/kranten
- Gastblogs op andere goed bezochte websites
- Evenementen
- Een podcast op Itunes, Soundcloud of Spotify

Om het makkelijk voor jezelf te maken is het fijn om een zogeheten marketing- of contentkalender op te stellen. Hierin plan je voor jezelf in wanneer je bepaalde content deelt en op welk kanaal. Zo kan je van tevoren inplannen wat je gaat delen met je klanten. Het kan fijn zijn om in één keer al je blogs of social media posts te schrijven. Dan hoeft je ze alleen nog maar te delen.

Ben je goed met technologie? Dan kun je er ook nog voor kiezen om je posts voor social media alvast in te plannen met een zogeheten planningstool. Je kunt gebruikmaken van tools als Buffer, Later en Hootsuite.

Nog een paar tips voor crazy goede communicatie:

- Zorg voor een goed vindbare website door SEO in te zetten op je website.
- Ben je niet helemaal thuis in social media? Begin dan met één social media kanaal – eentje die je als makkelijk ervaart en waar je doelgroep te vinden is. Je kan beter met één kanaal goed beginnen, dan een heleboel dingen maar half doen.
- Zorg dat je reviews en aanbevelingen krijgt van je klanten – deze kun je op je website en in je marketing gebruiken.

Zo maakt Tellow gebruik van reviews:

Je hoeft niet verder te zoeken

95% van onze gebruikers raadt ons aan



Gebaseerd op 105 reviews



"Zeer gebruiksvriendelijk programma met ontzettend enthousiaste, vriendelijke en toegankelijke medewerkers."

Eugenie uit Barendrecht



4. Zet een stressloze administratie op



4.1 Begin met het einde in gedachte

Je wilt voorkomen dat je administratie een zootje wordt. Druk zijn met je klanten bedienen is goed, maar druk zijn met onnodig veel boekhouding is zonde. Sterker nog: hoe fijn zou het zijn als je boekhouding vóór jou werkt? Je administratie automatiseren kan de oplossing zijn, omdat dit je veel tijd – en dus geld – bespaart. Je hebt altijd en overal toegang tot je financiële administratie, hebt alles op één overzichtelijke plek staan en je kan je boekhouder toegang geven om mee te kijken.

4.2 Weet wat je dient bij te houden en bewaren

Het is slim om vanaf het begin alles goed voor elkaar te hebben, zodat je alles in orde hebt voor de Belastingdienst. Een goed begin is immers het halve werk, nietwaar?

De volgende zaken dien jij als zzp'er 7 jaar te bewaren:

- De inkoop- en verkoopfacturen
- De bankafschriften
- Het kasboek
- Voorraadadministratie
- In- en verkoopadministratie
- Je gewerkte uren als zzp'er*
- Je km-registratie
- Het grootboek
- Indien van toepassing: de loonadministratie

Let op: onroerendgoed zaken zoals de huur van een bedrijfspand dien je zelfs 10 jaar te bewaren.

Wist je dat [Tellow](#) is gecertificeerd door het Zeker-OnLine keurmerk? Dit betekent dat het aan alle eisen voldoet van de belastingdienst. Doordat je al je bonnen direct kunt scannen en daarmee opslaat in je boekhouding, is [Tellow](#) geschikt om je administratie veilig te bewaren in de cloud.

Een fijne tip om je uren goed bij te houden – ook handig als je dit bij moet houden voor opdrachtgevers: gebruik een app zoals TimeChimp of [TellowTime](#) (voor Apple gebruikers).

4.3 Weet wat je aan de belastingdienst dient te betalen

Als zzp'er betaal je twee soorten belasting: omzetbelasting (ook wel btw genoemd) en inkomstenbelasting. Wat en hoeveel je betaalt, hangt af van je inkomen en de rechtsvorm waarmee je je inschrijft bij de KvK. Nadenken hierover wordt getackeld met boekhoudtool Tellow. Tellow berekent automatisch je omzetbelasting voor je en zet je aangifte voor je klaar. Wil je meer weten over de omzetbelasting?

[Lees dan dit artikel.](#)

4.4 Voer je aanloopkosten op

De meeste ondernemers hebben al kosten gemaakt voordat ze officieel beginnen met ondernemen. Je hebt bijvoorbeeld al geïnvesteerd in een website, visitekaartjes of een laptop. Als je kan aantonen dat deze kosten zakelijk zijn, mag je de btw aftrekken onder ‘voorbelasting’. De btw hiervan mag je terugvorderen op aankopen tot en met 5 jaar voor de start van je onderneming.

4.5 Go digital met je administratie

Een bijkomend voordeel van een digitale boekhouding is dat je nooit meer je bonnetjes en belangrijke bestanden kwijt raakt. Het boekhoudprogramma [Tellow](#) richt zich speciaal op zzp'ers, is veilig en voldoet aan de eisen van de belastingdienst.

Met de app scan je je bonnen, waarna je uitgaven automatisch onder de juiste kostenpost worden verwerkt. Door de koppeling met je bank krijg je een seintje van de app als je na een aankoop de bon vergeet in te scannen. Ook kun je facturen sturen via Tellow, waarna de btw die je moet afdragen meteen in je btw-overzicht wordt geplaatst. Het mooie van dit al? [Tellow](#) zet ieder kwartaal de btw-aangifte voor je klaar en herinnert je eraan dat het tijd is voor de Belastingdienst. In één klik je btw-aangifte gedaan en nooit meer een boete omdat je te laat bent! Je bespaart jou en je boekhouder een hoop tijd en gedoe.

4.6 Wees consequent

Blok in je agenda een uurtje per week voor je administratie, het liefst op een vaste dag. Upload je bonnen direct na een aankoop en stuur je facturen meteen nadat de klus geklaard is. Je kan tegenwoordig ook facturen versturen vanaf je mobiel, zodat je cashflow meer op gang blijft. Dit kan met allemaal met [Tellow](https://www.tellow.nl).

4.7 Houd privé en zakelijk goed gescheiden

Zolang je in de administratie privé en zakelijk goed gescheiden houdt, voldoe je aan de eisen van de belastingdienst. Dit doe je door een aparte zakelijke en privé administratie te hebben.

De volgende dingen helpen je om dat gemakkelijker te doen:

- Zorg voor een zakelijke betaalrekening.

Tip: Als starter geven banken je vaak veel voordelen zoals gratis transacties.

- Stort vanaf je zakelijke rekening een vast maandsalaris naar je privé-rekening.
- Zorg voor een digitale zakelijke en privé administratie. Privé kan dat bijvoorbeeld in je Google Drive. Zakelijk kan je het beste werken met een online boekhoudprogramma.

4.8 Bouw een buffer op

Je dient zelf je inkomstenbelasting, verzekeringen en btw te betalen als zzp'er. Je wilt uiteraard niet voor verrassingen komen te staan. **Je kan daarom een aparte zakelijke spaarrekening openen, waar je bij iedere binnenkomende betaling meteen de btw en inkomstenbelasting op stort.**

Daarnaast is het aan te raden om een aparte rekening te openen voor een buffer. Zo ben je voorbereid als je eens een maand hebt waarin je minder omzet maakt. Soms kan je al voorspellen of achteraf terugzien dat je omzet tijdens sommige maanden minder is – zo is de zomer voor veel ondernemers vaak een rustige periode. It's a smart move om een vast percentage per maand opzij te zetten. Om het overzichtelijk te houden kan je dit bedrag het best op een andere (spaar)rekening zetten dan de rekening waar je de inkomstenbelasting en btw op stort.

4.9. Bereid je voor op arbeidsongeschiktheid

We know, sorry, dit is geen leuk onderwerp. Maar we hebben het beste met je voor. Ook al wil je er liever niet aan denken: ziek worden. Het is toch handig om voor jezelf te regelen dat je inkomen hebt, indien je door onvoorziene omstandigheden niet meer kunt werken. **Een arbeidsongeschiktheidsverzekering (AOV) kan dé oplossing voor de nood zijn. Hiermee weet je van tevoren wat je uitkering gaat zijn als je een tijd ziek wordt of voor langere tijd uitvalt.**

Met een arbeidsongeschiktheidsverzekering betaal je maandelijks een premie. Deze AOV-premie is aftrekbaar, waardoor je tot 40% aan kosten kan besparen. Het kan zijn dat een AOV te duur voor je is deze verzekeringen zijn behoorlijk kostbaar.

Omdat we graag met je meedenken, hierbij een paar tips om de kosten naar beneden te brengen:

1. Verhoog je eigen risico. Dit houdt in dat je wachttijd omhoog gaat en je bij ziekte dus pas na een aantal maanden geld uitgekeerd krijgt. Dit betekent dat je zelf wel een buffer moet hebben opgebouwd om deze wachttijd te overbruggen.

2. Pas je eindleeftijd aan. Je premie is afhankelijk van de periode waarover je je verzekert – of dit op je 47e eindigt of op je 83e. Het is wel verstandig dat je een alternatief regelt voor het moment waarop je over de eindleeftijd gaat.

3. Verzeker maar een deel van je inkomen. Hiermee verlaag je de AOV-premie. Dit gaat dien je dan zelf wel te dichten met bijvoorbeeld spaargeld.

4. Je kan een AOV combineren met broodfonds of crowdsurance. Deze instanties vergoeden meestal de eerste 2 jaar van je arbeidsongeschiktheid, waardoor de wachttijd van je AOV omhoog kan en je premie daarmee naar beneden gaat.

Let op: dit onderwerp is tegenwoordig hot en happening in de politiek en er kan dan ook veel veranderen. Houd de wetgeving hierover dus in de gaten! Dit geldt ook voor het volgende punt: je pensioen.

10. Denk na over je pensioen

Als zzp'er bouw je niet zoals in loondienst vanzelf pensioen op. Zzp'ers in bepaalde sectoren (zoals de bouw en de zorg) zijn verplicht om onderdeel te zijn van een pensioenfonds. Wanneer dit niet het geval is, dien je dit voor jezelf goed te regelen. Je pensioen opbouwen heeft ook financiële voordelen op korte termijn.

Hieronder een aantal tips voor het opbouwen van je pensioen:

1. Hoe eerder je begint, hoe meer je opbouwt – begin lekker op tijd en misschien eerder dan je wil ;-).

2. Wanneer je spaart voor je pensioen, maak je tot een bepaald bedrag gebruik van belastingvoordelen. Het geld dat je in je pensioen stopt is aftrekbaar. Een deel van het geld krijg je terug bij de aangifte inkomstenbelasting. Het bedrag dat je aan je pensioenpot geeft telt ook niet mee als vermogen. Je betaalt hier dus geen vermogensbelasting over.

3. Maak gebruik van een spaardeposito. Met een spaardeposito kan je je geld voor langere tijd vastzetten, bijvoorbeeld voor 10, 15 of 20 jaar. Het voordeel hiervan is dat je een hogere rente ontvangt dan bij een gewone spaarrekening. En je haalt er niet makkelijk geld vanaf aangezien hier boetes op staan. Het is hierdoor minder aantrekkelijk om je spaargeld te gebruiken voor een maandje Mexico of die nieuwe Mercedes.

4. Verspreid je risico zoveel mogelijk door niet alleen te sparen, maar ook te kijken naar andere mogelijkheden voor investeringen. Zo kun je investeren in een huis of gaan beleggen. Al moeten we erbij zeggen: het is wel aan te raden om advies in te winnen van een professional, voordat je daarmee start.

5. Maak gebruik van de oudedagsreserve

Dit houdt in dat je een deel van de winst uit je onderneming reserveert voor je pensioen. Het bedrag dat je opzij zet gaat af van je inkomen, waardoor je er geen belasting over betaalt.

De belastingdienst stelt verder geen eisen aan wat je wel of niet met dat geld mag doen. Je kunt dit geld investeren in je bedrijf of opsparen voor je pensioen.

11. Check je verzekeringen

Een veelgemaakte fout van starters is de gedachte ‘Mij overkomt niets’, maar ook als zzp’er loop je dagelijks risico’s die je niet altijd kan over- en voorzien. Dat je dan verzekerd bent voor risico’s die je niet zelf kan dragen, is een geruststellende gedachte. Welke verzekering jij als zzp’er nodig hebt is afhankelijk van in welke sector je werkzaam bent. Twee van de meest belangrijke verzekeringen hebben we hierboven al benoemd, namelijk de AOV en je pensioen. Daarnaast zijn de volgende verzekeringen voor bijna iedere ondernemer van toepassing: beroepsaansprakelijkheid, bedrijfsaansprakelijkheid en rechtsbijstandsverzekering. **Het is aan te raden om je hier goed over in te lezen en advies in te winnen, zodat je verzekerd bent en niet achteraf voor verrassingen komt te staan.**

12. Vraag advies

Als je nog vragen hebt, blijf er dan niet te lang mee rond lopen. Een boekhouder, accountant of financieel adviseur kan je verder helpen en je vragen beantwoorden. En aangezien jij tegenwoordig je eigen boekhouding online kunt doen, kan een adviseur met je meekijken en je zo nog sneller van advies voorzien

5. Voel je vrij als ondernemer

Wij hebben hieronder de belangrijkste lifehacks voor je opgeschreven die je gaan helpen om je werk systematischer en makkelijker te maken. Het doel van de lifehacks? Om zoveel mogelijk gemak te ervaren en écht de vrijheid te ervaren als zzp'er.

5.1 Timemanagement

Focus & prioritizing

We beginnen met een inkoppertje: gebruik een agenda. Een tool als Google Calendar is super handig, aangezien je altijd en overal kunt inzien – het is alsof je een virtual assistant in je broekzak hebt. What's handy 'bout it? Je kunt afspraken delen, met kleurtjes werken en meerdere agenda's bijhouden als je bijvoorbeeld voor meerdere bedrijven werkzaam bent.

Plan in je agenda niet alleen uren in die je aan je werk besteedt, maar zorg ook dat je tijd blokt voor afspraken, marketing, e-mail afhandeling, administratie en om te werken aan je bedrijf in plaats van in je bedrijf.

Daarnaast is een projectmanagement tool een echte aanrader. Je zet als het ware je notitieboekje online, waardoor je makkelijker prioriteiten kunt markeren en kunt schuiven met taken en deadlines. De online tools Notion, Trello en Asana zijn daar super geschikt voor. Extra tip: geef aan de taken die je daar in zet direct deadlines.

Om niet afgeleid te raken door mails (en al helemaal niet van die reclameberichten of nieuwsbrieven die je niet meer interessant vindt) kun je het volgende doen: filter binnenkomende mail op het woord

‘unsubscribe’ in de tekst. Verplaats die berichten automatisch naar een folder naar keuze of de prullenbak.

Pauze

Als je pauze neemt, neem dan ook echt pauze. Ga weg van je computer en loop even naar buiten om te wandelen. Plan rust en persoonlijke activiteiten ook letterlijk in in je agenda, zodat die niet in het geding komen zodra je jezelf te vol hebt gepland. Een leuke manier om je te kunnen focussen en om ontspanning te pakken is de Pomodoro techniek – gebaseerd op de ouderwetse kookwekker, ken je ‘m al?

De basics voor de Pomodoro techniek zijn als volgt:

1. **Prioriteer** in de ochtend de belangrijkste drie taken waaraan je wilt werken of die je af wilt maken.
2. **Begin met de eerste taak** en start de Pomodoro-timer. Werk tot de wekker afgaat en neem een korte pauze (3 – 5 minuten).
3. **Blijf de techniek gebruiken** tot je taken zijn afgerond.
4. **Neem elke 4 pomodori een wat langere pauze** van bijvoorbeeld een kwartier. Neem deze tijd om even te bewegen – daarna is je energieniveau weer up!

Houd reviews met jezelf

Reviews zijn momenten waarop je stilstaat en reflecteert op een tijdsperiode. Dit kun je jaarlijks, maandelijks of zelfs wekelijks doen. Waarom je dit zou doen? Deze reflecteer-modus is ideaal om jezelf aan te leren om vooruit te plannen en terug te kijken op wat je al gedaan hebt. Je kan zo nieuwe gewoontes bijhouden, zien hoe ze

voor je werken en indien nodig bijschaven om in lijn te blijven met je lange termijn-plannen houden. Even goed stilstaan doet wonderen voor je efficiëntie en resultaten, we promise!

Stel: je wilt een wekelijkse review doen, dan heb je hierbij een paar fijne tips:

- Bekijk je agenda. Zie je afspraken, losse eindjes of andere dingen die je aandacht nodig hebben? Handel die dan eerst af.
- Bekijk je inbox en zorg dat die leeg is. Een inbox met 0 nieuwe mails doet wonderen voor je ontspanning.
- Bekijk je doelen voor dit jaar en maak plannen om daar de komende weken aan te werken. Blok hier tijd voor en zet deze plannen direct in je agenda.

5.2 Boekhouding

Mindset

Veel zzp'ers zien op tegen het gedoe van bonnetjes overtikken, je administratie op orde brengen en je btw-aangifte doen. Veel ondernemers besteden het dan ook uit zodra ze daar budget voor hebben. Grote kans dat jij ook niet denkt "Yes, ik keek al wekenlang uit naar de leukste activiteit éver: mijn administratie!". Wanneer je je administratie nog niet kan uitbesteden of het jezelf makkelijker wilt maken, verander dan je gedachten erover en maak het leuker. Goede vragen die je jezelf kunt stellen zijn 'Wat brengt het mij?' en 'Waarvoor doe ik het?'. **Zo houd je focus op wat het je oplevert in plaats van wat het je kost aan tijd en tegenzin.**

en het als een spel te zien. De eerste stap om dat te doen is je administratie te automatiseren. Waar doe je het beter dan vorig jaar? Wat zijn je persoonlijke records? Je kan prognoses maken waarin je doelen stelt en jezelf uitdagingen geeft. Je kan beginnen met je visie voor je werk en onderneming en van daaruit doelen stellen. **Doelen die uitdagend zijn en haalbaar, zodat ze je het makkelijkst in een flow brengen.**

Online factureren

De tijd dat je facturen moest uitprinten, in een envelop stopte en naar de brievenbus bracht is goddank voorbij. Facturen maak je tegenwoordig gemakkelijk online. Dit bespaart je tijd en papier, dus het is niet alleen goed voor het milieu – maar ook voor je humeur. Het voordeel van online factureren is niet alleen het gemak van de factuur-software; het maakt je gehele boekhouding veel sneller. Met Tellow kan je zelfs facturen maken op je mobiel. Met een online boekhoudsysteem kan je je zakelijke rekening koppelen aan je boekhouding, waardoor het je betalingen automatisch voor je bijhoudt. Je wordt geüpdatet als een klant te laat is met betalen en je houdt financieel overzicht doordat inkomsten en uitgaven – actueel – op een duidelijk overzicht te zien zijn.

Tip:

Wil je je mooie nieuwe huisstijl aan je klant laten zien? Dan kan je het uiterlijk van je factuur aanpassen, zodat het aansluit bij jouw persoonlijke vormgeving. [Lees hier](#) hoe je dat in Tellow doet.

In beweging met je bedrijf: reizen

Als het aankomt op reizen voor je werk heb je een aantal opties. Je kan met het openbaar vervoer reizen, een ov-fiets huren, je eigen auto gebruiken, een auto aanschaffen of een auto huren via bijvoorbeeld Greenwheels. Wil je een auto aanschaffen voor je werk? Dan kan je dit privé doen, maar ook zakelijk. Het kan ook financieel voordelig zijn om een auto te leasen of een (tweedehands) auto te kopen. Hoe je ook reist of besluit te gaan reizen, wij hebben een aantal handige tools voor je verzameld die je tijd en geld gaan besparen.

Privé auto die je ook zakelijk gebruikt

Heb je zo'n fijne waggie dat je met je privé auto ook zakelijke kilo-meters maakt? Lees dan verder. Naast de 19 cent per zakelijke kilometer die je bij de belastingdienst opgeeft, mag je óók btw verrekenen op:

- Brandstof (tankbonnetjes)
- Garage/onderhoudsbeurten
- Winterbanden/zomerbanden
- Motorolie en screenwash
- Carwash

[MKB brandstof](#) heeft een auto-pas die alle kosten van tanken, onderhoud en zelfs parkeren automatisch voor je bijhoudt op één verzamelfactuur. Je hoeft de bonnetjes dus niet te bewaren en los te uploaden in je boekhouding. De MKB-brandstofpas koppel je aan Tellow, waardoor je geen omkijken hebt naar de btw-declaratie van je autokosten.

Openbaar vervoer

Deze optie geldt voor de ondernemers onder ons die veel gebruik maken van het openbaar vervoer. Je wil dan makkelijk je reiskosten kunnen declareren en bijhouden.

Je hebt momenten waarop je voor een opdrachtgever op locatie werkt, dagen waarop je meerdere klanten bezoekt en op andere dagen werk je op kantoor. **Een oplossing om alles overzichtelijk bij te houden is [de NS-Business card](#).**

De voordelen? Deze ov-kaart is gratis en je hoeft geen saldo op te laden; je krijgt aan het einde van de maand een factuur waar alle gemaakte kosten verzameld zijn – van trein tot metro, bus en tram. Met de kaart maak je ook snel gebruik van een OV-fiets of Greenwheels-auto. Daarnaast kan je online snel je privé en zakelijke kosten uit te splitsen.

Autoleasen

[Een auto leasen](#) heeft als voordeel dat je geen onverwachte kosten hebt voor je auto en geen grote investering hoeft te doen. Je weet hierdoor precies waar je aan toe bent. Je rijdt een gloednieuwe auto voor een vast maandbedrag. Het onderhoud, de reparaties, pechhulp en je verzekering zijn inbegrepen in het maandtarief. Zo kan je ook flexibele leasecontracten afsluiten waardoor je het ieder moment kan opzeggen.

5.3 Netwerken & groeien

Er zijn zzp'ers die dit leuk vinden en anderen zien er als de Himalaya's tegenop: netwerken. Als je wilt groeien, nieuwe samenwerkingen wilt aangaan en nieuwe klanten wilt binnenhalen is het een essentieel onderdeel van je werk. Hieronder geven wij een aantal tips die netwerken leuk maken:

Speel matchmaker, maar dan voor je collega-ondernemers. Verbind ondernemers met andere ondernemers. Dit kan al doordat je een cv doorstuurt of iemand tagt in een Facebook-bericht. Waarom je dat zou doen? Je voegt enorme waarde toe voor andere mensen en blijft zo in de picture bij anderen.

Je kan ondernemers helpen met hun vragen en problemen. Veel mensen stellen vragen op LinkedIn, dus daar kun je mooi op inspelen. Het is zeer waarschijnlijk dat ze jou in de toekomst ook helpen als je een vraag hebt, just to pass on the goodness. Plus: mensen weten meteen waar jij goed in bent en wat je expertise is, omdat ze het zelf hebben ervaren door de kennis die je hebt gedeeld.

Je kan je aansluiten bij een netwerk- of ondernemersclub of master-mind. Het kan een voordeel zijn als jij de enige bent in de club die jouw expertise vertegenwoordigt: dan heb je een gunstige positie. Je kan je ook aansluiten bij online groepen op LinkedIn en Facebook en daar je kennis delen.

Wanneer je een interessante uitwisseling hebt gehad met iemand, zorg dan niet alleen dat ze jouw kaartje hebben, **maar zorg dat jij contact met hen kan opnemen.** Volg ze op social media, vraag om hun tele-

foonnummer of maak meteen een vervolgspraak.

Vraag bekenden, vrienden of oud-collega's of zij jou voor kunnen stellen aan andere ondernemers die iets aan jouw diensten of product kunnen hebben. Het leukst is natuurlijk als ze jouw diensten of producten ook zelf kunnen aanbevelen – social proof werkt goed.

Wanneer je in gesprek raakt met iemand – of dat nou in de supermarkt is of op een formele bijeenkomst, **stel interessante vragen.** Toon oprechte interesse, zorg dat je je gesprekspartner aan het denken zet en geniet van het gesprek in plaats van er iets uit willen halen. Wie weet wat je er dan voor terug krijgt!

Werk met een CRM systeem

CRM staat voor Customer Relationship Management. **In een CRM systeem kun je alles bijhouden over je klanten, voor de meest optimale relatie.** Hun contactgegevens, belangrijke dingen die je moet onthouden en de contactmomenten die je met hen hebt gehad; alles kun je hierin kwijt. Niet langer alle details over een klant uit je hoofd leren, maar online aantekeningen maken.

En hoe meer jij weet van je klanten, hoe beter je ze kan helpen met je dienst of product. Je krijgt meer overzicht op en structuur in je verkoopproces. **Een CRM-tool biedt je meer overzicht en structuur in je verkoopproces, bespaart je tijd en levert je meer geld op doordat je meer omzet haalt uit je leads.**

Tip:

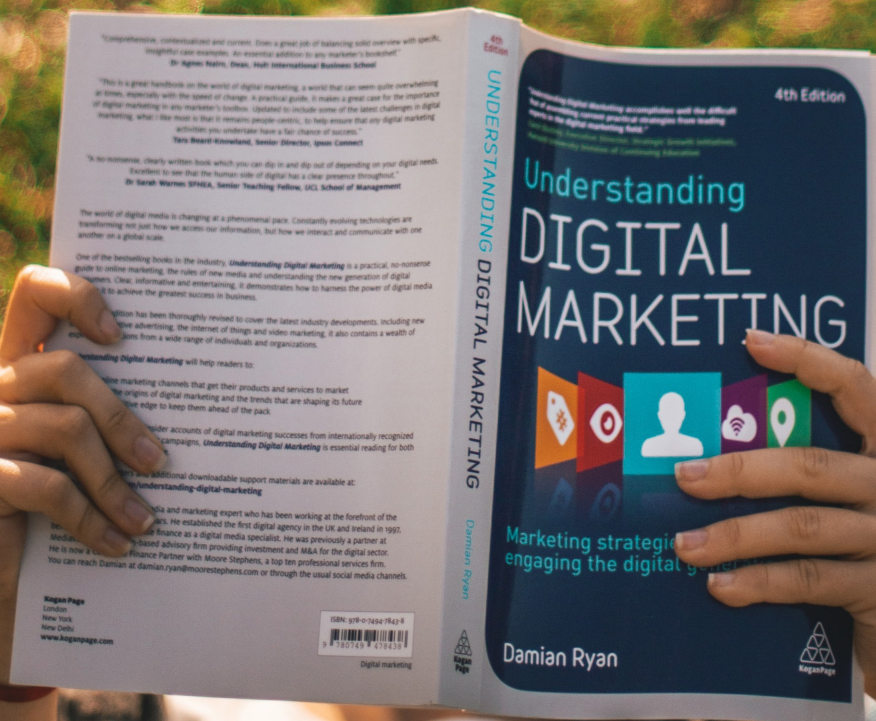
Een makkelijke hack hiervoor is om LinkedIn te koppelen aan je CRM-systeem, met behulp van een LinkedIn plugin. Dit stelt je in staat om contacten en gerelateerde bedrijven rechtstreeks uit LinkedIn in je CRM-software toe te voegen. Ook bestaande contacten in je CRM kun je up-to-date houden met de info van LinkedIn.

Samenwerken met een businesscoach

Alle stappen nagelopen, advies gevraagd aan collega-ondernemers en teveel bitterballen gegeten bij netwerkborrels, maar groeit je onderneming toch niet zoals je had gehoopt? Schakel een businesscoach in! **Het kan onwijs waardevol zijn om advies in te winnen van een onafhankelijk persoon die met je meedenkt.** Hij of zij kan je tonen waar je naar te kijken hebt en hoe je verder kunt.

Waar je deze mensen vindt? Steeds meer mensen bieden hun expertise aan en delen hun jarenlange ervaring tijdens een coaching-traject of -gesprek. **Zoek iemand die specialistische kennis heeft op jouw vakgebied.** Als je wat rond Googlet of op LinkedIn om een aanbeveling vraagt, zul je hoogstwaarschijnlijk al om de oren geslagen worden met goede businesscoaches.

6. Verder leren



20 boeken: groei uit je starters-jasje

Het loont om je persoonlijk te blijven ontwikkelen. Hoe je dat doet? Door te leren van anderen! Daarom hebben we de must-reads voor je op een rij gezet die vele ondernemers hebben gelezen en hen to the next level hebben gebracht. Klik op de titels als je de boeken direct wil bestellen.

1. [Startersgids voor zzp'ers – Rinske Jansen](#)

Dit is hét boek om mee te starten (see what we did there?) als jij je aan het oriënteren bent. Het boek baant een weg door de freelance jungle met een praktisch stappenplan. Het helpt je de juiste keuzes te maken, op het juiste moment. Je krijgt antwoord op vragen zoals 'Hoe stel ik een ondernemingsplan op?', 'Hoe kom ik aan klanten?' en 'Wanneer is mijn bedrijf financieel rendabel?'. Na het lezen van dit boek voel jij je klaar voor het ondernemerschap.

2. [The Freelancer's Bible: Everything You Need to Know to Have the Career of Your Dreams – On Your Terms – Sara Horowitz](#)

Dit boek neemt je mee de diepte in. **Bedoeld als de bijbel voor de freelancer met een behoefte aan een droomcarrière, maar ook een community.** Het boek geeft je praktische tips, waaronder drie essentiële tools om klanten te krijgen en hoe je ze tevreden kunt houden, strategieën om je uurprijs te bepalen, hoe om te gaan met tijden van lagere omzet en de voordelen van een thuishkantoor in vergelijking met het huren van een kantoor. Sara deelt hoe je je freelance carrière to the next level brengt om financiële vrijheid te bereiken.

[Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will](#)

3 Listen – Donald Miller

Dit boek vertelt je waarom storytelling zo'n hot topic is. Het onthult de geheimen van hoe jij je klanten kan overtuigen van de voordelen van jouw product, idee of dienst. Je leert de zeven universele storytelling-kenmerken waar elk mens op reageert, de echte reden waarom klanten een aankoop doen en hoe je je merkverhaal makkelijk en begrijpbaar maakt. Daarnaast krijgt je praktisch toepasbare tips om effectief je verhaal te vertellen op je website, social media en in brochures. Na het lezen van dit boek heb je altijd een interessant verhaal te vertellen wanneer iemand je vraagt wat voor werk je doet.

Personal Branding voor zzp'ers – Tom Scholte

4. Als zzp'er werk je vaak aan tijdelijke klussen en daardoor ben je vaak bezig met de vraag: wat wordt mijn volgende opdracht? Een soort solliciteren+, want je moet vaker een opdrachtgever overtuigen van wie jij bent en wat jij doet. **Dit boek leert je hoe je dat slim aanpakt. Je leert hoe jij een krachtige professionele identiteit neerzet, zowel off- als online en hoe je daarin de juiste keuzes maakt.** Je leert ook hoe je direct toegevoegde waarde biedt aan je klant, zodat je vaker gevraagd wordt en leuker werk naar je toetrekt.

The 4 hour-workweek – Tim Ferriss

5. Freelancen kan hard werken zijn en soms ben je meer tijd kwijt bent dan aan een 9 tot 5 baan. Zoek je naar meer balans en minder hustle? **Het befaamde boek van Tim Ferriss geeft je praktische tips hoe je minder hard hoeft te werken werkt en toch rijk wordt.** De nadruk ligt op controversiële tips en tools, zoals dat je leuke dingen niet moet gaan uitstellen tot je pensioen. Hij komt met tips zoals af en toe een

mini pensioen nemen, een week lang media-vasten en de tijd voor je taken beperken zodat je productiever bent. **Als je wilt leren om je werk slim uit te besteden en passief inkomen op te bouwen, dan is dit je go to.**

Grow to Greatness: Smart Growth For Entrepreneurial Businesses –

6. Edward D. Hess

Dit boek is geweldig voor de freelancer die toe is aan minder overweldigd zijn. Eerlijk is eerlijk: je eigen baas zijn is geweldig, maar soms ook vermoeiend en druk. Je krijgt een andere kijk op groei en sommige mythes worden gecrushed voor je. “It’s not grow or die, it’s improve or die.” Een groot bedrijf is niet altijd wat jij als freelancer nodig hebt of wilt. Daarom geeft dit boek een handleiding vol stappen die jij kan nemen – gebaseerd op jouw wensen en wat goed voor je is. Zodat je bedrijf groeit op een manier die bij je past.

The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Don’t Work and

7. What to Do About It – Michael E. Gerber

In the E-Myth Revisited worden je ondernemersdromen bij de ballen gepakt en krijg je een reële kijk in een bedrijf opbouwen. **Als je freelance carrière een opstap is naar je eigen bedrijf, is dit boek een real eye opener.** De verwachtingen, technische expertise en de vooroordelen die de meeste ondernemers hebben worden hier onder de loep genomen. Je leert de lessen van een franchise onderneming en hoe die ook voor jou van toepassing zijn als je geen franchise runt.

Company of One: Why Staying Small Is the Next Big Thing for

8. Business – Paul Jarvis

Een boek **voor als je juist niet een grote onderneming wilt opzetten, maar een vervullende carrière wilt waarbij jij je eigen uren bepaalt, simpele en slimmere oplossingen implementeert en ook highly profitable bent.** Het kan! En dit boek leert je hoe – met een uniek business model. Het voordeel van een eenmanszaak blijven is dat je de vrijheid behoudt om meer betekenisvol werk te doen. Je ontwijkt daarmee het moeten dealen met personeel, lange vergaderingen en nachtenlang wakker liggen door te hoge kosten.

The Hard Thing About Hard Things: Building a Business When There

9. Are No Easy Answers – Ben Horowitz

Speciaal voor de freelancers die ervan dromen om hun eigen agency te runnen; geschreven door big shot Horowitz (een grote naam in Silicon Valley), die middels anekdotes vertelt hoe hij de moeilijke kant van mensen managen heeft aangepakt. Dit boek is de antidote op managementboeken. Het verhaal van founder Horowitz gaat namelijk over wat er gebeurt als je alles goed opgezet hebt en toch failliet dreigt te gaan. Hij geeft eerlijke inzichten in zijn misstappen die verder gaan dan alleen zijn werk. Hij betreft ook zijn familieleven en geeft inzicht in hoe je mentaal gezond blijft als CEO van een agency (of iedere andere onderneming).

De Lean Startup – Eric Ries

10. De Lean startup methode is een mainstream begrip, maar nog vrij jong in de ondernemerswereld. **Als je van plan bent een tech start-up te beginnen, een klein bedrijf wil opbouwen of een innovatie binnen een groot bedrijf wil lanceren dan is dit je go-to.** Gemiddeld

sneuveld 75% van de start-ups en deze methode tackelt dat door innovatie minder riskant te maken. De lean start-up zet experimenteren op de voorgrond, uitgebreide planning op de tweede plaats. Ries pleit dat feedback van je klanten belangrijker is dan je intuïtie volgen en iteratief designen belangrijker dan maandenlang aan een groot design werken. Het boek geeft antwoord op hoe je niet in het begin teveel geld over de balk gooit en je ideeën kan valideren, zodat je ze snel in de wereld zet en you can make the dream work.

Hooked: How to Build Habit-Forming Products – Nir Eyal

- 11. Ben je geïnteresseerd in het opzetten of verbeteren van een verslavend product? Dan is dit boek je heroïne.** Het brengt je de antwoorden op de vraag: hoe bouwen succesvolle bedrijven producten die mensen niet meer weg willen leggen? Is er een onderliggend patroon in technologie waardoor we verslaafd raken aan bepaalde producten? De schrijver beantwoordt deze vragen aan de hand van het Hook Model. Een vierstappenplan gebaseerd op uitgebreide research dat de gebruiker van je product keer op keer terug doet komen. Je bespaart hiermee geld voor dure campagnes en advertenties; je haalt immers meer uit je huidige gebruikers.

The Miracle Morning – the not-so obvious secret guaranteed to

- 12. transform your life (before 8AM) – Hal Elrod**

Productiever zijn en iedere ochtend blij wakker worden; dat is toch de droom van iedere zzp'er? Na het uitvoeren van Hal Elrod's simpele ochtendroutine is dat (volgens hem) wat je krijgt. Het boek heeft een grote groep volgelingen die zweert bij zijn methode. Eerst tijd voor

jezelf en dan pas de buitenwereld – is een wijze les uit dit boek. Dat betekent geen koffie, geen snoozing en geen social media in de ochtend, maar zes dingen die je trouw implementeert om je leven in het algeheel te verbeteren.

Getting Things Done: The Art of Stress-Free Productivity – David

13. Allen

Een boek voor de creatieve denkers, de productiviteit-nerds en de multitaskers. Deze old-timer, geschreven door management guru David Allen, mocht natuurlijk niet in onze lijst ontbreken. Je leert als freelancer door dit boek hoe je je werk prioriteert en hoe je het meeste werk gedaan krijgt in korte tijd. Het boek leert je hoe je effectief antwoord geeft op de vraag ‘What’s my next step?’ en toont je hoe je die stap succesvol zet.

Hoe je vrienden maakt en mensen beïnvloedt – Dale Carnegie

14. Dit boek is een golden oldie, geschreven in 1936 en nog steeds relevant. We weten namelijk allemaal dat wanneer mensen je aardig vinden, ze sneller dingen voor je doen. **Dit boek leert je tot in de puntjes hoe je communicatie tot een ware kunst verheft.** Carnegie pleit voor het feit dat luisteren, oprechte aandacht tonen en simpelweg glimlachen je een heel eind op weg kunnen helpen. De technieken die hij je leert kan je toepassen in je business relaties, maar zijn ook perfect voor je vriend(inn)en of partner.

De zeven eigenschappen van effectief leiderschap –

15. Stephen R. Covey

Steven Covey legt uit dat als je een situatie wilt veranderen je bij jezelf dient te beginnen. 'Van binnenuit naar buiten veranderen' is zijn uitgangspunt. Dit zijn de zeven eigenschappen die hij in het boek behandelt: wees proactief, belangrijke zaken eerst, denk win-win, eerst begrijpen en dan pas begrepen worden, synergie en houd de zaag scherp. **Deze basisprincipes zijn voor iedereen toepasbaar en relevant; ze geven jou de zekerheid in zowel je persoonlijke leven als bedrijfsleven om juist te handelen en te groeien als mens.**

Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World –

16. Cal Newport

Je herkent vast wel dat je te lang op social media hebt gezeten en daarna spijt voelt dat je die tijd niet productiever hebt gebruikt. **Dit boek is de Marie Kondo voor je digitale leven en leert je hoe je afkickt van je FOMO.** Technologie is nu eenmaal aanwezig in onze wereld. Je kan het als goed of fout bestempelen, maar het gaat niet meer weg. Belangrijk is dat jij als ondernemer leert hoe je technologie inzet om je doelen te bereiken en niet wordt opgeslokt door een luide digitale wereld. Dit boek schijnt licht op de weg daar naartoe.

Profit First – Mike Michalowicz

17. **Dit boek daagt je als freelancer uit om niet akkoord te gaan met de laatste broodkruimels op je zakelijke bankrekening als salaris.**

Het leert je om winst prioriteit te geven en wat je overhoudt je budget te laten bepalen. Say what? Het boek legt uit dat de meeste ondernemers hun geld besteden volgens de Parkinson's Law: hoe meer geld je omzet, hoe meer je ook geneigd bent kosten te maken. De meeste

mensen berekenen hun winst als volgt: inkomen - kosten = winst. Wat als je dit omdraait? Dus je inkomen - winst = kosten. Dan ben je verplicht veel meer onnodige kosten te schrappen en heb jij een veel aangenamer loon als zzp'er. Hoe je dat grondig doet lees je aan de hand van vele praktische voorbeelden in dit boek.

18. [You Are a Badass at Making Money: Master the Mindset of Wealth - Jen Sincero](#)

Het woord 'mindset' is hip. Dit boek leert je waarom. **Je mindset is een sleutelrol als het gaat om geld te verdienen als freelancer en te behouden en laten groeien.** De schrijfster legt uit hoe belangrijk je positieve houding en succes-mindset zijn als het gaat om rijker worden. De schrijfster is het levende bewijs van wat ze schrijft en vertelt op komische wijze over haar reis: hoe ze in een stoffige garage leefde en haar leven transformeerde naar luxe reizen maken en slapen in hotels. Het boek onthult de geheimen van waarom succes in jezelf zit.

19. [The Richest Man in Babylon - George S. Clason](#)

Een van de meest uitdagende dingen in het freelance leven is het managen van je inkomen en uitgaven. Het is namelijk moeilijk in te schatten hoeveel je van maand tot maand verdient. **Dit boek is geschreven als persoonlijk financiën-boek en leert je om jezelf eerst uit te betalen en te leven below your means.** Het boek is geschreven aan de hand van oude mythische verhalen die zich in Babylon afspeelden en beschrijft basisprincipes die relevant blijven en het leven van iedere zzp'er makkelijker maken.

20. Building Wealth And Being Happy - Graeme Falco

Geen financiële stress meer, genieten van een cocktail op het strand en kunnen doen en laten wat je wil – dat is de droom van zo'n beetje iedere ondernemer, niet? Wij houden van praktische gidsen omdat je met een stappenplan zelf aan de slag kan. Als je wil leren om langzaam rijk te worden en vervroegd met pensioen te gaan, wat je zelf financieel kan doen en wanneer je een adviseur dient in te schakelen, of je moet huren of kopen, of je wel of niet groen moet investeren, of je de beurs en investeren kan vertrouwen, of je moet investeren in goud of aandelen – dan moet je dit boek op je nachtkastje klaar leggen en gaan lezen. **Dit boek geeft uitgebreid antwoord op al je vragen, zodat je nooit meer financiële hoofdpijn hoeft te hebben.**



Afscheid nemen bestaat niet

En dat, my friend, was de laatste tip die we – voor nu – voor je in petto hadden. **We gunnen je een leven waarin je ‘s ochtends wakker wordt met zin in de dag (juist op de maandag!) en waar je werk je de mogelijkheid biedt om te genieten van het leven.** Mocht je in de toekomst weer even terug moeten naar de tekentafel, dan weet je ons te vinden.

Heb je wat gehad aan dit e-book?

Deel dan je ervaring met ons. We horen graag van je! Ook als je vragen, opmerkingen of aanvullingen hebt, [neem dan contact op met Tellow](#). En ben je er klaar voor om je onderneming naar een hoger niveau te tillen? [Automatiseer dan je administratie](#), zodat je in één klik je btw-aangifte kunt doen en nooit meer bonnetjes hoeft kwijt te raken.

**Kortom, voel de vrijheid van
freelancen. Enjoy!**

Namens Tellow,

geschreven door [Charlotte Derksen](#) & [Soraya Gelink](#)

Tellow