

Succesvol Freelancen

W. A. van Dinther

Inhoudsopgave

Introductie	4
Hoofdstuk 1. Starten als Freelancer	5
Wat is freelancen?	5
Starten met een fulltime baan	5
Starten met een parttime baan	7
Fulltime freelancer	9
Je baan opzeggen	10
Rechtsvormen.....	10
Leveringsvoorwaarden	14
Zakelijke overeenkomst of contract.....	16
Het financiële plaatje	17
De administratie	18
De Belastingdienst.....	19
Bedrijfsplan.....	20
Werkomgeving	20S
Thuiswerken	20
Buitenshuis werken	22
Ergonomische werkplek	23
Apparatuur	25
Productiviteit.....	27
Blijf alert en up-to-date	28
De valkuilen	29
Beroepsziekte RSI	30
Maak van jezelf een merk.....	33
Waarom is dat belangrijk?	33
Onderscheid je van anderen	33
Bedrijfsnaam belangrijk.....	33
Herkenbaarheid door de huisstijl	34
Website.....	35
Referenties.....	35
Tarieven van de freelancer	35

Vaststellen van tarieven	36
Kostenplaatje	36
Het berekenen van een uurtarief	37
Geleidelijke verhoging van je tarieven	39
Tarieven per uur of per opdracht?	40
Motivering van je tarieven	41
Optimale tariefstelling.....	42
De offerte	43
Marketing	45
Positionering.....	45
Marketingcyclus.....	47
Netwerken is belangrijk.....	48
Freelance opdrachten.....	49
Acquisitie	49
De 'elevator pitch'	49
Freelance vacatures.....	50
Freelance opdrachten in je inbox	51
Freelancer of ZZP' er gezocht	52
Prospects en klanten	52
Klantvaardigheid.....	52
Zakelijke relaties opbouwen.....	54
Pieken en dalen	55
Klanten informeren	56
Bereikbaarheid	57
Klantenbestand.....	57
Je eerste freelance opdracht binnenhalen	59
Portfolio	59
Referenties.....	59
Persoonlijk contact	59
Briefing	60
Inschatting van tijdschema.....	61
Een tijdschema opstellen	61
Grote projecten	62
Continuïteit.....	62

Aan een opdracht beginnen	64
Inventarisatie van een opdracht.....	64
Urenregistratie.....	65
Communicatie	66
Aanpassingen door de klant	67
Budgetoverschrijding.....	67
Uitlopen van het tijdschema	68
Werken aan meerdere projecten tegelijkertijd	70
Dossiers bijhouden	70
E-mailbeheer	71
Beheer van je Worddocumenten	71
Dienstverlening.....	71
Het oplossen van klachten en problemen	73
Facturering	76
De factuur	76
Hoe ga je om met dubieuze debiteuren?	78
Cashflow	80
Administratie	82
Uitbreiding van je bedrijf	84
Samenwerkingsverbanden	87
Personeel aannemen.....	88
Groei	90
Freelancerschap als springplank.....	90
Tenslotte	91

Introductie

Als je besloten hebt om freelancer te worden zijn er veel manieren om aan informatie te komen: via internet, Kamer van Koophandel, andere freelancers, literatuur, seminars etc.

Deze informatie probeert je een zo'n goed mogelijk beeld te schetsen van alle stappen die je moet nemen om goed voorbereid te kunnen starten als freelancer of ZZP'er. En of dat is als freelance journalist, freelance manager, freelance ICT'er, freelance copywriter, freelance secretaresse, freelance designer, freelance consultant, freelance fotograaf, freelance developer, freelance marketing specialist, freelance jurist of freelance controller, deze tips zijn universeel voor alle beroepen.

Een ding is zeker! Omdat je dit boekwerkje leest is duidelijk dat je overweegt om freelancer te worden. Of je nu voor dit avontuur gekozen hebt omdat je genoeg hebt van de '9 tot 5' mentaliteit, of dat je gewoon 'baas op eigen werk' wilt zijn, óf dat je je eigen toekomst uit wilt stippelen; het zal beslist het spannendste zijn dat je ooit in je leven zult doen

Hoofdstuk 1. Starten als Freelancer

Wat is freelancen?

Simpel gezegd, werken voor jezelf. Een freelancer is iemand die diensten levert als freelance fotograaf, freelance designer, freelance tekstschrijver, freelance ICT-er, freelance consultant of als freelance secretaresse. Maar eigenlijk zijn er voor elk beroep freelancermogelijkheden. Het belangrijkste verschil met een 'gewoon' beroep is dat een freelancer voor meerdere opdrachtgevers werkt i.p.v. voor een werkgever. Het freelance tarief is op basis van een uur, dag of project en hun product is hun eigen knowhow.

Freelancers kun je ook beschouwen als een soort 'aannemers' omdat ze op basis van kortlopende contracten freelance projecten uitvoeren voor hun klanten. Vaak zijn er een paar klanten tegelijkertijd en moet de freelancer ervoor zorgen dat in een bepaald tijdschema al de opdrachten van zijn klanten worden afgewerkt.

Ofschoon het makkelijk is om te zeggen dat freelancen gewoon een ander manier van werken is dan werken voor een baas, is dat een beetje te simpel geredeneerd. Er komt meer bij kijken. Want je runt in alle facetten een bedrijf. Als freelancer kun je besluiten om een eenmans- of eenvrouwsbedrijf te blijven, maar er bestaat ook de mogelijkheid dat je op termijn personeel moet inhuren als je bedrijf groeit.

Zelfstandig freelancer zijn biedt je de vrijheid om te kiezen: waar en wanneer je werkt, voor wie je werkt, wat je tarieven zijn etc. Eerlijk is eerlijk. Naast deze vrijheid bestaat er ook de kans op spanningen. Vind ik wel werk, betalen ze wel op tijd, krijg ik mijn freelance opdracht wel op tijd af en wat als ik niet genoeg klanten heb?

Iedereen die goed is in wat hij doet kan in principe ook freelancer worden. Maar daar moet je wel wat voor doen! Er komt veel op je pad waar je als werknemer niet mee geconfronteerd wordt. Deze gids leidt je door het oerwoud van hindernissen en valkuilen als freelancer op welk gebied dan ook en kan een leidraad zijn bij het nemen van de juiste beslissingen.

Hoewel het soms moeilijk is om het hoofd boven water te houden, is freelancer zijn zoveel waardevoller dan werken voor een baas. Want als je 's morgens uit bed stapt en je realiseert je iedere dag opnieuw dat jij bezig bent om je eigen toekomst te bepalen en jij je eigen baas bent, geeft dat een fantastisch gevoel.

Omdat je waarschijnlijk al besloten hebt om een freelancer te worden, je leest dit boekje tenslotte, is nu de belangrijkste vraag: hoe begin ik en waar begin ik het eerste mee.

Starten met een fulltime baan

Het allereerste wat je moet doen is serieus nadenken over je huidige baan. Wil je een fulltime freelancer zijn of kies je ervoor om je freelance activiteiten buiten kantooruren uit te voeren? Als je fulltime freelancer wilt zijn, moet je dan meteen je baan opzeggen of is het beter om daarmee te wachten?

Het lijkt verleidelijk, zeker als je je vaste baan beu bent, om zo snel mogelijk ontslag te nemen. Waarschijnlijk is het verstandiger om eerst te overwegen of je je huidige baan niet als springplank kunt gebruiken!

Het kan je helpen om je eigen bedrijf op te starten terwijl je nog een vaste baan hebt. Je verdient in ieder geval genoeg voor je maandelijkse kosten en bovendien scheelt je dat voorlopig een heleboel stress. Laten we eens een aantal voor- en nadelen op een rij zetten voor dat je definitief een keuze maakt:

Voordelen:

- **je kunt uitproberen of het iets voor je is**

Het kan beangstigend zijn om meteen de veiligheid van een vaste baan op te geven. Als je voor een baas werkt hoef je je in principe niet druk te maken of er wel of geen werk is, op het einde van de maand krijg je je salaris. Als fulltime freelancer wordt dat en nog veel meer wel je eigen verantwoordelijkheid.

Het geweldige aan een vaste job hebben én freelancer zijn is dat je zonder al te veel risico's uit kunt vinden of het freelance werken wel echt iets voor jou is, vóór je de stap neemt om de veiligheid van een vast salaris achter te laten. Je kunt deze keuze vergelijken door te gaan zwemmen met een zwemband, zeker als je nog nooit eerder in het diepe bent geweest. Als het uiteindelijk toch niet zou lukken om het te leren, of als je ondanks al je inspanningen niet meteen kampioen bent geworden maar toch ook niet meteen kopje onder gaat, dan kan je zwemband ervoor zorgen dat je in ieder geval langer in het water kunt blijven!

- **je krijgt nog steeds vakantie en vakantiegeld**

Natuurlijk kun je als fulltime freelancer zo vaak op vakantie gaan als je wilt, maar er is niemand die je drankjes bij het zwembad betaalt, laat staan je salaris doorbetaalt. Als parttime freelancer kun je tijdens de vakantieperiode gemakkelijker eens een opdracht afwijzen omdat je weet dat je na de vakantie nog gewoon je werk en je salaris hebt.

- **inventariseer of er relaties zijn vanuit je werk die toekomstige klanten kunnen worden**

Dit zal niet altijd mogelijk zijn omdat je te maken kunt hebben met het werkgeversbeding om geen klantenbestanden te gebruiken. Dit kan een behoorlijk struikelblok zijn, dus onderzoek terdege of dit problemen met je oude werkgever kan opleveren, dat is ook afhankelijk van de branche waarin je werkt.

Freelancen naast een vaste baan heeft als voordeel dat je de tijd hebt om te werken aan zowel een klantenlijst als een orderportefeuille. Als je dan na verloop van tijd definitief overstapt naar het fulltime freelancerschap heb je de eerste stappen al gezet voor een succesvol eigen bedrijf.

- **reserves opbouwen**

Als je een fulltime baan hebt en daarnaast parttime freelancer bent kun je alvast sparen voor het moment dat je definitief gaat beginnen. In het volgende hoofdstuk wordt er uitgebreider ingegaan op de voordelen om geld achter de hand te hebben.

Nadelen:

- **minder vrije tijd**

Je wilde en een fulltime baan, freelance werk en ook nog een leven daarnaast? Dit zal vaker niet dan wel te bereiken zijn. Zelfs als je een parttime baan hebt zal de combinatie met je freelance werk behoorlijk tegenvallen. Het werk zal je avonden, weekends en andere kostbare vrije tijd opslokken!

Daarin de balans vinden zal heel moeilijk zijn, maar als je zorgvuldig afweegt hoeveel werk je aankunt en als je je ook focust op je productiviteit, zal dit je helpen om dat evenwicht te vinden. Je zult merken dat je het meest leert van de harde lessen die je in de praktijk zult tegenkomen en dat je dat al vallende en opstaande steeds beter gaat beheersen.

- **tijdens werktijd is freelancen taboe**

Het is zeer verleidelijk om op je werk het een en ander voor jezelf te doen. Of dat nu je lunchpauzes zijn of andere momenten dat je klaar bent met het werk voor je baas, probeer er niet aan toe te geven, want het kan vervelende consequenties voor je hebben!

Als je werkgever in de gaten krijgt dat je langer over sommige taken doet dan anders, of dat je incasservermogen qua hoeveelheid werk minder wordt, of dat je je in allerlei bochten wringt om te doen alsof je je eigenlijke werk fluitend af hebt, loop je een groot risico en val je ooit door de mand.

Dus kom niet in verleiding en laat je freelance projecten buiten kantooruren! Kom je er door in de problemen, bespreek het dan met je baas om er een oplossing voor te vinden die tot voldoening van beide partijen is.

- **druk van de ketel**

Mocht het je toch allemaal te veel worden, je reguliere werk en je freelance opdracht, zorg dan dat je een veiligheidsroute inbouwt. Gebruik daarvoor dat ene vrije weekend of die extra avond, ook al had je die niet ingepland om te werken, als je op vrijdagavond je project nog niet af hebt wat maandag gereed had moeten zijn. Je zult merken dat het niet het einde van de wereld is als je je vrije uren daarvoor inzet.

Stap niet in de valkuil om je nachtrust op te offeren om je werk af te krijgen als blijkt dat je iets te veel hooi op je vork hebt, of je dan maar op je werk ziek te melden. Het lijkt verleidelijk, maar je schiet er niets mee op. Je zult je moeten realiseren dat je als parttime freelancer minder mogelijkheden hebt om de druk te verdelen, omdat je al je vrije tijd gebruikt om te freelancen.

- **klanten willen niet altijd buiten kantooruren met je praten**

De meeste klanten beschouwen de tijd tussen 9 en 5 uur als het moment om zaken te doen, terwijl freelancers in die zelfde periode hun zakelijke telefoon uit moeten zetten, hun e-mail niet kunnen checken en ook nog moeten doen alsof ze niet voor een ander werken. Dat kan problematisch worden.

Zie je jezelf al stiekeme telefoontjes plegen in de gang of allerlei toeren uithalen om toch je zakelijke e-mail te kunnen lezen en te beantwoorden? Bespreek eerlijk met je opdrachtgevers dat je voorlopig ook nog een baan hebt en al verwachten ze dan minder te hoeven betalen, minder stress is ook veel waard.

Op sommige bedrijven is het mogelijk om via hun netwerk ook jouw eigen zakelijke communicatie met je klanten te voeren, maar over het algemeen zal dat geen optie zijn. Daarom, zoals al eerder geschreven, praat er met je baas over, wellicht is er een oplossing mogelijk waarmee iedereen tevreden is.

- **het kost veel energie**

Een fulltime baan hebben vergt veel tijd en aandacht en het kan erg moeilijk zijn om voldoende puf te hebben om je ook nog op het einde van de dag te focussen op je freelance projecten.

De een houdt ervan om veel en hard te werken, de ander heeft meer tijd nodig om weer tot zichzelf te komen. Je hebt veel uithoudingsvermogen nodig en commitment om zowel fulltime te werken als parttime te freelancen. Als jij tot het type behoort die behoefte heeft aan een vrij weekend en meer vrije tijd, lees dan eens de alternatieven die hieronder volgen.

Starten met een parttime baan

De overgang naar freelancer is meestal het beste te combineren als je ook een parttime baan hebt. Een vaste baan voor 2 tot 3 dagen per week biedt de veiligheid van een gegarandeerd inkomen en de nodige uren om je carrière als freelancer op te bouwen. Hieronder een aantal voordelen van parttime werk in combinatie met freelancerwerk:

- **de zekerheid van een vast salaris**

Een parttime baan vermindert het financiële risico bij de overstap van baan naar fulltime freelancer. Waarschijnlijk heb je minder stress en ben je daardoor in staat om je bedrijf in fases op te bouwen. Ook al is je salaris als parttime werknemer niet voldoende om er luxe van te kunnen leven, het is meestal wel genoeg om de dagelijkse kosten voor de basisbehoeftes

te dekken.

- **je wordt er dagelijks aan herinnerd waarom je freelancer wilt worden**
Velen hebben juist voor het freelancerschap gekozen omdat ze er niet (meer) van houden om voor een baas te werken. Als je nog steeds een paar dagen in de week naar je werk moet gaan, is het een stimulans om het freelancen tot een succes te maken, zodat je des te eerder je baan kunt opzeggen.
- **je hebt genoeg tijd**
Als je fulltime werkt blijft er weinig tijd over om te freelancen. Een parttime baan geeft je daarentegen genoeg tijd, energie en motivatie. Als je iedere week 3 hele dagen plus een dag in het weekend zou freelancen, is dat al bijna een fulltime arbeidsweek en je hebt ook nog eens de zekerheid van een vaste baan.
- **als je eenmaal een gezonde portefeuille met klanten hebt opgebouwd is de overgang van parttime baan naar fulltime freelancer makkelijker**
Omdat je meer tijd hebt, zul je een groter en betrouwbaar klantenbestand op kunnen bouwen. Je zult sneller het werkritme kunnen oppikken en je comfortabel voelen met deze nieuwe manier van leven. Dit houdt in dat de overgang naar het fulltime freelancerschap geleidelijk zal verlopen.
- **wellicht kun je sparren met je collega's**
Als je parttime baan in het verlengde ligt van je freelance werk en je hebt een goede verstandhouding met je collega's, dan zou je kunnen vragen om adviezen en coaching van je manager. Iemand te hebben waarmee je kunt sparren over de zaken waarmee je bezig bent is erg belangrijk en nuttig en je zult merken dat de zaken waar jij als freelancer tegenaan loopt tamelijk vaak voorkomen.

In vergelijking met het hebben van een fulltime baan in combinatie met werken als freelancer, heeft de combinatie parttime werk en freelancen weinig nadelen. Natuurlijk zal het nog wel eens voorkomen dat je een paar dagen in de week niet beschikbaar bent voor afspraken met een klant of dat je werk door tijdgebrek niet kunt aannemen. Dat kan problemen met een toekomstige klant veroorzaken. Maar in het algemeen zal dat soort 'problemen' wel op te lossen zijn. Bedenk maar dat je parttime baan niets anders is dan een specifieke en veeleisende freelance klant. Hieronder volgen een paar van de weinige **nadelen**:

- **soms voel je je ál te comfortabel**
In vergelijking met de fulltime freelancer heb je over het algemeen weinig tijdsdruk en het probleem van een krap inkomen. Dit is natuurlijk erg plezierig, maar er schuilt het gevaar dat je zonder druk van buitenaf een beetje gemakzuchtig wordt en zo de motivatie verliest om je freelance business verder uit te bouwen. Als je ervoor kiest om parttime te blijven werken, verzeker je er dan van dat je de focus op je freelance carrière niet uit het oog verliest, anders is het risico groot dat je in deze comfortzone blijft hangen.
- **je parttime baan kan je teveel negatieve energie kosten**
Er bestaat de kans dat je parttime baan uiteindelijk niet de baan van je dromen is. Dat is geen probleem als het toch maar een tijdelijke baan is, maar verlies niet uit het oog dat het erg belangrijk is om enthousiast en energiek te blijven als je van je werk thuiskomt. Als je werk je negatief beïnvloed (door collega's, je baas of je werkzaamheden), dan moet je extra je best doen om je droom om freelancer te worden en waarom je er in de eerste plaats aan begonnen bent, levend te houden.

Dus als je in de gelegenheid bent om over te stappen naar het fulltime freelancer zijn, raden we je aan dit te doen, zeker als je wilt freelancen in het bedrijfsleven. Dan bouw je sneller het gevoel op om een freelancer te zijn en bouw je geruisloos je klantenbestand op met een minimaal risico.

Fulltime freelancer

Hoewel we het niet aanbevelen om je baan op te zeggen voordat je freelance ervaring hebt, komt dat toch wel eens voor. Als jij van mening bent dat je deze stap daadwerkelijk kunt zetten, zorg er dan voor dat je minstens de eerste 3 maanden kunt overbruggen omdat je voldoende spaargeld hebt om van te leven. Ook kan het zijn dat sommigen nog jong zijn als ze willen starten als freelancer en ze nog bij hun ouders wonen die hen onderhouden. Anderen hebben hun baan opgezegd omdat ze mantelzorger zijn geworden en kozen nadien voor het freelancer zijn.

Je volledig werpen op een fulltime freelance carrière zonder daarmee ervaring te hebben is een riskante keuze. Daarom wijzen we er nogmaals op dat het erg belangrijk is om zoveel spaargeld achter de hand te hebben dat je daarvan minstens 3 maanden kunt leven. Ook helpt het als op financieel gebied externe ondersteuning is of als er zonder meer financiële zekerheid is. Hieronder staan enkele **voordelen** voor de keuze van fulltime freelancen:

- **je hebt geen last van aanpassingsproblemen**
Het kan een mentale uitdaging zijn om een rigoureuze switch te maken van vaste baan naar freelance werk. Zeker als je dat op stel en sprong doet. Fulltime freelancen stelt je niet alleen in staat om meer energie te steken in het opbouwen van je bedrijf, maar helpt je ook om je volledig te focussen op de doelen die je voor ogen hebt.
- **je hoeft geen vrije tijd op te geven**
Voor sommigen is het onmogelijk om als freelancer af en toe weekends en vrije avonden te moeten opgeven voor het werk dat gedaan moet worden. Sommigen hebben het nodig om opnieuw op te laden en tijd aan hun hobby's te besteden, of waardevolle tijd met hun gezin, partner of vrienden door te brengen. Gelukkigerwijs hoeven fulltime freelancers niet zoveel vrije tijd in te leveren bij het opbouwen van hun bedrijf. Er blijven genoeg vrije weekenden over, dus zal het af en toe voorkomen dat je eens je kostbare tijd moet opofferen voor je werk, maar het zal veel minder zijn dan als je ook nog parttime of fulltime werkt voor een werkgever.
- **tijdens kantooruren ben je beschikbaar**
Omdat je tijdens kantooruren en 5 dagen in de week bereikbaar bent geeft je dat een voorsprong als beginnend freelancer. Je bent in staat om je deadlines zonder problemen te halen en je kunt tijdens kantooruren afspraken met je klanten maken, hetgeen ze erg op prijs zullen stellen.

Nadelen:

- **je kunt last krijgen van een cultuurshock**
Veel nieuwe freelancers ervaren het teruggeworpen worden op zichzelf en de uitvoering van een project helemaal in hun eentje zonder een autoriteit boven zich, als een eenzaam of zelfs veelvragend proces. Het vergt veel discipline om aan het project te beginnen en de verleiding te weerstaan om televisie te kijken of zelfs om in plaats van te beginnen klusjes in huis gaan doen. Het is moeilijk om thuis de discipline op te brengen om de opdrachten die er liggen ook daadwerkelijk uit te voeren. Gelukkig zul je dat in de loop van de tijd- noodgedwongen- wel leren!
- **je zult een hoger financieel risico lopen**
Als je alleen moet leven van je spaargeld is er heel veel druk om te zorgen dat je slaagt voor dat het geld op is. Dit kan je motivatie extra vergroten, maar kan ook veel stress opleveren en zelfs zorgen voor veel wanhoop of het ooit lukt. Plan dus al van te voren in wat je kunt ondernemen als onverhoopt het geld op is voordat je inspanningen vruchten hebben af geworpen en voordat je het opgeeft.

Je baan opzeggen

Voor diegenen die full- of parttime werken komt er een tijd dat je rijp bent voor de sprong in het diepe en dat je je baan verruult voor een baan als fulltime freelancer. Hoewel je waarschijnlijk erg blij bent dat je afscheid kunt nemen van je job, die je misschien zelf helemaal niet leuk vond, is het toch belangrijk dat je dit afsluit met een positief gevoel. Zeker als je baan in het verlengde ligt van het werk dat je als freelancer wilt gaan doen.

Een ex-werkgever kan je vaak helpen aan een lijst met vroegere klanten. Vaak hebben ze zelf in drukke periodes een freelancer nodig of werk dat nog afgerond moet worden. Dan zit jij natuurlijk in een geweldige positie om daar je voordeel mee te kunnen doen: ze kennen je, je kent het bedrijf en de betrokken personen. Zelfs al zijn ze niet je favoriet klant, als je zit te springen om werk is dit beter dan niets en je hebt natuurlijk een geweldige referentie.

Rechtsvormen

Er zijn twee soorten rechtsvormen in Nederland:

1) rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid

Dit houdt in dat jij als freelancer met je privévermogen aansprakelijk bent voor de schulden van de onderneming.

Onder deze rechtsvorm vallen o.a.:

- [de eenmanszaak](#)

Als je een eenmanszaak start, ben je behalve freelancer, voor de KvK ook oprichter, eigenaar en helemaal zelfstandig. Er kunnen meerdere mensen werken in een eenmanszaak, want je kunt natuurlijk altijd (freelance) personeel aannemen.

Oprichting eenmanszaak

Er is geen akte nodig voor de oprichting van een eenmanszaak, cq freelancer. Inschrijving in het Handelsregister is verplicht. Je kunt slechts één eenmanszaak oprichten en inschrijven. Het is wel mogelijk meerdere handelsnamen te voeren en verschillende activiteiten uit te oefenen. Dit kan op hetzelfde of een ander adres ('nevenvestiging'). Klik [hier](#) voor meer informatie over het Handelsregister en klik [hier](#) voor inschrijfformulieren van het Handelsregister.

Eenmanszaak en aansprakelijkheid

Als eigenaar van een eenmanszaak / freelancer ben je aansprakelijk voor alle handelingen en vermogensaangelegenheden. Er is geen onderscheid tussen privé- en ondernemingsvermogen. Schuldeisers kunnen zich verhalen op privébezit en privéschuldeisers kunnen de bezittingen van je bedrijf aanspreken. Als de eenmanszaak failliet gaat, dan gaat u ook failliet. Als je in gemeenschap van goederen bent getrouwd, dan vallen de bezittingen van de partner ook onder de aansprakelijkheid. Dit is te voorkomen met huwelijksvoorwaarden. Vaak bieden deze voorwaarden echter weinig bescherming, omdat de echtgenoot moet meetekenen voor leningen.

Eenmanszaak en belasting

De winst uit een eenmanszaak wordt belast in box 1. Als de Belastingdienst je als freelancer / eigenaar erkent, dan kun je gebruikmaken van belastingfaciliteiten zoals ondernemersaftrek, investeringsaftrek en de fiscale oudedagsvoorziening. Meer [informatie over belastingen](#).

Eenmanszaak en sociale zekerheid

Als eigenaar van een eenmanszaak kun je een beroep doen op de volgende volksverzekeringen:

- [Algemene ouderdomswet \(AOW\)](#)
- [Algemene nabestaandenwet \(ANW\)](#)
- [Algemene wet bijzondere ziektekosten \(AWBZ\)](#)

- [Algemene kinderbijslagwet \(AKW\)](#)

Verzekeringen

Je bent ook als freelancer verplicht een ziektekostenverzekering af te sluiten, met een basisverzekering en een eventuele aanvullende verzekering. Hiervoor geldt een inkomensafhankelijke bijdrage, die via de belastingaangifte wordt geheven. Als eigenaar van een eenmanszaak val je niet onder de werknemersverzekeringen Ziektewet (ZW), Wet werk en inkomen naar arbeidsvermogen (WIA) en Werkloosheidswet (WW). Het is daarom verstandig zelf een verzekering af te sluiten tegen de risico's van arbeidsongeschiktheid, bijvoorbeeld via het UWV.

- [de vennootschap onder firma \(vof\)](#)

De vennootschap onder firma (vof) is een samenwerkingsvorm waarin 2 of meer partners onder een gemeenschappelijke naam een bedrijf voeren. De partners zijn de 'vennoten' of 'firmanten'. Iedere vennoot brengt iets in het bedrijf, bijvoorbeeld geld, goederen of arbeid.

Oprichting

Een vennootschapscontract is niet verplicht bij de oprichting van een vof. Het is wel aan te raden om de afspraken tussen de vennoten schriftelijk vast te leggen. Een juridisch adviseur of accountant kan hierbij helpen. Het is verstandig om de akte bij de notaris vast te leggen.

Vennootschapscontract

Een vennootschapscontract bevat meestal afspraken over:

- de naam van de vennootschap;
- het doel van de vennootschap;
- de inbreng van de vennoten (zoals geld, arbeid, goederen, goodwill of knowhow);
- de verdeling van winst en verliezen;
- de verdeling van de bevoegdheid;
- ziekte;
- vakantiedagen;
- het einde van de vof (bijvoorbeeld door opzegging, overlijden of arbeidsongeschiktheid; regeling van de voortzetting en financiële afrekening);
- toetreding van nieuwe vennoten;
- geschillenregeling.

In principe kan iedere vennoot de vof binden en hiermee aansprakelijkheid scheppen voor medevennoten. Maak in het vennootschapscontract dus goede afspraken over de bevoegdheden. Spreek bijvoorbeeld af dat alle vennoten moeten tekenen bij het sluiten van een contract met een belang groter dan €10.000. Inschrijving van de vof in het Handelsregister is verplicht. Als de bevoegdheidsverdeling ook is ingeschreven bij het Handelsregister, dan geldt deze ook tegenover derden. Een derde kan de vof niet houden aan een contract dat is gesloten door een onbevoegde vennoot. Deze vennoot is persoonlijk aansprakelijk.

Aansprakelijkheid

Iedere vennoot is met zijn privévermogen aansprakelijk als de vof de verplichtingen niet nakomt, ook als deze door een andere vennoot zijn aangegaan. Als de vof failliet gaat, dan gaan de vennoten ook failliet. De vof heeft een 'afgescheiden vermogen'. Dit door de vennoten ingebrachte vermogen mag alleen worden gebruikt voor de uitoefening van de onderneming. Alleen de zaakschuldeisers van de vof kunnen zich verhalen op dit zakelijk vermogen. Als dat onvoldoende is, kunnen de zaakschuldeisers voor de gehele schuld bij het privévermogen van de vennoten terecht. Verrekening

tussen vennoten is daarna mogelijk. Privéschulden zijn niet op het zakelijk vermogen van de vof of op privévermogen van andere vennoten te verhalen. Vanwege de ruime aansprakelijkheid kan toepassing van huwelijkse voorwaarden verstandig zijn. Meer informatie over huwelijkse voorwaarden vind je [hier](#).

Belastingen

De vennoten betalen afzonderlijk inkomstenbelasting over de eigen winst. Iedere vennoot is zelfstandig ondernemer en heeft recht op belastingfaciliteiten als de ondernemersaftrek, investeringsaftrek en de fiscale oudedagsvoorziening. Meer over [belastingen](#).

Partners

Een 'man/vrouw-firma' is een vof tussen partners. Voordeel is dat beiden als zelfstandig ondernemer worden gezien en recht hebben op de belastingvoordelen. Nadeel is dat beiden aansprakelijk zijn met hun privévermogen en huwelijkse voorwaarden geen effect hebben.

Sociale zekerheid

Een vennoot is geen werknemer en valt niet onder de werknemersverzekeringen. Zie voor vrijwillige verzekeringen het volgende [artikel](#).

Continuïteit en bedrijfsopvolging

Volgens de wet wordt de vof ontbonden als 1 van de vennoten uittreedt of overlijdt. Om het voortbestaan van de vennootschap veilig te stellen, kunnen de vennoten in het vennootschapscontract regelen dat voortzetting door de overblijvende vennoot of vennoten (als eenmanszaak of met een nieuwe vennoot) mogelijk is.

Ontbinding en vereffening

Na ontbinding van de vof, moet er vereffening plaatsvinden. De vennoten moeten de opeisbare zaakschulden betalen, waarna ze hun aandeel terugkrijgen (in natura of in geld dat ze hebben ingebracht). Het restant wordt naar rato van ieders winstaandeel verdeeld. Voorschotten worden hierbij verrekend. Als er voor het afbetalen van de schulden onvoldoende liquide middelen zijn, dan moeten de vennoten naar evenredigheid van het aandeel in het verlies van de vof bijstorten.

Zowel de eenmanszaak als de VOF zijn de meest voor de hand liggende rechtsvormen voor een beginnende freelancer. Daarom worden de twee andere vormen hier niet verder beschreven:

- de commanditaire vennootschap (cv)
- de maatschap

2. rechtsvormen met rechtspersoonlijkheid

Dit houdt in dat de ondernemer / freelancer alleen aansprakelijk is voor het geïnvesteerde bedrag. De betrokkenen, zoals de directeurs en commissarissen, zijn niet met hun privévermogen aansprakelijk voor schulden:

- [de besloten vennootschap \(bv\)](#)

De bv is een vennootschap waarin het kapitaal in aandelen is verdeeld. De aandelen zijn in handen van de aandeelhouder(s). De bv is een rechtspersoon met dezelfde juridische status, rechten en plichten als een natuurlijk persoon. De bv zelf wordt als ondernemer gezien, de directeur is in dienst en handelt uit naam van de vennootschap. U kunt een bv zelfstandig, of samen met anderen oprichten.

Leiding van een bv

De hoogste macht ligt bij de Algemene Vergadering van Aandeelhouders. De dagelijkse leiding ligt bij de directeur(en). Bij kleine bv's is de directeur vaak de enige aandeelhouder. Er kan een Raad van Commissarissen zijn, die toezicht houdt op de directie. De aandelen staan op naam en zijn niet vrij overdraagbaar. In de statuten moet een 'blokkeringsregeling' staan. Aandeelhouders die aandelen willen verkopen of overdragen, moeten deze eerst aanbieden aan medeaandeelhouders, of goedkeuring vragen aan de Algemene Vergadering van Aandeelhouders.

Oprichting bv

De belangrijkste eisen bij oprichting van een bv:

- een notariële akte is verplicht. In de oprichtingsakte staan de statuten van de vennootschap. De notaris controleert de juridisch inhoudelijke kant hiervan;
- Het ministerie van Justitie moet een 'verklaring van geen bezwaar' verlenen op basis van de conceptakte van de notaris;
- oprichters en toekomstige bestuurders mogen in de laatste 8 jaar niet betrokken zijn geweest bij vermogensdelicten of faillissementen. Het verkrijgen van de verklaring duurt enkele dagen;
- er moet voor 2010 een minimumkapitaal van 18.000 euro in de vennootschap worden gestort. Dit kan met geld, maar ook in natura, zoals met onroerend goed. Met dit kapitaal mag gewerkt worden;
- de bv moet worden ingeschreven in het Handelsregister. Tot die tijd zijn de bestuurders persoonlijk aansprakelijk;
- een bv moet elk jaar jaarstukken opstellen en openbaarmaken bij de KvK. De wettelijke eisen hierbij hangen af van de omvang van de onderneming. Klik [hier](#) voor meer informatie over het deponeren van jaarstukken.

Bv in oprichting

Vóór de oprichting van de bv kunnen er al activiteiten zijn waardoor er sprake is van een onderneming. Bijvoorbeeld omdat de bedrijfsactiviteiten al zijn gestart, of als een bestaande onderneming in een bv wordt ondergebracht. Er is dan sprake van een bv in oprichting (bv i.o.). Degenen die in deze fase namens de rechtspersoon naar buiten treden, zijn hoofdelijk aansprakelijk voor contracten en andere rechtshandelingen. Na de oprichting worden deze rechtshandelingen bekrachtigd door de bv en is de rechtspersoon aansprakelijk. Voor partijen waarmee contracten worden aangegaan, moet het duidelijk zijn dat dit gebeurt namens de bv i.o.

Soms zet een eenmanszaak of vof 'bv i.o.' achter de naam, omdat deze in een nog op te richten bv wordt ondergebracht. Het is dan bij het aangaan van contracten niet de bedoeling de toekomstige bv te binden, maar de bestaande onderneming. Na oprichting kan de bv de verplichtingen alleen overnemen met instemming van de wederpartij. Als een bv i.o. als onderneming actief is, is inschrijving in het Handelsregister verplicht. Hiervoor moet de notaris verklaren dat hij belast is met de oprichting.

Aansprakelijkheid

De aansprakelijkheid van de aandeelhouders is beperkt tot het bedrag waarmee zij deelnemen. De bv is als rechtspersoon zelfstandig drager van rechten en plichten. Betrokken personen, zoals directeur(en) en commissarissen, zijn niet privé aansprakelijk voor de schulden. Omdat er veel misbruik is gemaakt van de beperking van de aansprakelijkheid, gelden er anti-misbruikwetten. Directeur(en) en beleidsbepalers van de bv zijn wél privé aansprakelijk als:

- zij te zware contractuele verplichtingen zijn aangegaan, waarbij bekend was (of te voorzien was) dat de bv niet aan de verplichtingen kon voldoen
- het onvermogen om belastingen en premies te betalen niet (op tijd) is gemeld
- aannemelijk is dat het onvermogen om belastingen en premies te betalen komt door onbehoorlijke taakvervulling door het bestuur in de 3 jaar voor de melding
- de bv failliet gaat door onbehoorlijk bestuur door de directie of degenen die het beleid bepaalden in de 3 jaar voor het faillissement. Als er geen jaarstukken worden gedeponneerd bij het Handelsregister, dan wordt onbehoorlijk bestuur verondersteld.

In de oprichtingsfase is de ondernemer privé aansprakelijk, totdat de bv de handelingen bekrachtigt. Ook is er privéaansprakelijkheid als de bv niet is ingeschreven in het Handelsregister. De beperkte aansprakelijkheid van de aandeelhouders verdwijnt vaak doordat banken [de directeur-grootaandeelhouder](#) (dga) privé laten meetekenen voor leningen. Deze wordt hierdoor ook persoonlijk aansprakelijk.

Belastingen

Een bv betaalt vennootschapsbelasting over de winst. Raadpleeg een fiscaal adviseur voor meer informatie.

Een bv kan een rechtsvorm zijn die geschikt is voor een beginnende freelancer. Daarom worden de vier andere vormen hier niet verder beschreven:

- naamloze vennootschap (nv)
- vereniging
- coöperatieve en onderlinge waarborgmaatschappij
- stichting.

Leveringsvoorwaarden

Algemene voorwaarden zijn de regels die je standaard wilt laten gelden bij het sluiten van een overeenkomst. Deze algemene voorwaarden kunnen je een hoop tijd schelen. Je hoeft, mits degene met wie je zaken doet de algemene voorwaarden accepteert, niet bij elke overeenkomst weer te onderhandelen over bijvoorbeeld betalingsvoorwaarden, garantiebepalingen, incassobedingen en dergelijke. In je algemene voorwaarden leg je de wederzijdse rechten en verplichtingen zo duidelijk en volledig mogelijk vast. Daarmee kun je conflicten voorkomen. Hieronder kun je lezen over de wettelijke bepalingen van algemene voorwaarden, of je ze dient op te stellen en wat er minimaal in de algemene voorwaarden moet staan.

Wettelijke basiseisen

Er zijn twee basiseisen die de wet stelt aan algemene voorwaarden:

- De inhoud van je algemene voorwaarden mag niet onredelijk bezwarend zijn voor de wederpartij;
- De wederpartij moet van u een redelijke mogelijkheid krijgen om kennis te nemen van de algemene voorwaarden (informatieplicht).

Onredelijk bezwarend

Om te bepalen of je algemene voorwaarden onredelijk bezwarend zijn voor de wederpartij hanteert de wet een zwarte en een grijze lijst. Op de zwarte lijst staan voorwaarden die per definitie verboden zijn. Je kunt deze niet opnemen in uw algemene voorwaarden. Op de grijze lijst staan voorwaarden die misschien onredelijk bezwarend zijn voor de wederpartij. Bij de bepalingen die op de grijze lijst staan moet je zelf aantonen dat het gebruik in jouw specifieke situatie niet onredelijk is. Om het zekere voor het onzekere te nemen kun je beter geen bepalingen uit de grijze lijst opnemen in je algemene voorwaarden. Je kunt de volledige zwarte en grijze lijst bekijken door [hier](#) te klikken.

Informatieplicht

Volgens de wet moet je vóór of tijdens het sluiten van een overeenkomst de algemene voorwaarden aan de wederpartij verstrekken. De wederpartij moet dan ook uitdrukkelijk of stilzwijgend met de algemene voorwaarden hebben ingestemd. Je kunt op verschillende manieren aan de informatieplicht voldoen. Je kunt bijvoorbeeld de algemene voorwaarden toesturen of overhandigen aan de wederpartij. Ook kun je de algemene voorwaarden afdrukken op de achterkant van je contract of offerte (je dient daar dan wel naar te verwijzen). Houd er wel rekening mee dat je de algemene voorwaarden niet te laat aan de wederpartij verstrekt. Je moet de algemene voorwaarden immers voor of tijdens het sluiten van de overeenkomst aan uw wederpartij verstrekken.

Het is ook niet genoeg om te melden dat je algemene voorwaarden zijn gedeponneerd omdat je deze zelf aan de wederpartij moet verstrekken. Als je telefonisch zaken doet dan geldt er een uitzondering. Je moet dan in je gesprek vermelden dat de algemene voorwaarden van toepassing zijn en dat je deze eventueel kosteloos zult opsturen.

Doe je elektronisch zaken dan zul je vóór of bij het sluiten van de overeenkomst de algemene voorwaarden elektronisch ter beschikking moeten stellen. Dit moet op zodanige manier, dat de wederpartij de voorwaarden kan opslaan en nog eens na kan lezen.

Moet je algemene voorwaarden opstellen?

Het is voor iedereen die een eigen bedrijf heeft en te maken heeft met klanten waarmee overeenkomsten moeten worden gesloten verstandig om algemene voorwaarden op te stellen. De algemene voorwaarden die je opstelt dienen aan te sluiten bij de feitelijke gang van zaken binnen jouw bedrijf en/of branche. Welke algemene voorwaarden je ook hanteert, de volgende zaken komen meestal voor:

- offerte (vrijblijvend of niet, termijn voor aanvaarding);
- transport (wie betaalt transport, verzekering, invoerrechten?);
- levertijd (overmacht);
- betaling (betalingstermijn, incassokosten, rente);
- eigendomsvoorbehoud (eigendom gaat pas over na betaling);
- garantie (zo ja, onder welke voorwaarden);
- afwikkeling van geschillen (rechter of arbitrage);
- aansprakelijkheid (beperking, hoogte schadevergoeding).

Met behulp van voorbeelden van je brancheorganisatie of relevante bedrijven kun je zelf ook je algemene voorwaarden opstellen. Het is verstandig om deze dan wel te laten controleren door een juridisch adviseur.

Toepassing van de algemene voorwaarden

Wanneer je zaken doet met grote bedrijven zijn de twee wettelijke basiseisen niet van toepassing omdat de wederpartij dan wordt geacht te beschikken over voldoende deskundigheid. Wel moeten de algemene voorwaarden voldoen aan de algemene beginselen van redelijkheid en billijkheid.

Omdat beide partijen waarschijnlijk algemene voorwaarden hebben opgesteld kan het probleem van 'battle of forms' voorkomen. Dit gaat over de vraag welke algemene voorwaarden gelden. De algemene voorwaarden waar het eerst naar wordt verwezen zullen over het algemeen gelden. Dit geldt niet als de wederpartij de algemene voorwaarden vóór het sluiten van de overeenkomst afwijst. Wijzen beide partijen elkaars algemene voorwaarden af dan dien je verder te onderhandelen over nieuwe algemene voorwaarden.

Deponeren van algemene voorwaarden

Het voordeel van het deponeren van je algemene voorwaarden bij de rechtbank of de Kamer van Koophandel is dat degene met wie je zaken doet toch uw algemene voorwaarden kan inzien als je niet in redelijkheid in staat bent om deze te verstrekken. Tevens heeft het deponeren van je algemene voorwaarden ook een bewijsfunctie. Doordat bij deponering uw algemene voorwaarden worden voorzien van een datum en een nummer kun je aantonen dat je tussentijds niets in de tekst van de algemene voorwaarden hebt veranderd. Je dient bij wijzigingen die je aanbrengt er zelf voor te zorgen dat de nieuwe versie weer in zijn geheel gedeponeerd wordt bij een rechtbank of de Kamer van Koophandel.

Er is een website waar u gratis terecht kunt voor hulp en vragen over uw algemene voorwaarden. Voor meer informatie klikt u op www.voorwaarden.net

Zakelijke overeenkomst of contract

Een zakelijke overeenkomst of contract is een afspraak tussen 2 of meer partijen, waardoor er rechten en plichten ontstaan. De ene partij moet een prestatie leveren en de andere partij heeft recht op deze prestatie. Ook een mondelinge overeenkomst is bindend, hoewel het bestaan en de inhoud ervan moeilijk te bewijzen zijn.

Inhoud van een contract

Het is belangrijk dat je weet wanneer een contract geldig is en welke regels er dan gelden. Een groot deel van het contract bestaat uit het aanbod en de aanvaarding ervan. Allereerst staat er in een contract wie welke prestatie levert en voor welke prijs. Hiernaast staan er in een contract vaak bepalingen over de:

- duur;
- opzegtermijn;
- levering;
- gevolgen bij het niet nakomen van verplichtingen;
- betalings- en incassotermijn;
- garantie;
- onderhoudsverplichtingen.

Als u deze afspraken vastlegt in algemene voorwaarden, dan hoeft u ze niet voor elk contract opnieuw vast te stellen.

Aanvaarding van een contract

Een contract ontstaat door onderlinge of schriftelijke aanvaarding van het aanbod.

Wettelijke regels

Naast het aanbod en de aanvaarding wordt de inhoud van het contract bepaald door de wet, gewoonte of redelijkheid en billijkheid. Zo zijn er bijvoorbeeld wettelijke regels voor een koopovereenkomst met consumenten

Modelcontracten

Bij de de KvK kun je gratis verschillende [modelcontracten](#) downloaden en aanpassen aan je eigen situatie. Meer over contracten:

- [De inhoud van een contract](#)
- [Wie kan een contract aangaan?](#)
- [Wanneer komt een contract tot stand?](#)
- [Wanneer is een contract niet geldig?](#)
- [Niet nakomen van een contract](#)
- [Incassobureau's en deurwaarders](#)
- [Wettelijke rente bij betalingsachterstand](#)

Voor nog meer voorbeelden van overeenkomsten klik [hier](#), of op deze [pagina](#).

Hieronder een overzicht van de belangrijkste zaken die in een zakelijk overeenkomst minimaal moeten staan en waar je goed op moet letten:

1. zet de identiteit van de bevoegde partijen in de overeenkomst;
2. let erop dat de ondertekenaars bevoegd zijn om de overeenkomst aan te gaan en over de goederen en zaken te beschikken of de dienst(en) te leveren?
3. wat is de rechtsgrond van de overeenkomst, (bv: koop of huur);
4. welke prestaties worden er van partijen bij de overeenkomst verwacht?
5. is aan de wettelijke voorschriften met betrekking tot de overeenkomst voldaan? Vele voorschriften zijn gebaseerd op het Burgerlijk Wetboek, en zijn van dwingend of van regelend recht. Bij een koop en een huurovereenkomst gelden specifiek wettelijke regels.
6. beschikken beide partijen over voldoende informatie?
7. hoe, waar en wanneer wordt er (af)geleverd?
8. wat is de kwaliteit en kwantiteit van de leverantie?
9. hoe is het eventuele transport geregeld en door wie?
10. is er een regeling voor eventuele schade opgenomen?
11. wanneer gaat het risico van schade of verlies van de zaken over op de wederpartij?
12. wie draagt er zorg voor het afsluiten en betalen van een eventuele verzekering?
13. wanneer en hoe wordt er betaald (contant/bank, in welke valuta en betaling ineens of in welke termijnen etc)?
14. welke zekerheden zijn er gewenst voor de afdekking van aanmerkelijke risico's (een aanbetaling, een bankgarantie, een vrijwaring, een borgstelling, een eigendomsvoorbehoud, pand of hypotheek)?
15. welke sancties staan er op niet-nakoming (vertragingsrente / boetebeding)?
16. hoe worden geschillen opgelost?
17. welke arbiter of rechter is bevoegd?
18. moet er een kettingbeding of een ander (derden)beding in de overeenkomst?
19. wie gaat de kosten van de overeenkomst betalen?
20. hoe eindigt de overeenkomst (door nakoming ineens, door opzegging of door verloop van tijd, door overlijden van een van de partijen etc.)?
21. als je de overeenkomst geheel of ten dele in het buitenland wordt uitgevoerd is het vaak handig om er bij te zetten welk recht van welk land geldig is.
22. zijn er aanvullende afspraken nodig over belastingen (bijvoorbeeld over omzetbelasting).
23. moeten anderszins specifieke bepalingen worden opgenomen?

Het financiële plaatje

Ook als freelancer moet je ervoor zorgen dat je bedrijf efficiënt geleid wordt en zoals bij ieder ander bedrijf heb je geld nodig om mee te starten. Je moet investeren in:

1. kantoormiddelen, briefpapier, software en hardware;
2. een boekhouder;
3. het promoten van jou als merk, met een website, visitekaartjes en marketingtools;
4. een financiële buffer;
5. arbeidsongeschiktheidsverzekering.

Je hoeft geen kapitalen achter de hand te hebben, zeker niet als je ook nog full- of parttime werkt, maar lees eens de volgende tips:

- maak een overzicht met de kosten voor alles wat je nodig hebt op gebied van kantoorinrichting, hard- en software en reclameactiviteiten etc. en tel daar nog eens 10 bovenop in verband met onvoorziene kosten;
- zorg ervoor dat je minstens de eerste 3 maanden kunt overbruggen door een redelijke geldelijke buffer;
- zelfs al ben je succesvol en ben je verzekerd van voldoende inkomen, zorg altijd dat je reserves hebt voor het geval dat...;
- houd in de gaten dat je ook de periodes van vakantie en ziekte moet kunnen overbruggen;

- raak niet in paniek als het niet meteen lukt of als er onvoorziene situaties optreden. Dat overkomt iedereen wel eens. Met je buffertje kun je het makkelijk uitzingen.

Bankrekening

Uiteraard heb je als freelancer een bankrekening nodig. Voordat je er een opent is het verstandig om de verschillende mogelijkheden van te voren te bestuderen. Banken hebben verschillende voorwaarden en tarieven en het loont de moeite om een bank te kiezen die het beste bij jouw bedrijf past. [Kijk hier welke bank het beste bij je past](#)

Het grote voordeel van een zakenrekening is dat privé- en zakelijke transacties gescheiden kunnen blijven. Het zal soms, zeker in het begin, verleidelijk zijn om je zakelijke saldo te gebruiken voor privé uitgaven, maar het is niet aan te raden! Als de belasting om de hoek komt kijken maak je je boekhouding alleen maar gecompliceerder.

Waarschijnlijk zul je ook een zakelijke creditcard willen hebben, maar dat zal in het begin niet al te makkelijk gaan omdat je nog geen aantoonbare kredietwaardigheid hebt. Een alternatief is om een persoonlijke creditcard aan te vragen, die je dan alleen voor zakelijke uitgaven moet gebruiken om financiële verstrengeling te vermijden.

Voor de aanschaf van software en inventaris via internet is een creditcard erg geschikt en je kunt, ook al is je cashflow wat laag, toch je aankopen doen. Bedenk wel dat de rente hoog is en dat je dit slechts in geval van tijdelijk gebrek aan geld moet overwegen.

De administratie

Een zorgvuldig bijgehouden administratie levert een schat aan informatie op over je bedrijf. Hoe actueler deze is, hoe beter je kunt (bij)sturen. Met een goede administratie kun je bijvoorbeeld inzicht krijgen in:

- de werkelijk gemaakte kosten. Deze kun je vergelijken met de begrote kosten of de gemiddelde kosten binnen je branche.
- het reilen en zeilen van je onderneming. Stijgt de winst en blijven de kosten binnen de marges?
- de (kost)prijs van je dienst of product. Is de prijs hoog genoeg om na aftrek van de kosten winstgevend te zijn?
- je debiteurenbeheer. Met een actuele administratie zie je wanneer klanten te laat betalen.
- slecht lopende producten. Welke producten of diensten moet je niet meer aanbieden?
- voorraden. Welke artikelen moet je bestellen en van welke artikelen heb je te veel op voorraad?

Aanloopkosten bijhouden in je administratie

Voor de start van je bedrijf maak je waarschijnlijk al kosten. Bijvoorbeeld voor inkoop of voor promotiedoeleinden. Het is belangrijk om deze zakelijke uitgaven goed bij te houden in je administratie; aanloopkosten mag je namelijk van de fiscus als bedrijfskosten aftrekken. Ook de uren die je hebt gemaakt voorafgaand aan de start van je onderneming moet je bijhouden. Deze tellen mee voor het uren criterium voor bijvoorbeeld de zelfstandigenaftrek. Start je vanuit een UWV-uitkering, laat je dan goed voorlichten over de eisen die de UWV stelt aan inkomsten en de zelfstandigenaftrek, zodat je achteraf geen terugbetalingen hoeft te doen.

Je kunt je eigen administratie bijhouden, maar je kunt ook een professional daarvoor inhuren. Het grote voordeel is dat je dan geen problemen met de belastingdienst krijgt omdat alles volgens de regels zal gaan. Een nadeel is dat je daar geld voor moet reserveren. Een belangrijk advies wat we kunnen geven is om eens te gaan praten met een professional, (ook freelancer?) en bespreken wat je eventueel ook zelf kunt doen.

De Belastingdienst

Zelfstandigheid bij freelancers en ZZP'ers

Door de aard van je werkzaamheden als dienstverlener loop je het risico op een zogenaamd verkapt dienstverband. Je veronderstelt zelf misschien dat je zelfstandig bent, maar de Belastingdienst en het UWV kunnen daar anders over denken. Je kunt vooraf duidelijkheid krijgen over hoe de Belastingdienst jouw specifieke situatie beoordeelt door een [Verklaring Arbeidsrelatie](#) (VAR) aan te vragen.

VAR Verklaring

De VAR verklaring is een verklaring van de Belastingdienst dat aangeeft dat je werkelijk ondernemer bent. Tenminste als je de VAR WUO verklaring te pakken hebt. Het aanvragen van zo'n VAR verklaring is niet verplicht. Integendeel. Het overgrote deel van de ondernemers zal er geen hebben en heeft er ook geen nodig. Als je geheel zeker bent van het feit dat je een ondernemer bent en ook door de Belastingdienst zo zal worden gezien, is er niets aan de hand.

Echter als je twijfelt kan de Belastingdienst met een VAR verklaring definitief aangeven of ze je zien als ondernemer of niet. Daarmee kom je niet achteraf voor vervelende situaties te staan. Een KVK inschrijving is niet voldoende. Opdrachtgevers vragen tegenwoordig steeds vaker om een VAR verklaring bij de freelance ondernemers welke zij inhuren. Met de VAR verklaring weet de opdrachtgever zeker dat hij niet achteraf door de Belastingdienst opeens als werkgever gezien wordt maar werkelijk als opdrachtgever. Er ontstaat dan geen werkgever - werknemer situaties met alle gevolgen van dien.

Wanneer is een VAR verklaring nodig?

De VAR Verklaring is nodig indien er voor een langere periode een opdracht voor een enkele opdrachtgever wordt uitgevoerd. De freelancer kan deze vrijwillig zelf aanvragen of een opdrachtgever kan de freelancer verplichten om eerst een [VAR verklaring aan te vragen](#) voor deze in aanmerking komt voor een opdracht.

VAR Verklaringen: VAR WUO Verklaring

Er is een VAR verklaring die eigenlijk overal waar de VAR verklaring wordt gevraagd, ook werkelijk wordt bedoeld. De VAR WUO verklaring. Deze staat voor Verklaring Arbeids Relatie Winst Uit Onderneming' en geeft daarmee aan dat het werkelijk gaat om inkomen uit een onderneming. Bij een eventuele freelance opdracht is de opdrachtgever dan ook verzekerd dat hij zaken doet met een onderneming en niet met een particulier.

In het laatste geval kan het namelijk zijn dat de Belastingdienst achteraf zegt (en dit kan jaren later zijn) dat het eigenlijk om een werkgever - werknemer relatie ging. Dat kan betekenen dat de opdrachtgever achteraf over die periode (soms jaren!) alsnog sociale lasten, pensioen, etc. moet afdragen. Dat kan een flinke strop zijn en dus vragen opdrachtgevers steeds vaker om de VAR

VAR Verklaring aanvragen

Je kunt de VAR verklaring gratis aanvragen bij de Belastingdienst. Op de website van de Belastingdienst kun je gemakkelijk een [formulier](#) downloaden. Nadat je deze hebt ingevuld stuur je deze per post op naar de Belastingdienst en krijg je binnen 8 weken een reactie. In veel gevallen reageert de Belastingdienst al binnen 2-3 weken op een aanvraag.

Geldigheid en kosten

De VAR Verklaring is momenteel geldig voor een kalenderjaar. Er zijn plannen om dit binnenkort te verlengen naar drie kalenderjaren. Hieraan zijn geen kosten verbonden.

Voorwaarden

Niet alle aanvragen worden door de Belastingdienst gehonoreerd. Voordat een freelancer ook werkelijk als zelfstandige wordt gezien moet deze aan enkele voorwaarden voldoen. Deze voorwaarden zijn niet hard. Cijfers zijn dan ook niet te noemen. Wel is te noemen op welke punten de Belastingdienst let. Dit zijn:

- verplichting om aanwijzingen van opdrachtgever(s) op te volgen door betaling tijdens vakantie of ziekte;
- winst, en hoeveel zelfstandigheid van de onderneming;
- kapitaal (in de vorm van geld of goederen);
- tijd die gestoken wordt in de onderneming;
- de omvang (in tijd en geld) van werkzaamheden;
- aantal klanten;
- presentatie van de onderneming;
- wel of niet aansprakelijk voor risico's.

Bedrijfsplan

Een bedrijfsplan is erg belangrijk voor een startende freelancer, want het is erg belangrijk dat je zelf een overzicht hebt van je aan te bieden diensten of producten, je doelstellingen, hoe je die wil bereiken en met welke middelen. Je wordt als het ware 'gedwongen' alles op een rij te zetten, waardoor het duidelijker voor je zal worden waarnaar je streeft en hoe je dat wil bereiken. Een goed bedrijfsplan zal tevens een marketing plan bevatten, dat inzichtelijk zal maken hoe je aan klanten en dus aan werk kunt komen en het aantal klanten dat je nodig zult hebben om een succesvol freelancer te zijn.

Ook zal het bedrijfsplan je inzichten geven over de financiën: wat is je tarief; hoeveel uren denk je per week te kunnen factureren; hoeveel dagen per maand zul en wil je werken; hoeveel heb je nodig voor je maandelijkse onkosten; hoe vaak en welke kosten iedere keer terugkomen etc. Je zult zien dat het loont om een jaaroverzicht van deze kosten op te stellen, zodat je weet wat je op financieel gebied te wachten staat. Bovendien: als je via de UWV als freelancer op de arbeidsmarkt wilt beginnen, zullen zij een bedrijfsplan van je eisen!

Er zijn tal van mogelijkheden om een bedrijfsplan te schrijven. Hieronder volgen een aantal links die je op weg kunnen helpen:

- [Hoe schrijf ik een ondernemingsplan?](#)
- <http://bedrijfsplan.startpagina.nl/>
- <http://www.enthousiasmeren.nl/een-bedrijfsplan-schrijven/>
- http://www.rabobank.nl/bedrijven/advies/starten/rabo_ondernemingsplan/
- <http://www.businessplan-wizard.com/website.php?page=businessplan&language=NL>

Werkomgeving

Een van de eerste zaken die je moet beslissen is waar je je werk zult gaan uitoefenen. Voordat je het dagelijkse op en neer rijden van en naar je oude werkgever definitief vaarwel zegt bekijk eens deze drie scenario's:

Thuiswerken

Lekker ontspannen vanuit je eigen vertrouwde omgeving werken, je voelt je er thuis, je kunt wanneer je maar wilt een dutje doen op de bank, wat wil je nog meer!

Een feit is dat het merendeel van de beginnende freelancers vanuit huis hun carrière starten.

Hieronder noemen we de voor- en de nadelen en hebben we wat tips voor je:

De voordelen:

- **super voordelig**
Het feit dat je geen extra kosten voor huisvesting hoeft te maken is het grootste voordeel, want je woont er al en krijgt er geen extra rekeningen voor. Je kunt gebruik maken van je bestaande telefoonnummer en internet en je kunt zelfs eventueel nog belastinggeld

terugkrijgen voor zaken waarvoor je toch al betaalde.

- **geen reistijd en reiskosten**
Elke dag op en neer rijden in een grote stad kost je veel reistijd en reiskosten in de vorm van brandstof of openbaar vervoer. Afgezien dat het veel tijd opsloort kan het iedere dag op en neer reizen ook veel frustratie en ergernis opleveren. Thuiswerken daarentegen lost al deze problemen in een klap op. Het enige wat je aan reizen onderneemt is van beneden naar boven en vice versa!
- **lekker rustig**
Afhankelijk van de situatie kan thuis werken een plezierige en rustige omgeving voor je zijn. Je medebewoners aan het werk of op school, je hebt het rijk voor jou alleen.
- **lekker doen waar je zin in hebt**
Thuis werken stelt je in staat om ook persoonlijke dingen in je dagpatroon in te passen. Zo kun je bijvoorbeeld je fitnessoefeningen doen, uitgebreid lunchen, een dutje doen, niemand die je dat verbiedt.
- **fantastische combinatie als je kinderen hebt**
Zeker als je jonge kinderen hebt is het ideaal om je werkschema daar op aan te passen, in plaats van je in alle bochten te wringen om spaarzame tijd voor ze vrij te maken omdat je normaal gesproken op je werk zit.
- **lekker relaxed en comfortabel**
Kantoor vanuit huis kan erg ontspannend werken, tenslotte kun je als je dat wilt, behalve als je bezoek verwacht, de hele dag in je joggingpak rondlopen!

De nadelen:

- **komt niet erg professioneel over**
Als je in een branche werkt waar je veel met klanten te maken hebt, ziet het er niet zo professioneel uit als je klanten in een thuisomgeving moet ontvangen. Uiteindelijk zul je je toch een beetje ongemakkelijk voelen.
- **je gezellige thuis wordt ook rommeliger**
Zeker als je al niet al te groot woont, zal het toevoegen van een bureau, computers en kantoormeubelen met ordners en administratie voor een extra rommelige entourage zorgen. Je moet minstens de beschikking hebben over een extra werkkamer!
- **geen scheiding meer tussen privéleven en werk**
Een van de grootste obstakels als je thuis werkt zal op termijn het feit zijn dat er geen echte scheiding meer is tussen een werkend en een privé bestaan. In plaats dat je je wijdt aan je partner en gezin, is de verleiding erg groot, zeker als je iets nog niet hebt afgerond, nog even 'een uurtje' achter je pc te gaan zitten werken om het af te krijgen.
Of je staat het weekend op om lekker te relaxen, maar toch word je telkens aan het werk herinnert dat er nog ligt.
- **de vreemdste uren aan het werk**
Niets werkt het werken op de vreemdste uren meer in de hand, dan door thuis te werken. Was je vroeger op een normaal uur de deur uit en kwam je ook weer op een redelijk tijdstip thuis en begon dan je lekker lange avond, nu zul je merken dat je ineens tot in de late uurtjes zit te werken. Soms neem je eens een halve dag vrij en wil je dat dan toch inhalen: op de zaterdagmorgen notabene! Voor een freelancer is flexibiliteit noodzakelijk en ook wenselijk, maar het is ook goed om te beseffen dat jij, net als andere mensen die bij een baas werken, ook gewoon tijdens kantooruren kunt werken, van je avonden en je weekends kunt genieten!
- **altijd in dezelfde omgeving**
tenslotte: een ander nadeel is dat je altijd in de zelfde omgeving verblijft. Je wordt er wakker, je bent er de hele dag, en je gaat er weer naar bed. Op den duur kan het gaan voelen alsof je in een gevangenis zit... niet echt natuurlijk, maar je begrijpt wat we bedoelen.

TIPS:

- **aparte werkruimte**
als je in de gelegenheid bent om een echt aparte werkruimte voor jezelf te creëren, moet je dat zeker doen! Het helpt je beter om werk en privé van elkaar te scheiden. Want werken aan de eettafel of op de bank komt niet alleen je concentratie niet ten goede, maar maakt het je ook moeilijk om daar lekker te ontspannen in je vrije tijd.
- **richt je werkkamer in de buurt van de voordeur in**
Als je klanten wilt ontvangen is het plezieriger als ze niet het hele huis doorhoeven op weg naar jouw kantoor/ laat staan dat ze naar boven moeten.
- **ga eens wat meer de buitenlucht in**
Toen je nog voor je baas werkte kon je niet wachten tot je tijdens de pauze even naar buiten kon en was je blij dat de werktijd er op zat en je lekker naar huis kon. Zeker als je thuis werkt is het erg belangrijk als je even kunt ontspannen. Of dat is om even buiten te wandelen, of een boodschap te doen, zorg ervoor dat je ook tijd buitenshuis vertoeft.

Buitenshuis werken

Ergens als freelancer of ZZP'er bedrijfsruimte huren, eventueel bij jou in de buurt, is een goede manier om werk en privé gescheiden te houden. En het is ook gewoon leuk om je eigen werkplek in te richten en het voelt ook goed om een eigen kantoor te hebben. Hieronder geven we een aantal voor- en nadelen, en verschillende tips:

Voordelen:

- **straalt professionaliteit uit**
Kan thuis werken onprofessioneel overkomen, met een eigen kantoor kun je zonder problemen je bezoek ontvangen. Hoor je jezelf al zeggen: 'Ik zit met mijn kantoor daar en daar', of 'Kom morgen even op mijn kantoor langs', fantastisch toch?
- **scheiding van privé en werk**
Als je werkplek een eind van huis ligt, heeft dat voordelen. Je kunt wat makkelijker afstand nemen van je werk als je weer thuis bent, ook al ben je als eigenaar van een bedrijf natuurlijk vaker met je gedachten bij je werkzaamheden dan toen je werknemer was, maar je computer is gelukkig een flink aantal stappen van je verwijderd!
- **makkelijker om te stoppen**
Het klinkt misschien gek, maar het feit dat je stopt met je werkzaamheden omdat je na een dag werken naar huis gaat, helpt je om in je hoofd 'een knop om te draaien'. Of je nu naar huis loopt, rijdt of in het openbaar vervoer zit, er is altijd wel even tijd om te 'onthaasten'.

Nadelen:

- **kostenplaatje**
Als startende freelancer of ZZP'er kunnen de extra kosten voor kantoorruimte plus inrichting je behoorlijk opbreken. Tenzij je genoeg reserves op de bank hebt staan, is de stap om eigen kantoorruimte te huren net iets te groot. Misschien kun je dat beter pas na een paar maanden overwegen, als je weet dat alles succesvol is verlopen.
- **kan herinneringen oproepen aan je oude baan**
Als jij juist als werknemer je kantoor wilde ontvluchten, kan een eigen kantoorruimte onaangename herinneringen oproepen en je belemmeren in het uitvoeren van je vak.
- **reistijd en reiskosten**
Vond je het vroeger al niets om in de file te staan, of met het openbaar vervoer te reizen in de spitsuren, bedenk, natuurlijk wel afhankelijk waar je kantoor is, dat je daar dan ook weer mee opgescheept zit.

TIPS:

- **start bescheiden**
Hoe verleidelijk het ook is om meteen uit te pakken met een riant kantoor op een A1 locatie en met luxe meubilair; begin daar maar niet aan! Als er in de loop van de tijd steeds meer freelance opdrachten komen en je financieel weet waar je aan toe bent, kun je altijd nog uitkijken naar een betere locatie. Bovendien kun je voor de inrichting in de tussentijd geld opzijleggen en de uitgaven spreiden. Als de tijd rijp is kun je altijd nog besluiten om te verhuizen.
- **zoek een aardige en lichte ruimte**
Goedkopere kantoorruimtes kunnen soms erg deprimerend zijn, omdat ze meer op een cel lijken dan op een kantoorkamer en vaak ook een slechte lichtval hebben. Neem dus geen genoegen met een kamer zonder ramen, want je bent freelancer geworden omdat je een beter leven wilde, niet een slechter!

Alternatieven

Natuurlijk gaat dit niet op voor elke freelancer of ZZP'er, maar heb je er wel eens aan gedacht dat je bijvoorbeeld ook erg rustig kunt werken in de bibliotheek? Daar zijn meestal voldoende faciliteiten om ongestoord achter je pc te werken, je betaalt geen huur en je bespaart op communicatiekosten.

Een andere mogelijkheid om tegen geringe kosten te werken is in een internetcafé. Het enige wat je nodig hebt is een laptop, dus bezit je die dan is dat zeker een experiment waard, zeker als je minder thuis wilt werken.

Ergonomische werkplek

Het is van belang dat je goed nadenkt over de inrichting van je werkplek. Tenslotte zit je hier het grootste gedeelte van de dag (en misschien ook wel van je avonden!).

Het hoeft niet ingewikkeld of per se erg duur te zijn, om een efficiënt en comfortabel ingericht kantoor te creëren. Het is meer een kwestie van er de tijd voor vrij maken zodat alles naar je zin is.

Ergonomie

Of je nu thuis werkt of in je eigen kantoor buitenshuis, je moet er rekening mee houden dat je werkplek zo optimaal mogelijk wordt ingericht en ten goede komt aan je productiviteit en je gezondheid. Een ideale werkplek moet het risico op 'ongelukken' sterk verminderen; er is voldoende gelegenheid om bijv. je administratie of documentatie overzichtelijk op te bergen en je houdt je houding in de gaten door een goede stoel en bureau aan te schaffen die aan jouw maten zijn aangepast of te verstellen zijn. Waar moet je aan denken:

- **werkkamer**
Ideaal zou zijn als je bureau zodanig geplaatst wordt dat je zicht op de deur hebt. Dit is niet alleen de beste en comfortabelste plek, maar ook prettig voor de bezoeker die binnenkomt.
- **natuurlijk licht**
Indien mogelijk, kies dan altijd voor een ruimte waar voldoende daglicht binnen valt. Een raam biedt je de mogelijkheid om eens naar buiten te kijken als je even verstrooiing zoekt; een blik naar buiten houdt je letterlijk bij de tijd, je ziet het daglicht veranderen, verbetert je humeur en geeft je ogen weer even pauze van je beeldscherm.
Als je grafisch vormgever bent of illustrator, zal voldoende daglicht je helpen bij het zien van het effect van de gebruikte kleuren.
- **stoel**
Het is erg waarschijnlijk dat je zo'n 8 uur per dag zittend in je bureaustoel doorbrengt, dus zorg ervoor dat dit een goede investering is. Via internet kun je waarschijnlijk de prachtigste stoelen tegen bodemprijzen kopen, maar koop niets waar je niet op 'proefgezeten' hebt, anders wordt het alsnog een kostbare aanschaf.

Als je absoluut geen budget hebt om kantoormeubelen te kopen, zelfs geen geld om een stoel aan te schaffen, probeer dan eens een '[exercise ball](#)'. Ze zijn niet zo kostbaar en kunnen goed gebruikt worden als kantoorstool. Op ergonomisch gebied zijn ze fantastisch, omdat je actief

zit en daardoor al je spieren traint. Laat je adviseren door een goede fitnesswinkel voor de goede maat.

- **bureau**

De juiste hoogte van je bureau is van cruciaal belang bij een gezonde zithouding. Een te hoog of te laag bureau kan zowel je lichaamshouding als je bloedcirculatie beïnvloeden en op den duur het risico op klachten en pijn vergroten.

- **beeldscherm**

Je beeldscherm moet ook aan een aantal eisen voldoen. Een vuistregel is dat je scherm niet helderder mag zijn dan je lichtste punt in je kamer. (dus werk nooit in het donker)

Reflecties op je scherm zijn erg hinderlijk en bovendien slecht voor je ogen. Vermijd om je beeldscherm bloot te stellen aan direct daglicht.

Je scherm moet op armlengte voor je staan en als je zit moet je er met een ontspannen hals/nek recht naar kunnen kijken.

- **toetsenbord**

Let bij het gebruik van het toetsenbord op de volgende zaken:

- Houd het toetsenbord zo dicht mogelijk bij je in de buurt. Als je je armen naar voren moet uitstrekken om de toetsen te bereiken moet je meer krachtsinspanning leveren dan wanneer je bovenarmen verticaal, ontspannen naast je lichaam hangen.
- Ga in het midden van het lettergedeelte van het toetsenbord zitten, tenzij je veel gebruik maakt van het numerieke deel (rechts).
- Klap de pootjes van het toetsenbord in! Die zitten meestal aan de achterkant. Me uitgeklapte pootjes staat de achterkant van het toetsenbord hoger, waardoor er ook meer kans is op een knik in je polsen (en dus minder ruimte voor de vele pezen die er doorheen lopen).
- Je onderarmen rusten op je bureau, of als je dat plezieriger vindt op de stoelleuning. In dat geval schuif je het toetsenbord in de richting van de bureaurand.

Milieuvriendelijke werkplek

Om het milieu minder te belasten zijn er tal van kleine dingen die je kunt doen, zodat je ook op je werkplek rekening houdt met de wereld om je heen. Dat kost relatief weinig tijd, kosten en moeite en je draagt bij aan een betere leefomgeving. Wat kun je zoal doen:

- 1) Zet je computer uit op het einde van de dag;
- 2) Recycle oud papier door dit in een aparte bak onder je bureau te gooien;
- 3) Gebruik bij proefprints beide zijden van het papier;
- 4) Koop gerecycled papier;
- 5) Gooi je cartridges en batterijen niet in de prullenbak; breng de batterijen naar een van de speciale verzamelpunten of retourneer je lege cartridges aan je leverancier
- 6) Print geen e-mails uit, tenzij het per se nodig is;
- 7) Gebruik een virtuele faxservice;
- 8) Maak zoveel mogelijk gebruik van het daglicht en gebruik spaarlampen;
- 9) Maak zoveel mogelijk gebruik van je e-mail i.p.v. per post of per koerier;
- 10) Koop een plant! Je kantoor fleurt er niet alleen van op, hij produceert ook extra zuurstof.

Tips en trucs voor je werkplek

Naast de ergonomische aspecten zijn er ook nog andere factoren die te maken hebben met jouw optimale werkplek:

- **zorg voor een slot op je deur**

Zeker als je thuis werkt is het geen overbodige luxe om je deur letterlijk op slot te hebben om

speelse kinderen en huisdieren buiten je werkkamer te houden. Dat kun je vreemd vinden, maar bedenk wel dat er alleen maar brood op de plank kan komen als je omgestoord kunt werken. Stel je voor dat er chocolademelk over je net afgeronde project gaat, of dat de hond gezellig aan je zojuist geprinte documenten begint te kluiven. Sluit dus ook altijd af als je er even niet bent, want de consequenties kunnen desastreus zijn. Uiteraard moet er wel een sleutel binnen bereik zijn als jij er niet bent en er zich calamiteiten voor doen.

- **schaf geluidsisolerende oordoppen aan**
Als men buiten op straat met drillboren aan de gang is, of je buurman draait op zijn hardst zijn geluidsinstallatie open, kun jij je niet concentreren op je werk, maar je kunt ook niet weggaan totdat de herrie eindelijk eens ophoudt. Gebruik dan je supersonische oordoppen, maar vergeet niet om je telefoon op zak te steken en op trilfunctie te zetten, want die hoor je dan ook niet!
- **zorg voor licht in je werkruimte**
Vind je je werkkamer aan de sombere kant, probeer het dan eens met een spiegel die je tegenover het raam ophangt. Hierdoor zal het daglicht verdubbelen en lijkt de kamer ook groter.
- **ruim bijtijds je kamer op**
Aangezien je veel tijd op je kantoor zult doorbrengen, moet je ervoor zorgen dat het er niet rommelig is. Alles wat niet met je werk te maken heeft hoort er eigenlijk niet thuis (bijvoorbeeld een logeerbed, strijkplank of hometrainer). Dus weg ermee! Jouw kantoorkamer moet ruimtelijk zijn en opgeruimd.
- **vermijd donkere muren of drukke patronen**
Door een donkere gekleurde wand of door een druk behang lijkt je kamer veel kleiner. Overweeg om ze wit te schilderen, want bij witte muren blijf je 'wakker' en werkt de kamer ruimtelijker.
- **hang een 'whiteboard' of een prikbord aan de muur**
Afgezien dat zo'n bord je kan helpen om allerlei zaken visueel te structureren, kan het je ook nog eens uit je stoel krijgen, mits je het een eindje uit de buurt van je bureau hangt, want dan moet je wel opstaan!

Apparatuur

Wat heb je allemaal nodig om je werk goed uit te voeren? Spannend om het aan te schaffen, maar waar moet je aan denken:

- **PC en/of MAC:** belangrijk voor alle branches.

Je computer zal het meest belangrijke apparaat zijn dat je bezit. Ook al moet je op allerlei zaken bezuinigen, een computer is voor de freelancer de belangrijkste investering.
- **Kleurenprinter:** belangrijk voor grafisch ontwerpers, fotografen, webdesigners en illustrators.

Kleurenprinters zijn al lang niet meer zo duur als ze vroeger waren, dus je kunt al een goede printer voor een redelijk bedrag kopen. Neem bij je overweging welke je gaat aanschaffen ook de kosten mee van papier en inkt. Zeker als je kwaliteit koopt kunnen de kosten daarvoor hoog oplopen. Een duurdere printer kan in feite economisch voordeliger zijn als de toner en papier zijn inbegrepen, maar dan praat je al snel over leasen. Gaat je dat te ver, neem dan altijd een printer met separate kleurcartridges, omdat je die pas hoeft te vervangen als een van de kleuren op is. Bovendien is het beter voor het milieu.
Print je ook vaak pagina's met tekst, overweeg dan eens om er een goedkope zwart/wit printer bij te kopen, dat scheelt enorm in de kosten van je kleurenprinter.
- **Zwart/wit printer:** belangrijk voor auteurs, tektschrijvers, vertalers en projectmanagers.

Deze printers zijn erg goedkoop en noodzakelijk op ieder kantoor.

- **Fax**

De fax wordt door veel freelancers liefst niet meer gebruikt, toch wordt hij in het bedrijfsleven nog wel veel toegepast. Overweeg eens om een drie-in een-apparaat te kopen, want dan heb je zowel een printer-, fax- en scannerfunctie in een koop.

In het huidige elektronische tijdperk zijn er nog veel meer mogelijkheden, waardoor je faxen als e-mail binnen krijgt, of e-mail als faxen kunt versturen:

- [Gratis fax via e-mail](#)
- [Faxen zenden en ontvangen via e-mail](#)
- [Fax versturen via MicroSoft](#)

- **Scanner:** belangrijk voor fotografen die nog met negatieven werken, sommige grafische vormgevers, webdesigners en illustrators.

Een scanner is nuttig als je regelmatig werkt met fysiek materiaal als tekeningen, oude foto's en oude documenten. Ook wordt hij vaak ingezet bij het opbouwen van een archief. De prijzen van een scanner zijn afhankelijk van snelheid en resolutie.

- **Back-up:** belangrijk voor alle branches.

Je kent de nachtmerrieverhalen wel uit je omgeving van collega freelancers dat ze door een computercrash bestanden kwijt zijn van zichzelf of erger nog van klanten en er geen back-up is gemaakt. In het ideale geval zou je dagelijks een back-up moeten maken van al je bestanden. Als je dat niet doet loop je het risico dat je gratis al het werk nogmaals moet doen, je klant niet erg geamuseerd zal zijn en je zelfs een proces aan je broek kunt krijgen. Neem daarom de verantwoordelijkheid en ook de nodige maatregelen zodat dit je nooit zal overkomen.

Een van de opties is om een back-up systeem te kopen met een draagbare harde schijf. Het voordeel van zo'n portable harde schijf is dat hij snel is, geen geheugen kost en enorme hoeveelheden data aan kan (speciaal belangrijk voor designers en fotografen). Maar houd wel in de gaten dat een back-up geen zekerheid biedt bij brand, waterschade en diefstal, tenzij je hem consequent op een andere plaats bewaart.

Een andere optie is om een back-up op afstand te gebruiken. Via internet worden iedere dag op afstand jouw bestanden opgeslagen. Hiervoor is een abonnement nodig. Kijk [hier](#) voor een van de aanbieders. Je hoeft je dus geen zorgen meer te maken of er wel een back-up is gemaakt en kunt rustig slapen omdat je gegevens veilig worden opgeslagen.

Je kunt overwegen om te kiezen voor zowel een back-up op afstand als om regelmatig zelf een locale back-up te maken.

TIP: Maak als je project is afgerond meteen een dvd voor je klant en voor je eigen archief.

- **[Branddetectors](#) en [spanningsbeveiligers](#):** belangrijk voor alle branches.

Branddetectors en spanningsbeveiligers horen normaal gesproken niet tot de reguliere kantoorinrichting, maar de aanschaf van een of beide beveiligers kan je een hele hoop geld besparen. De kosten zijn, in verhouding tot de schade die aangericht kan worden, te verwaarlozen.

Productiviteit

Als freelancer kun je je niet veroorloven om de focus te verliezen en afgeleid te worden door wat dan ook. Gelukkig zijn er wel een aantal methodes die je kunt toepassen om het spoor niet bijster te worden en je met gemak je deadlines haalt zonder nachtmerries.

Je to-do lijst

Time management en organisatietalent zijn zaken waar iedere freelancer mee te maken krijgt en de beste manier om georganiseerd te blijven is het werken met een overzicht van alles wat je die dag en de dagen of weken daarna, moet doen.

Deze lijst helpt je om het overzicht te houden van je dagelijkse werkzaamheden, maar ook om meteen te zien wanneer je in de knel komt omdat er zaken uitlopen en daardoor de werkzaamheden voor de komende tijd in gevaar komen.

Nog effectiever is het om twee to-do lijsten bij te houden: een voor de korte en een voor de langere termijn.

- **To-do lijst op korte termijn**

Op het einde van de dag zouden in principe alle taken van die dag afgewerkt moeten zijn en heb je ook al een nieuwe lijst gemaakt voor de volgende dag. Daarbij houd je natuurlijk altijd rekening met je andere lijst voor de langere planning! Als je alles opschrijft kun je er naderhand cijfers van urgentie en/of belangrijkheid aan toekennen, hoef je de volgende morgen alleen maar je lijstje in die volgorde af te werken.

Als je van jezelf weet dat je graag vervelende dingen uitstelt, maak er dan een goede gewoonte van om daar juist de dag mee te beginnen. Even door de zure appel heen bijten, maar dan ben je ervan af en kan het niet de hele dag in je nek blijven hijgen. Dat geeft beslist een opgelucht gevoel!

- **To-do lijst op langere termijn**

Op deze lijst staan alle projecten waar je mee bezig bent en welke stappen je nog moet ondernemen of afwerken. Hij dient zodanig gedetailleerd te zijn, dat je in een oogopslag ziet wat er nog moet gebeuren.

Het geweldige aan zo'n to-do lijst is dat je geen moment hoeft na te denken wat je nu eens zou kunnen of moeten doen. Werk je graag op papier, natuurlijk geen probleem, maar wellicht kun je overwegen om daar een speciale tool voor te gebruiken. Denk aan Outlook, I-Phone, Blackberry etc.

Urenregistratie

Een andere manier om je eigen productiviteit bij te houden is de urenregistratie. Misschien heb je dat zonder meer al nodig omdat je per uur factureert, maar zelfs als dat niet het geval is kun je er je voordeel mee doen omdat je dan inzage krijgt hoe lang je over bepaalde werkzaamheden doet. En dat helpt je dan weer om toekomstige projecten of opdrachten qua tijdsduur beter in te schatten en ook te offrenen.

Kijk hier voor [gratis download](#) of van deze [gratis versie](#), of maak je keuze uit dit [programma](#), of deze [software](#), of via [Excel software](#).

Discipline

Als je eigen baas bent is dat iets heel anders dan als je voor een baas werkt. Je kunt het vergelijken met de overstap van de middelbare school naar een hbo- of universitaire opleiding. Ineens moet je het allemaal zelf doen en ligt er ook niemand wakker van het feit of je wel of niet je best doet en de verleiding kan dan groot zijn om er een beetje met de pet naar te gooien.

Als werknemer krijg je iedere maand je loon of je nu heel hard of minder hard hebt gewerkt. Je zou, als men in de gaten krijgt dat je de kantjes ervan afloopt, wel ontslagen kunnen worden of een belangrijke promotie mislopen. Maar als je eens een dag minder inspiratie hebt, slecht geslapen hebt de dag ervoor lekker gefeest hebt en daardoor niet voor 100% productief, zal het allemaal zo'n vaart niet lopen.

Heel anders is het als je eigen baas bent. Alle uren die je niet productief bent leveren ook geen geld op en dat voel je op den duur wel in je portemonnee. Jammer genoeg is er niemand die je wakker port en die je bij de les houdt! Dus zul je als freelancer moeten leren om gedisciplineerd te werken, anders zul je het niet redden. Hieronder volgen wat tips om wat discipline te leren:

- **begin de dag goed**

Misschien kun jij ergens midden op de dag opstaan en in je pyjama tot de late uurtjes de verloren tijd inhalen. Dat het eens een keer gebeurt kan geen kwaad, maar als het structureel wordt, krijg je gegarandeerd op den duur problemen.

Toen je iedere morgen fris gedoucht en aangekleed aan de ontbijttafel zat als voorbereiding op je dagelijkse werkdag, had je er toch ook geen problemen mee om op tijd op je werk aanwezig te zijn! Dus houd deze routine in ere en zet je wekker op precies dezelfde tijd als vroeger. Als je dat niet doet is de verleiding groot om alles wat naar achter te schuiven en nog wat te blijven lummelen. Bedenk dat jouw klant gewend is om zaken te doen tijdens kantooruren en hij wil graag op die uren contact met je opnemen.

- **houd je aan de deadlines**

Als je van jezelf weet dat je de neiging hebt om werkzaamheden voor je uit te schuiven en pas als de deadline nadert er eens even hard tegenaan gaat en zelfs zegt: 'onder druk presteer ik beter', dan is het toch verstandiger om al eerder aan de job te beginnen. Zodra je de klant hebt verteld wanneer de opdracht klaar zal zijn, zal hij daar ook op rekenen. Als jij er dan pas op het laatste nippertje aan begint en er komt iets dringends tussen waardoor je het niet op tijd kan afhebben, zal je klant niet blij zijn. En dat is een understatement!

Misschien kun je de opdrachtgever nog even respijt vragen, maar beter dan er slapeloze nachten van te hebben, van de zorgen of het je wel lukt, of omdat je tot in de kleine uurtjes moet doorwerken, moet je zorgen dat je gedisciplineerder wordt. Op den duur zul je niet beter weten en realiseren dat het een erg lekker en opgelucht gevoel is als je alles op tijd kunt leveren.

- **werken tijdens kantooruren**

Zoals boven al werd genoemd, je klant is gewend aan zakendoen tijdens kantooruren. Sommige freelancers zullen je vertellen dat ze voornamelijk en het liefst in de avonden en in de weekends werken, maar beschouw dat voor jezelf als een noodzakelijk kwaad als je net een deadline niet dreigt te halen, maar maak er geen gewoonte van. Het ligt er natuurlijk aan in welke branche je werkzaam bent, want iemand met bijvoorbeeld een cateringbedrijf moet wel voor een groot gedeelte buiten kantooruren werken.

Maak er een goede gewoonte van om in principe alleen tijdens de kantooruren te werken en de avonden en de weekends vrij te houden, dat zal je motivatie om er de volgende maandag met frisse moed weer aan te beginnen alleen maar toenemen.

Blijf alert en up-to-date

Als freelancer moet je voortdurend je expertise verbeteren en er voor zorgen dat je bij blijft in je vakgebied. Alleen dan is de service die je biedt waardevol en zul je als freelancer opdrachten blijven binnenkrijgen. Dit geldt uiteraard voor elk vakgebied, maar met name op die gebieden waar je werkt met techniek, software, webdesign of flash animatie moet je op de hoogte zijn van de nieuwste ontwikkelingen. Zelfs als je tekstschrijver bent, grafisch vormgever of illustrator, moet je up-to-date blijven met nieuwe ontwikkelingen in de markt.

Toen je werknemer was ging dat als vanzelf, omdat je in een dynamische omgeving zat en automatisch met deze ontwikkelingen geconfronteerd werd en dus meelifte. Als freelancer of als ZZP'er werk je meestal alleen en moet je meer je best doen om niet in een soort vacuüm terecht te komen. Vaak heb je gewoon niet in de gaten dat jouw werkniveau niet meer voldoet aan de eisen van deze tijd. Wil je niet op een dag wakker worden en constateren dat je klanten je niet meer weten te vinden voor welke freelance opdracht ook, zul je voortdurend op de hoogte moeten blijven!

Mocht je niet vanuit jezelf brandend van ambitie zijn, je zult merken dat het je helpt om telkens weer de meest uitdagende opdrachten aan te nemen die je prikkelen om het beste van jezelf te geven. Hieronder volgen wat aanbevelingen dat te bereiken:

- **bezoek branche events**
Een goede manier om op de hoogte te blijven is het bezoeken van speciale lezingen, conferenties en branchebijeenkomsten. Zo'n bezoek is tweeledig: je steekt er wat van op en het is meteen een geweldige gelegenheid om te netwerken!
- **abonneer je op vakbladen**
Om up-to-date te blijven hoef je niet eens veel moeite te doen. Als je een paar goede vakbladen hebt die je in je vrije tijd kunt lezen, ben je al een heel eind. Het grote voordeel van deze bladen is dat ze zodanig zijn ontworpen dat ze makkelijk te lezen zijn, de informatie bondig én vers van de pers is.
- **blijf in contact met collega freelancers of ZZP'ers**
Of je nu werknemer bent of eigen baas, het levert altijd veel op om te netwerken met collega's. Je praat eens met elkaar tijdens een kop koffie, je chat op een forum of hebt contact via de e-mail, waardevol is het altijd.
- **koop regelmatig vakliteratuur (en lees het ook)**
Internet is natuurlijk geweldig als medium voor allerlei informatie die nuttig is voor jou als freelancer en ZZP'er. Toch kan een boek je veel meer bieden: koop, lees en leer!
- **houd een blog bij of geef les in je vakgebied**
Regelmatig voor je blog schrijven over je vakgebied helpt je om 'scherp' te blijven en je bouwt er ook een goede reputatie mee op. Als je les geeft moet je wel voortdurend nadenken over je vak en op de hoogte blijven van de laatste ontwikkelingen.
- **houd in de gaten wat je 'conculega's' doen**
Dit helpt je om op de hoogte te blijven van wat er in de markt speelt en zal je wellicht ook inspireren om actie te ondernemen als anderen je een stap voor zijn. Een beter idee is om het niet bij collega te laten, maar ook bevriend te raken: zo creëer je ook mogelijkheden om succesvol samen te werken.

Na verloop van tijd kan het gebeuren dat je je vroegere enthousiasme verliest en dat je niet meer zoveel interesse hebt in nieuwe kennis. Als je merkt dat je in dat stadium bent beland moet je ervoor zorgen dat er weer de nodige brandstof aan je werkzaam leven wordt toegevoegd, zodat je er weer zin in krijgt.

De valkuilen

Eenzaamheid

Lekker in je eentje werken is, zeker in het begin van je carrière als freelancer en ZZP'er, heerlijk. Geen bemoeienis van een baas, je tijd en werk zelf indelen, gaan en staan waar je wilt. Maar na verloop van tijd kan je dat ook opbreken. Ineens mis je collega's en de toch wel leuke sfeer op je werk en zelfs de mensen die nu niet meteen je beste vrienden waren. Je merkt dat je de sociale contacten toch wel erg mist en dat je wel eens tegen de plant zit te praten. Hieronder wat tips om dit gevoel van eenzaamheid te voorkomen:

- **heb regelmatig contact met klanten en collega freelancers**
Van het woord netwerken worden sommige freelancers en ZZP'ers erg nerveus, maar het stelt eigenlijk niet veel meer voor dan samen een kopje koffie drinken met een klant of een snel telefoontje met een collega freelancer. Op deze manier laat je weten dat je nog steeds in the picture bent en zal men zich je makkelijker herinneren op het moment dat ze een freelancer nodig hebben. Bovendien zijn menselijke contacten altijd plezierig. Streef ernaar om minstens een paar keer per week contact op te nemen met een oude of toekomstige klant of collega. Schrijf je in bij [LinkedIn](#) of bezoek een van de [OpenCoffee](#) ochtenden bij jou in de buurt.

- **bezoek branchebijeenkomsten**

Niet alleen blijf je goed op de hoogte van alle laatste nieuwigheden, het is ook een probaat middel tegen eenzaamheid. Je zult merken dat je weer helemaal alert wordt als je met je vakgenoten discussieert over je werk en de toekomst.

- **ga elke dag een stukje lopen**

Werk je vanuit huis, dan is het heerlijk om even de benen te strekken door naar buiten te gaan voor een wandeling, of een boodschap. Regelmatig een uurtje naar een sportschool gaan is ook een goede manier om er even tussenuit te zijn; je ziet andere mensen en je bouwt je conditie nog op ook!

- **zoek een hobby**

Liefst een hobby waardoor je in contact komt met andere mensen. Samen squashen, of poken of bowlen, zelfs op schilderles gaan is goed voor je ontspanning en het opdoen van een ander soort contacten.

- **neem een huisdier**

Mensen die een huisdier hebben leven gemiddeld langer dan mensen zonder huisdieren. Met name als ze een hond hebben komen ze vaker buiten en hebben ze sneller met andere mensen contact.

Als je thuis werkt is dat een perfect alibi om even naar buiten te gaan, maar je zou de hond ook mee naar kantoor kunnen nemen. Je moet met het beest naar buiten en het wordt ook nog eens een leuke harige collega!

- **verander eens van werkplek**

Neem je laptop eens onder je arm als je in een dipje zit en ga eens een paar uur in de bibliotheek zitten werken, of in een internetcafé. Waarschijnlijk ben je, als je weer op je kantoor zit, blij dat je uit die drukke en luidruchtige omgeving bent en weer lekker achter je eigen bureau kunt zitten.

- **deel kantoorruimte**

Werk je alleen thuis, dan kun je wel eens tegen de muren opvliegen. Misschien is het de overweging waard om in een kantoorgebouw te gaan zitten waar meerdere freelancers en ZZP'ers gevestigd zijn. Helemaal ideaal zou het zijn als je in een omgeving kunt werken met gelijkgestemde mensen die in aanverwante branches werken.

Beroepsziekte RSI

RSI (Repetitive Strain Injury), bij ons als muisarm bekend, beschrijft een groep van aandoeningen die ontstaat door o.a. langdurige overbelasting bij computerwerk.

RSI is een verzamelnaam voor spier- en gewrichtsklachten aan handen, polsen, armen, schouders, en/of nek. Door repeterende bewegingen ontstaat een continue spierspanning die spier- en gewrichtsklachten veroorzaakt.

De naam RSI

RSI is een verzamelbegrip, waar wel 23 aandoeningen toe behoren. De term wordt steeds meer als vergaarbak van allerlei klachten aan arm, nek en schouder gebruikt. Daarom spreken behandelaars liever niet meer van RSI, maar benoemen ze de specifieke aandoening (bijvoorbeeld tenniselleboog of carpaaltunnelsyndroom). Klachten die niet nader te specificeren zijn worden nu bij voorkeur een 'a-specifieke CANS' genoemd. CANS staat voor Complaints of Arm, Neck and/or Shoulder (arm-, nek- en of schouderklachten).

RSI is een valkuil voor freelancers en ZZP'ers omdat zij een verhoogd risico lopen om RSI klachten te ontwikkelen en ze dat risico ook vaak te laag inschatten, omdat:

- veel freelancers vaak wegens een laag budget onder minder gunstige omstandigheden werken (op laptop, op bed of bank);
- veel freelancers bezuinigen op een goede kantoorstoel;
- veel freelancers geneigd zijn vaak nog laat aan het werk te zijn en/of permanent lange dagen te maken;
- freelancers vaak in hun eentje werken en er weinig afleiding is die hen even uit hun concentratie haalt, waardoor ze veel langer dan zou moeten achter het beeldscherm blijven zitten;
- freelancers het zich vaak niet kunnen permitteren om ziek te zijn of een dag vrij te nemen; daarom negeren ze stelselmatig seintjes en pijntjes.

Freelancers zouden zich veel meer bewust moeten zijn van de risico's die ze lopen. Niet alleen is RSI een heel vervelende aandoening, maar op den duur kan het leiden tot het moeten afbreken van je carrière.

Kijk ook nog eens bij het voorgaande hoofdstuk '**Een ergonomische werkplek**' en lees hieronder de tips over de inrichting van je werkplek.

TIPS:

- let op je houding terwijl je zit;
- koop een goede stoel met armleuningen;
- de armleuningen moeten op dezelfde hoogte zijn als je bureaublad;
- gebruik je liever geen armleuningen, zet dan je toetsenbord dichterbij je beeldscherm en leun met je armen op het blad;
- zorg dat je knieën op dezelfde hoogte zitten als je heupen;
- pas de hoogte van je stoel daarbij aan als dat niet klopt;
- let op de hoogte van je bureau in combinatie met je stoel;
- zorg dat de leuning van je stoel vertikaal staat;
- neem voldoende pauzes; iedere 30 minuten twee minuten pauze;
- neem ieder uur 5 of 10 minuten pauze en kom van je plaats;
- drink veel water, dan moet je vanzelf opstaan!
- zorg dat je van je stoel moet om iets te pakken: zet dingen die je nodig hebt dus verder weg;
- focus je regelmatig op een voorwerp dat wat verder weg staat: dit is goed voor je ogen;
- knipper regelmatig met je ogen;
- lunch niet achter je computer; kom van je plek!
- overweeg om je muis te dumpen; leer alle toetsenbord combinaties;
- gebruik i.p.v. de muis een speciaal grafisch tablet.

Koop anders [RSI software](#) als dit allemaal nog niet lukt: deze software dwingt je om regelmatig te pauzeren.

Maak van jezelf een merk

Waarom is dat belangrijk?

Afhankelijk van het soort dienst of product dat je aanbiedt moet je je onderscheiden. Dit kun je bereiken door de manier waarop je jezelf profileert, welke indruk je maakt bij je toekomstige klant en of die indruk blijft hangen op het moment dat hij een keuze gaat maken. Wat dus erg belangrijk is dat je je realiseert dat het altijd om gaat om jou, de freelancer, die eigenlijk het product of de dienst is en dat je jezelf goed moet verkopen! Van jezelf een merk maken zal beslist even duren, maar je zult zien dat hoe verder je komt in je freelance carrière het vruchten af zal werpen omdat je vanaf het begin hebt nagedacht over de mogelijkheden om het goed aan te pakken!

Onderscheid je van anderen

Heb je hét gat in de markt ontdekt en ben je uniek, dan heb je het wat makkelijker. Zijn er veel freelancers die het zelfde product of dezelfde dienst aanbieden, dan moet je ervoor zorgen dat je je ten opzichte van hen onderscheidt en een goede reputatie opbouwt!

Je dient dus een identiteit en reputatie te creëren die perfect laat zien wie jij bent en waar je voor staat en waarom de klant bij jou moet zijn en niet bij een ander met dezelfde diensten of producten. De eerste indruk die hij van je krijgt, via je website, je visitekaartje moet meteen de goede zijn, want je krijgt meestal maar één kans.

Laat dus helder en duidelijk zien waarom de klant bij jou moet zijn en niet bij een ander. Laat zien wat de klant kan met jouw product of dienst en wat zijn directe voordelen zijn om jou in te huren en niet iemand anders. Belangrijk hierbij is jouw:

- kwaliteit
- ervaring
- waarde
- diensten / producten
- kennis
- doelgerichtheid
- betrouwbaarheid

Bedrijfsnaam belangrijk

Je onderscheiden van de rest begint al met een goede bedrijfsnaam! Hij dient uniek te zijn, makkelijk te spellen en uit te spreken, niet te lang te zijn, hij moet professioneel klinken en makkelijk in het gehoor en in de herinnering liggen en het belangrijkste: de lading te dekken van je product of dienst. Uiteraard moet de naam die je gekozen hebt beschikbaar zijn als domeinnaam.

Sommige freelancers kiezen ervoor om hun persoonlijke naam als bedrijfsnaam te gebruiken, anderen gebruiken die liever niet.

Hieronder de voordelen en nadelen van het gebruik van je eigen naam en het gebruik van een andere naam.

Gebruik van je persoonlijke naam (bijv. Willem Ridder creatief advies)

De voordelen:

- makkelijk
- meestal uniek (afhankelijk van je naam)
- duidelijk
- meestal domeinnaam beschikbaar
- makkelijk te onthouden
- uitstekend te vinden via Google

De nadelen:

- bij uitbreiding van je bedrijf minder handig
- niet erg creatief
- is geen goede weerspiegeling van jou als merk

Gebruik van een andere naam

De voordelen:

- je hebt alle vrijheid om iets apart en opvallends te kiezen
- het kan je merknaam versterken
- het kan je diensten / producten ondersteunen
- bij uitbreiding kun je de naam handhaven

De nadelen:

- het is moeilijker een naam te vinden die precies de lading dekt
- het kan moeilijk zijn om een domeinnaam te vinden die beschikbaar is

Herkenbaarheid door de huisstijl

Behalve een goede bedrijfsnaam is ook de visuele herkenbaarheid erg belangrijk bij je identiteit als freelancer. Hier hoort natuurlijk een logo of beeldmerk bij, maar ook visitekaartjes, brochures, briefpapier, factuurlay-out en een e-mail handtekening, die je als freelancer kunnen helpen om je te onderscheiden van anderen. Denk daarbij ook aan het lettertype, de font grootte, de kleuren van je logo of beeldmerk. Want wat drukken die kleuren uit en passen die bij je product of dienst? Is de keuze voor de kleur in het totale plaatje van je huisstijl goed te gebruiken? En ook niet onbelangrijk, komt die keuze helder over en kan een drukker er mee uit de voeten. Denk ook eens aan het verschil in kosten of je in één kleur of in meerkleuren je drukwerk laat maken!

Vergelijk jouw huisstijl eens met verpakkingen in de supermarkt! Vaak kies je een product omdat de vormgeving van de verpakking je aanspreekt, de kleur, het logo. Waarom laat je misschien wel bijna hetzelfde product, dat 2 etages lager staat, staan waar het staat? Dan begrijp je waarover we het hebben. Hierbij worden dezelfde principes gehanteerd door jouw potentiële klanten, die door een virtuele supermarkt lopen op zoek naar het aantrekkelijkste product.

Tip:

tenzij je natuurlijk zelf designer bent: huur een professional in voor zowel huisstijl als website. Je kunt niet van alles verstand hebben en kwaliteit loont op termijn!

Website

Ben je er in geslaagd een goede bedrijfsnaam te bedenken en is deze ook nog vrij als domeinnaam, dan komt de volgende stap: je website, jouw kroonjuweel,

Als je al een huisstijl hebt is het logisch dat je website in dezelfde stijl wordt vormgegeven. Afgezien van het esthetische aspect moet een website ook nog gebruikersvriendelijk zijn, makkelijk te lezen zijn en die informatie bieden die je toekomstige klant van je wenst te weten. Kortom, hij moet een weerspiegeling zijn van jouw deskundigheid als freelancer! Een goede vormgever / webbouwer (ook freelancer!) kan jouw wensen naadloos omzetten in een website die jou als merk profileert.

Maar dan moet je wel weten wat je wensen zijn. Over je huisstijl qua vormgeving had je al nagedacht. Bij een website moet je nog een stap verder gaan. Hoe wil je dat de site wordt opgebouwd, welke navigatiemogelijkheden wil je, wil je een simpele of een uitgebreide site, komen er foto's of afbeeldingen op ter illustratie, hoeveel pagina's wil je na je homepage, kun je online shoppen en bestellen? Even in een avondje alles bedenken is niet genoeg, daar moet je even voor gaan zitten, want je kunt je het vast niet als freelancer veroorloven om ieder half jaar een nieuw ontwerp te laten maken.

Tip 1: neem dus ruimschoots de tijd om er goed over na te denken wat je wil, hoe je het wilt en hoe je klant jouw website ervaart.

Tip 2: neem er ook de tijd voor om te zoeken naar websites die je aanspreken, die je gebruikersvriendelijk en aantrekkelijk vindt. Dat hoeven niet per se de sites te zijn van je collega's, je zou bijna zeggen, juist niet! Dat kunnen ook sites zijn uit geheel andere branches. Oriënteer je uitgebreid en al krijg je natuurlijk nooit zo'n zelfde website, de vormgever weet wel welke stijl jou aanspreekt!

Tip 3: denk ook goed na over de inhoud van je website. Schrijf helder en duidelijk, maar vooral vanuit de visie van een potentiële klant. Dat hij iets over jou als freelancer te weten komt is prima, maar ga ervan uit dat hij naar iets op zoek is en dat de informatie die hij leest bij hem moet oproepen: "Ik geloof dat ik de freelancer gevonden heb die ik zocht!"
Twijfel je aan je eigen schrijftalent, (behalve als dat natuurlijk jouw vak is): er zijn vele freelance tekstschrijvers die je graag een handje helpen.

Referenties

Wat je zeker niet moet vergeten is om op je website een pagina 'Referenties' toe te voegen, zodat je na iedere opdracht het betreffende project kunt (laten) toevoegen. Als startende freelancer zul je wellicht nog geen dikke portefeuille aan klanten hebben, maar zet er op wat je toch al wel gedaan hebt, want je bent toch niet van de ene dag op de andere freelancer geworden?

Bouw aan je reputatie

Vraag iedere nieuwe klant om een aantal regels te schrijven over zijn ervaring met jou als freelancer en voeg die toe en als het relevant is verwijst dan naar de website van de klant. Deze referenties van de klanten zijn een geweldige manier om je als merk te profileren, zeker als je klant ook als 'merk' bekend staat!

Tarieven van de freelancer

Een van de fundamentele zaken waarnaar je aandacht uit moet gaan zijn je tarieven. Aan de hoogte van tarieven liggen verschillende factoren ten grondslag en jammer genoeg is er geen magische formule om ze te berekenen. Waarschijnlijk krijg je in het begin te maken met je 'natte vinger' en zul je ook door schade en schande wijs worden. Maar op den duur zul je beslist je eigen formule

ontwikkelen.

Vaststellen van tarieven

Niet iedere freelancer zal zijn of haar tarieven op uurbasis vaststellen. De freelance secretaresse rekent per project, de freelance copywriter per woord of pagina, de freelance fotograaf per foto en de freelance designer per ontwerp, weer anderen factureren per dag(deel) of op basis van nacalculatie. Tarieven op uurbasis zijn een makkelijke manier om inzichtelijk voor je klant te maken hoeveel tijd en dus hoeveel geld in totaal de opdracht hem zal kosten. Daarnaast kun je bij een andere opdracht nog beter inschatten hoeveel uren je denkt hieraan te zullen besteden, door ervaring wijs geworden!

Kostenplaatje

De eerste stap die je moet zetten bij het calculeren van je tarieven is het vaststellen van de vaste uitgaven om te kunnen leven en de vaste kosten die je moet maken om je bedrijf te kunnen uitoefenen. M.a.w. hoeveel heb je per maand of per jaar nodig om 'quitte' of 'breakeven' te spelen.

De volgende stappen helpen je daarbij:

1. bereken je persoonlijke uitgaven

Daaronder moet je verstaan de uitgaven voor wonen, voeding, leefstijl en andere persoonlijke uitgaven. Vergeet daarbij niet om eventuele aflossingen voor bijv. creditcard mee te rekenen. Dit levert een eindbedrag op dat je moet verdienen om comfortabel een jaar van te kunnen leven.

2. bereken je zakelijke kosten

Daaronder vallen alle kosten die je moet maken om je freelance bedrijf te laten draaien. Als starter zal dat in eerste instantie veel calculatie uit de losse pols inhouden. Probeer een inschatting te maken wat je allemaal nodig hebt aan de categorieën huisvesting, kantoorbenodigdheden als hard- en software, vervoers- en reiskosten, communicatiekosten etc. De categorie huisvesting komt natuurlijk alleen aan de orde als je kantoorruimte gaat huren.

3. bereken de tarieven voor inkomstenbelasting en BTW, verzekeringen en pensioen

Aan het betalen van belastingen, verschillende verzekeringen en de premie voor een oudedagsvoorziening kun je niet ontsnappen. Kijk ook bij de paragraaf [De Belastingdienst](#) Kom je er niet uit met het vaststellen van je te verwachten belastingtarieven schakel dan de hulp in van een professional. Er zijn genoeg freelance accountants die graag een handje toesteken!

4. en dan even optellen

Tel de resultaten van stap 1 t/m 3 op. Dit bedrag geeft weer hoeveel je zou moeten verdienen om ieder jaar te kunnen leven, al je belasting en kosten te betalen en dit allemaal zonder schulden te hoeven maken.

Voorbeeld: als je persoonlijke uitgaven €17.000,- bedroegen, en je zakelijke kosten €10.000,- en de kosten voor belasting, verzekeringen en pensioen was €13.000,-, dan is het totaal: €40.000,- Dus heb je €40.000,- per jaar omzet nodig en heb je een levensvatbaar bedrijf.

5. bereken hoe veel uren je daadwerkelijk per jaar kunt factureren

Hoeveel uren denk je dat je aan je klanten kunt factureren? Houd daarbij goed in de gaten dat je nooit mag aannemen dat je ieder uur van de dag kunt declareren!

Het is erg verleidelijk om als volgt te denken: €50,- p.u. x 40 uur p.w. = € 2000,- per week

In werkelijkheid moet je ervan uitgaan dat tegenover ieder uur dat je werkt een niet declareerbaar uur staat. Denk daarbij aan reizen, werkzaamheden als boekhouding, acquisitie, klantenbinding, marketing en andere verplichtingen. En vergeet ook niet in te calculeren dat je ziek kunt worden, op vakantie gaat en er stille uren kunnen vallen.

6. deel uiteindelijk de kosten door de berekende uren

Als je bijvoorbeeld hebt becijferd dat je zou kunnen factureren:

(52 weken -/- 4 weken vakantie -/- 1 week ziekte x 5,5 dagen per week x 4 declarabele uren per dag = 47 x 5,5 x 4 = 1034 te factureren uren en je hebt €40.000,- aan kosten, dan is je break-even uurtarief: €40.000,- -/- 1034 uren is ongeveer €38,70 per uur.

Deze uitkomst is slechts het begin van je berekeningen om je uurtarief vast te stellen. In het volgende hoofdstuk kijken we naar andere factoren die de uitkomst kunnen beïnvloeden.

Het berekenen van een uurtarief

De kennis van jouw uurtarief als je 'quitte' speelt is de eerste stap die naar een uiteindelijk uurtarief zal leiden. Vanaf dit moment moet je ook rekening houden met nog een aantal andere factoren. Ofschoon de eerste berekening is gebaseerd op puur cijfermatige informatie, ligt de basis van de hiernavolgende informatie bij intuïtie, kennis van je branche en 'natte vinger werk':

1. winst

Zoals in de vorige sectie is besproken is er een uurtarief berekend dat uitgaat van een 'break even'. Maar dat is natuurlijk niet genoeg, je wilt ook winst maken. En als je wilt, is die winst bestemd voor zowel spaargeld, vakantiegeld als om een nieuwe auto te kopen.

Als je een berekening maakt op basis van €40.000,- + €15.000,- per jaar extra voor spaargeld, vakantiegeld en onvoorziene uitgaven, moet je het bedrag van je jaarlijkse kosten vermeerderen met het bedrag dat je wilt sparen en dat delen door je eerder berekende declarabele uren: €40.000,- + €15.000,- -/- 1034 uren = €53,20 per uur.

Dus als je €53,20 per uur en ook daadwerkelijk alle 1043 uren tegen dat tarief hebt gefactureerd, dan heb je dekking voor al je kosten plus dat je dan nog €15.000,- over hebt. Merk op dat bij deze berekening de belastingen niet zijn meegeteld.

Dit zijn slechts voorbeelden. De werkelijkheid kan anders uitvallen. Raadpleeg de belastingdienst of je accountant/boekhouder voor meer informatie.

2. vraag en aanbod

Als er naar jouw diensten veel vraag is, dan zou je kunnen overwegen om je tarieven te verhogen. Aan de andere kant, als er nauwelijks vraag naar is, moet je je tarieven verlagen in de hoop te kunnen concurreren.

Signalen dat de vraag hoog is zijn:

- je hebt teveel aanvragen van klanten
- andere freelancers uit je branche worden ook overstelpt met aanvragen
- je hoort dat het moeilijk is om iemand te vinden.

Signalen dat de vraag laag is zijn:

- je vindt maar moeilijk klanten
- er is een tekort aan klanten

- collega freelancers zoeken weer een baan.

3. marktconforme tarieven

Het is moeilijk om erachter te komen wat je collega's aan tarieven hanteren, want men loopt daar niet mee te koop. Om toch een indicatie te krijgen zou je iemand uit de branche en die je goed kent, kunnen polsen. Een andere mogelijkheid is om via fora deze vraag uit te zetten. Aangezien dat tamelijk anoniem is, krijg je wellicht antwoord. Ook de branchevereniging zou je aan deze informatie kunnen helpen. Probeer uit te vinden welke tarieven zowel door de wat grotere bedrijven in jouw vakgebied, als door je collega freelancer worden gehanteerd.

Hoe meer je weet over de tarieven en de diensten van andere freelancers op jouw vakgebied, des te beter weet je of er ook een plek voor jou op de markt is.

Speciaal als je een startende freelancer bent is het belangrijk dat je er achter komt wat de tarieven zijn die binnen het bedrijfsleven worden betaald. Want als jij €125,- per uur vraagt en een ander €55,- is de kans niet zo groot dat men jou de opdracht gunt.

Richt je daarbij op je directe omgeving of daar waar jouw tarieven concurrerend zijn. De tarieven in Amsterdam zullen niet hetzelfde zijn als in Drenthe of Overijssel en het is van belang dat ze marktconform zijn.

4. expertise van de freelancer

Ook bij freelancers kun je spreken van de verhouding tussen prijs en kwaliteit. Het is niet altijd evident dat bij hogere tarieven beter werk geleverd krijgt, maar ook niet als de tarieven lager zijn dan de kwaliteit navenant is.

Startende freelance ondernemers die nog geen gevulde portfolio hebben moeten hun bedrijf nog opbouwen en vaak met vallen en opstaan een bestaan opbouwen. Zij zullen vaak beginnen met een bescheiden uurtarief. Navenant zij al wat langer meedraaien, een behoorlijk klantenbestand hebben opgebouwd en zelfs kritischer kunnen kijken naar de klanten voor wie zij willen werken, ondervinden ze er geen problemen mee dat hun uurtarief een stuk hoger ligt. Door hun expertise kunnen ze bogen op een gevarieerdere orderportefeuille.

Belangrijk is dat je uurtarief in verhouding is met je expertise. Dat kun je voor jezelf 'meten' door te kijken naar bijvoorbeeld de tijd die je erover deed om een opdracht af te ronden; de mate waarin je het project moeilijk vond of niet; de mate waarop je met problemen om kunt gaan; het inschatten van de tijdsduur en het oplossend vermogen bij calamiteiten.

5. ervaring van de freelancer

Hoewel ervaring vaak samen gaat met expertise is het toch van een andere orde. Neem eens een getalenteerde fotograaf die veel ervaring heeft en daardoor ook een ruime klantenkennis heeft opgedaan. Hij is in staat om van te voren in te schatten dat er problemen zullen optreden (en dus in staat is om geld en tijd te besparen), en hij weet intuïtief wat succesvol zal zijn voor zijn klant. Die fotograaf kan dus met een gerust hart zijn tarieven afstemmen op basis van zijn ervaring.

Aan de andere kant kan het feit dat je goedkoop of duur bent helpen bij de toevloed van klanten. Als je net begint kun je alle klanten gebruiken en dan helpt het als je concurrerende tarieven hebt. Als je ervaren bent zul je waarschijnlijk meer prijs stellen op een kleiner dan op een groter klantenbestand en zal je hogere tarief er toe bijdragen dat er natuurlijke selectie wordt toegepast, omdat degenen die zich jouw tarieven niet kunnen veroorloven vanzelf wegblijven.

6. bedrijfsstrategie voor de freelancer

De strategie die jij kiest of jouw specifieke invalshoek maakt een geweldig verschil bij jouw tarifiering. Om een voorbeeld te noemen:

Denk aan het verschil tussen Chanel en Revlon. Ze maken beide verzorgingsproducten, maar toch vind je het heel normaal om meer voor het potje van Chanel te betalen dan voor de flacon van Revlon! Houd dat in gedachte als je je bedrijf promoot en gebruik het om duidelijk te krijgen of jouw tarieven laagdrempelig zijn, top-end of ergens daar tussenin.

Een manier om de prijsstrategie te bepalen is af te gaan op je gevoel wat je in rekening zou moeten brengen en het daarna gewoonweg verdubbelen. Een hoog tarief kan er voor zorgen dat klanten zich niet meer afvragen of het wel waar voor zijn geld is: er kan gewoon niets mis

zijn voor die prijs! Men gaat er namelijk van uit dat ze voor dit tarief ook het beste krijgen.

Een andere strategie kan zijn om vanaf het begin lage tarieven te vragen om meer opdrachten binnen te slepen. Hierdoor genereer je meer werk, repeterende opdrachten en niet geheel onbelangrijk, veel mond-tot-mond reclame. Klanten zijn er vaak op gebrand om te laten weten dat ze goed werk geleverd krijgen voor weinig geld.

De keerzijde van de medaille is dat je dan soms erg hard moet werken om de eindjes aan elkaar te knopen, maar dat hoeft alleen maar tijdelijk te zijn. Als je iedere keer dat je een succesvolle periode hebt gehad geleidelijk je tarieven verhoogt, totdat je er tevreden mee bent, kom je toch waar je wil zijn: veel werk tegen een redelijk tarief.

7. **je dienstverlening als freelancer**

Ook je dienstverlening maakt een behoorlijk verschil voor je prijsplaatje. Het maakt namelijk veel uit of je een freelancer bent die er alles aan doet om kwaliteit te leveren en het ook nog op tijd af heeft en of dat je permanent beschikbaar bent voor opdrachten of dat je zo min mogelijk communiceert om je kosten maar te kunnen drukken. In al deze gevallen is het verstandig om daar passende tarieven bij te hanteren.

8. **'the Max'**

Soms ben je je als freelancer niet bewust van je eigen waarde. Zelfs niet als je jouw ervaring, expertise en dienstverlening mee laat wegen, zul je jezelf toch wel eens tekort doen.

In een kapitalistische economie moet je factureren zoveel als de markt kan verdragen. Nogmaals het parfumvoorbeeld: een bedrijf als Chanel zal zijn parfums zo hoog mogelijk prijzen, omdat ze weten dat hun klanten er toch voor betalen. Als Chanel zou ontdekken dat klanten zelfs 10% meer zouden willen betalen, zullen ze het zeker niet nalaten!

Vertaalt naar jezelf en binnen het gangbare moet je ervan uitgaan dat je een dusdanig tarief hanteert dat je klanten niet wegjaagt. Als je merkt dat je klanten er geen moeite mee hebben om 3 maal jouw breakeven tarief te betalen, waarom zou je het dan niet vragen? Dat heeft niets te maken met hebberig zijn, maar alles met het leveren van extra service aan klanten die je werk waarderen.

Het zal er op neer komen dat je dit met vallen en opstaan zult gaan ervaren en dat je als je overdrijft potentiële klanten zult verliezen. Verhoog dus je tarieven geleidelijk en met kleine stappen.

Geleidelijke verhoging van je tarieven

Na verloop van tijd zul je je tarieven willen of moeten aanpassen. Dat kan zijn omdat je positie, je expertise of je dienstverlening is veranderd, of omdat het een deel is van je strategie. Wat de reden ook is, denk er aan om die verhoging toe te passen met beleid.

Meestal zijn tariefaanpassingen verhogingen en je zult er misschien bepaalde klanten door verliezen. Tenzij je het slim aanpakt: laat je klanten zo'n 3 maanden van te voren weten dat je de prijzen verhoogt. Dit geeft hen de gelegenheid om alvast aan het idee te wennen, of ze kunnen bijtijds een ander zoeken als ze er ongelukkig mee zijn omdat ze de verhoogde tarieven niet kunnen accepteren. Je hogere tarieven kun je natuurlijk meteen aan splinternieuwe klanten presenteren.

Dat zou wel kunnen inhouden dat je uiteindelijk met meerdere tarieven calculeert: voor oude klanten, de huidige en de nieuwe!

Uiteraard is de beste manier om je tarieven te verhogen dit op geleidelijke basis te doen. Was je eerdere tarief €45,- per uur, dan moet je natuurlijk niet ineens €125,- vragen. Als je die verhoging toch doorzet kunnen er 2 dingen gebeuren:

- besluit je van €45,- naar €125,- te gaan, dan zou het wel eens kunnen gebeuren dat je zomaar een geheel nieuw klantenbestand aanboort die €125,- willen betalen. Dit biedt perspectieven omdat je je dan op een nieuwe doelgroep kunt richten. Of:
- verhoog je tarieven geleidelijk gedurende de loop van een jaar met telkens een bepaald percentage, zodat je uiteindelijk ook bij die €125,- uitkomt. Het is een bekend feit dat bij iedere tariefsverhoging klanten weglopen, dus bedenk goed of je kwaliteit deze verhoging kan

waarmaken. Het duurt wat langer voor je op die gewenste €125,- zit, maar de kans is groter dat je zo je oude klanten behoudt.

Tarieven per uur of per opdracht?

Tot nu toe hebben we het gehad over het vinden van jouw juiste tarieven. De dagelijkse gang van zaken is dat je een offerte maakt en na afloop van het project een rekening stuurt. Hoe kom je nou tot de berekening van een offerte?

Het berekenen van de tijd die je nodig denkt te hebben voor het project

Als eerste moet je natuurlijk zien te achterhalen hoeveel tijd je in eerste instantie nodig zult hebben voor de opdracht. Als je dat weet kun je die uitkomst vermenigvuldigen met je uurprijs.

Zoals later besproken wordt in hoofdstuk 8, paragraaf **Grote** projecten hebben we gezien dat het veel voordelen heeft om een project in kleinere trajecten op te delen. Een bijkomend voordeel is tevens dat het makkelijker wordt om er daaropvolgend ook een tijdschema aan te koppelen. Dat draagt er weer aan bij dat je het overzicht en de focus houdt op de haalbaarheid van ieder meetpunt.

Kosten doorberekenen

Het is in het bedrijfsleven heel gebruikelijk dat je kosten maakt terwijl je aan een project van je opdrachtgever werkt. Dat kunnen o.a. kosten zijn zoals printwerk, hosting, opslag, koeriers en het moeten inhuren van andere freelancers. Let daarbij op de volgende zaken:

- **declareer al je kosten tenzij het gaat om zeer kleine bedragen**

Het is geen goed idee om je klant te laten wennen aan het feit dat hij voor bepaalde zaken niets hoeft te betalen, want hij kan al snel denken dat dat voortaan altijd zo zal zijn. Op den duur kan een klein item zelfs een groot hangijzer worden en zijn beide partijen niet echt blij met de situatie. Zorg er daarom voor dat je elke uitgave documenteert en ook betaalt. Ook als je denkt kosten te moeten maken, maar dat nog niet precies kunt aangeven, neem ze dan toch alvast op als 'voorziene uitgaven' in je kostenraming. Het is verstandiger om iets door te berekenen dat je wellicht niet hebt uitgegeven dan andersom. Tenslotte kun je je klant altijd minder factureren dan je had voorzien.

- **verhoog je kosten van derden met een standaard percentage**

Als je als freelancer gemaakte kosten doorberekend aan je klant is een standaard verhoging van 25% heel gebruikelijk. Dit is ook erg verstandig omdat je ook onkosten maakt die 'tijd' kosten, zoals bij bijvoorbeeld een koerier bellen, het zoeken naar een provider, onderhandelen met een onderaannemer etc. Door een vast percentage bovenop je vaste kosten te zetten kun je dit soort werkzaamheden ook kostendekkend maken.

Het kan zelfs voorkomen dat je in een aantal gevallen een nog hoger percentage moet doorberekenen. Een voorbeeld: als je slechts een klein bedrag aan gemaakte printkosten doorberekent, zal die 25% die je daarvoor extra rekende niet werkelijk kostendekkend zijn met betrekking tot de tijd die je daaraan gespendeerd hebt.

In andere gevallen, waarbij je gemaakte kosten voor je project op voorhand moet voorfinancieren, loop je altijd een zeker risico. Hier moet je zeker overwegen om zo'n risico ook met een hoger percentage te compenseren.

- **laat je opdrachtgever grotere facturen van onderaannemers zelf betalen**

Ook al lijkt het verleidelijk om die 25% in alle gevallen door te berekenen en redeneren: 'lekker snel verdiend', toch neem je een groot risico.

Als je grote bedragen moet 'voorschieten' voor bijvoorbeeld noodzakelijk drukwerk voor je klant en er gaat onverhoopt wat mis, dan kan je dat de kop kosten.

Stel dat er uiteindelijk toch zaken misgaan, of je opdrachtgever is niet tevreden over het

eindresultaat, dan zit je helemaal vast, want hoe kun je in hemelsnaam de kosten dragen voor een herdruk? Daarom zou je in dat soort gevallen kunnen overwegen om je opdrachtgever rechtstreeks de factuur te laten betalen, omdat je het risico doorschuift.

Tenzij je bijzonder ervaren bent, of een hoop geld achter de hand hebt voor dit soort calamiteiten, neem liever niet zelf zulke risico's. Vertel je klant liever dat je zo'n groot bedrag niet kunt voorfinancieren en dat je zult regelen dat de leverancier rechtstreeks zal factureren.

- **neem je opdrachtgever 'onder de loep'**

Je moet ook bijtijds je opdrachtgever beoordelen: heeft hij bijzondere wensen; is het een risicovolle opdracht; zal hij snel of langzaam betalen; is er voor deze job veel administratief werk nodig; wil hij veel telefonisch- en persoonlijk overleg, etc.

Op basis van deze bevindingen moet je je afvragen of jouw berekening van de basiskosten voor dit project, wel passen bij deze klant. Wellicht is het in dit geval verstandig om je kosten op een andere manier te berekenen.

Een andere manier om naar een toekomstige freelance opdracht te kijken is om eens te overwegen hoeveel zin je in deze klus hebt en hoeveel tijd je werkelijk in dit project wilt investeren. Als je al veel werk hebt en deze opdracht is wel leuk maar kan je toch niet volledig boeien, zou je kunnen overwegen om ter 'compensatie' de offerteprijs te verhogen.

Anderzijds: als het een 'makkelijke' klant is; er gegarandeerd vervolgoopdrachten uit voortkomen; hij graag bij je om advies komt; een opdracht heeft die je graag zou willen hebben en die je uitdaagt, kun je ervoor kiezen om juist de prijzen te verlagen.

Omdat je uiteraard nooit van te voren weet, zeker als het een nieuwe klant betreft, hoe je het moet inschatten en precies kunt bepalen hoe het gaat lopen, zal het ook wel eens verkeerd kunnen uitpakken en zit je eraan.

Als je twijfels hebt wat te doen, blijf dan aan de veilige kant, zodat je achteraf geen spijt hebt dat je te weinig hebt berekend. De praktijk zal je leren dat je tijdens de voortgang van je opdracht ook kunt hebben vergist.

Motivering van je tarieven

Ben je er uit wat betreft je tarifiering, dan moet je dat ook nog aan je klant 'verkopen'.

In het algemeen zijn er twee manieren: je gaat uit van een offerte op basis van een raming met nacalculatie of je gaat meteen uit van een vast bedrag voor het hele project.

Te hoge of te lage tarieven

De ene keer merk je dat je te goedkoop was, de andere keer was je offerte te hoog. Hoe voorkom je nu dat je er stelselmatig 'naast' zit? We nemen de beide gevallen eens onder de loep:

- **te goedkoop**

Zolang je kosten de opbrengsten niet overstijgen en je zelfs een kleine winst hebt behaald is goedkoop zijn geen echt probleem. Het is wel jammer, want je had meer geld kunnen verdienen! Hoe kom je erachter dat je te goedkoop bent? Als je dat aan je klanten merkt! Soms doen ze dat op een lacherige manier, of pas naderhand, als je de klus afgerond hebt, maar vaak laten ze je gewoon weten dat je goedkoop bent.

Een andere reden dat je te lage tarieven hanteert is omdat je jezelf nog steeds onderschat of je de opdracht wel echt aankan en daarom te goedkoop bent, ofwel omdat je verkeerd hebt ingeschat hoeveel uren er mee gemoeid waren en je offerte te laag was in relatie tot het werk. Betrap je jezelf vaker hierop, probeer er dan achter te komen waar je precies de fout ingaat en zorg er voor dat volgende offertes beter bij de werkelijkheid passen. Ook al kun je er niet altijd de vinger achterkrijgen waar het aan ligt, reken in het vervolg gewoon een bepaald percentage meer dan je denkt dat het zou moeten kosten.

- **te duur**

te hoge tarieven hanteren is verontrustender dan te lage. Zeker als je op den duur daardoor toekomstige opdrachten misloopt en ook goede referenties achterwege blijven.

Een overweging die je dan moet maken is of het alleen een kwestie is van 'te duur' zijn, of dat het ook te maken heeft met het feit dat je (nog) niet goed genoeg bent voor deze tarifiering. Denk aan prijs/kwaliteitsverhoudingen!

Als blijkt dat ook het adverteren in verschillende media als De Gouden Gids, of het via internet gevonden worden met Google Adwords niet meer opdrachten oplevert, dan blijft er maar een conclusie over: jouw tarieven zijn gewoon te hoog!

Als het niet mogelijk is om je tarieven te reduceren, zonder dat dit je overlevingskansen aantast, moet je gaan bekijken waar je op kunt bezuinigen en of je misschien meer uren kunt werken tegen weliswaar een lager tarief, maar met voldoende inkomsten. Intussen zorgt je extra ervaring ervoor dat je je expertise vergroot en kun je op termijn je tarieven weer verhogen.

Hoe duur je bent is ook afhankelijk van de huidige economie. Als er in jouw beroepsgroep of regio een terugloop is in werkgelegenheid, of als je te maken hebt met extra veel concurrentie, zal dat ook zijn effect op jouw overlevingskansen hebben. Een overweging kan zijn om te verhuizen of om je doelgroep te wijzigen.

Hoe het ook zij, je zult er niet aan ontkomen om je tarieven te verlagen als blijkt dat je te duur bent. Het zal best moeilijk zijn om de juiste balans te vinden tussen meer opdrachten tegen een lager tarief en waarvan je maar net kunt leven of prijzen hanteren waarmee je op zich goed kunt rondkomen maar toch onvoldoende opdrachten krijgen.

Een alternatief zou nog kunnen zijn dat je met je klanten onderhandelt. Als ze je offerte niet aanvaarden op basis van je prijsstelling, kun je hen voorstellen dat je wel akkoord kunt gaan met een iets lager tarief. Dit levert wel het risico op dat je klant je onder druk probeert te zetten om voor een nog lagere prijs te leveren!

Optimale tariefstelling

Een andere methode om te ontdekken of je te goedkoop of te duur bent is om per nieuwe gelegenheid je offerte de ene keer een bepaald percentage, zeg uiterlijk 20%, hoger te maken en de andere keer 20% lager.

Je zult na een aantal projecten proefondervindelijk merken in welke relatie jouw tarief staat ten opzichte van de bedrijven die met je in zee willen gaan. Vergelijk hoe vaak je scoort bij beide tarieven en overweeg of het profijtlijk is om de hoge tarieven te blijven hanteren als je daar maar 10% scoort, terwijl je 60% scoort met de lage tarieven. Het alternatief kan ook zijn dat je met je tarieven ergens in het midden gaat zitten. Als de verhouding echter op 50% bij de hoge offertes ligt, en op 100% bij de offertes met de lagere tarieven, dan is je huidige (hoge) tarief waarschijnlijk het juiste.

Een goede leidraad om te weten of je te goedkoop bent is je score tellen bij de uitgezette offertes. Als iedere offerte een positieve uitkomst geeft, kun je er wel van uitgaan dat het een signaal is dat je te goedkoop bent. Vergelijkenderwijs kun je stellen dat je op zijn minst een derde van de uitgezette offertes moet kunnen binnenhalen, anders ben je waarschijnlijk te duur. Dit zijn echter geen wetmatigheden, houdt het wel in gedachten als je aan de gang gaat met jouw optimale tarieven.

Hulpmiddel: tijdschrijven

Een uitstekend hulpmiddel bij het bepalen van je tarieven is om je uren bij te houden. Behalve het geduldige papier, zijn er ook applicaties te koop die de (delen van) uren voor je bijhouden.

Door bij iedere opdracht alle **declarabele** en **niet-declarabele** uren in kaart te brengen en ze ook nog eens kritisch onder ogen te nemen, zul je zien of jouw offertes wel of niet kloppen met de praktijk.

Op sommige gebieden zul je merken dat je systematisch te hoog of te laag zat met je inschatting van tijd, dus van geld en helpt dat je om dit bij te stellen bij toekomstige opdrachten.

Juist het in kaart brengen van de niet direct productieve tijd die is gespendeerd aan een project, draagt ertoe bij dat je beter inzicht krijgt in wat je precies wel of niet bij je opdrachtgever kunt/mag declareren. Zorg ervoor dat je consequent alle minuten die je aan een project besteedt vastlegt, want dat helpt je om je uurtarief te bepalen. Veel applicaties om tijd te schrijven bieden de mogelijkheid om de begin- en eindtijd van je bezigheid vast te leggen en kun je op de minuut nauwkeurig bijhouden hoeveel tijd je er aan kwijt bent.

Zie ook bij hoofdstuk 8 de paragraaf
Inschatting van tijdschema
 voor meer informatie .

De offerte

Wat is een offerte eigenlijk? Wikipedia zegt er het volgende over:

Een **offerte** is een formele [aanbieding](#) van werkzaamheden. Een offerte wordt over het algemeen opgesteld op verzoek van een potentiële [klant](#) van een [bedrijf](#). Een offerte kan gaan over een [dienst](#) (bijv. de bouw van een [woning](#), een bepaald [onderzoek](#), of een [reparatie](#)) of over een [product](#) (bijv. de aanschaf van een [computer](#) of een [verzekering](#)).

Veel potentiële klanten zullen offertes aan meerdere [bedrijven](#) vragen, om deze te kunnen vergelijken. Daarvoor is het noodzakelijk een eenduidige offertevraag op te stellen.

Een offerte dient te bevatten:

- Een beschrijving van de werkzaamheden of het geleverde [product](#)
- Een [prijs](#). Dit kan een vaste prijs zijn, maar ook één op [nacalculatie](#), de prijzen worden geraamd (ook wel 'uurtje factuurtje' genoemd). De prijs kan ook een aantal [stelposten](#) bevatten en dient te zijn aangegeven of deze incl. of excl. [btw](#) is.
- Eventuele van toepassing zijnde [kortingen](#)
- Een [planning](#) van de werkzaamheden, met daarin aangegeven onder welke voorwaarden de planning gehaald wordt, bijvoorbeeld tijdige opdrachtverlening.
- De geldigheidsdatum, dat wil zeggen tot wanneer de offerte geldig is
- Voorwaarden. Er kan worden verwezen naar [algemene voorwaarden](#), of voorwaarden van organisaties. Ingenieursbureaus gebruiken bijv. vaak de voorwaarden van de [ONRI](#)
- Een geldige ondertekening. In Nederland moeten offertes worden ondertekend door een [procuratiehouder](#) van het [bedrijf](#), hetgeen te controleren is bij de [Kamer van Koophandel](#).

Voor complexe en dientengevolge vaak dure producten en/of diensten wordt de eigenlijke offerte aangevuld met een [zakelijk voorstel](#).

Detailleren

Je offerte zal overzichtelijker zijn als je hem opdeelt in de verschillende onderdelen van het toekomstige project. Dit maakt het ook makkelijker om het totale tarief voor het project vast te stellen omdat het in kleinere trajecten is opgedeeld en het wordt inzichtelijker voor je klant.

Soms zal het je gebeuren dat je hele voortgangsschema niet meer klopt. Dat kan komen door onvoorziene omstandigheden, verkeerde inschatting en soms ook door het verlies aan overzicht van de verschillende trajecten. Door een gedetailleerde offerte te maken kun je weer makkelijk terug naar de essentie en kun je je opnieuw focussen op het project. Zo wordt snel duidelijk waar en wanneer je bent afgedwaald en kun je voorkomen dat je werk doet waarvoor je niet geoffreerd hebt.

Voor voorbeelden hoe een goede offerte eruit zien klik op '[De offerte](#)'.

De verschillen

Bij een offerte op basis van **nacalculatie** kun je je klant nog niet exact opgeven wat het hem

uiteindelijk kost. Ramingen geven geen garantie over de prijs, ze geven alleen maar aan dat de eindsom ongeveer in die hoogte zal liggen, mits er geen ernstige wijzigingen zullen plaatsvinden. Bij een offerte op basis van een afgesproken vaste prijs gaat de klant ervan uit dat het werk gedaan wordt voor het bedrag van je offerte.

De meeste opdrachtgevers zullen er de voorkeur aan geven om met een vast tarief te werken, omdat een offerte op basis van nacalculatie geen zekerheid biedt over de uiteindelijke kosten en het project daardoor veel duurder zou kunnen uitvallen.

Voor de freelancer kan werken met nacalculatie voordeliger zijn omdat er betaald wordt voor al het geleverde werk, ook al stond dat niet in de offerte, maar dat gaat meestal alleen maar op als het gaat om projecten met een open eind of als de freelancer op dat gebied een betrouwbare reputatie heeft. Om je toekomstige klanten over te halen om akkoord te gaan met deze vorm van offerte maken, moet je hen de garantie kunnen geven dat een eventuele overschrijding van de kosten nooit meer zal bedragen dan, zeg maar, 10% of 20%.

Hoe ziet een vaste offerte er uit?

De offerte is een document waarin uitgebreid alle zakelijke details aan de orde komen over het project en de kosten. Ook kun je hierin je algemene voorwaarden opnemen en je [betalingsvoorwaarden](#).

Voor je eigen administratie is het aanbevelenswaard om iedere offerte vast te leggen onder een uniek nummer, om het later makkelijk te kunnen terugvinden.

Als je niet zeker bent hoe een correcte offerte eruit ziet in jouw branche, aarzel dan niet om iemand uit de branche om advies te vragen. Als dat om de een of andere reden niet mogelijk is, vraag dan bij een soortgelijk bedrijf als jij hebt een offerte aan en neem dat als leidraad.

Offertes worden vaak digitaal aangeleverd als Word- of Excel-document of als PDF, maar je kunt er natuurlijk ook voor kiezen om een papieren offerte op te sturen of bij je klant af te geven.

Marketing

De referenties van je klanten zijn natuurlijk een geweldige marketingtool, maar je wilt meer klanten, dus moet je ervoor zorgen dat zij weten dat jij een antwoord bent op hun vragen.

Veel ondernemers vinden hun eerste klant door (persoonlijk contact met) vrienden, kennissen en familie. Of te wel: door te netwerken. Dit persoonlijke netwerk is bij aanvang belangrijk om klanten te krijgen. Daarnaast moet je je beraden op welke manieren je nieuwe klanten vindt en hoe daardoor nieuwe klanten jou als freelancer vinden.

Er zijn verschillende 'tools' (om in het jargon te blijven) om de markt te 'bewerken' en dat noemt men [marketing](#).

Positionering

De eerste stap in succesvolle marketing is om voor jezelf te bepalen wat jouw doelgroep is. Als je weet wie jouw 'publiek' is, kun je doelgericht en met de juiste promotieacties aan de slag gaan.

Belangrijk is om te weten wat voor soort klanten je wilt bereiken. Richt je je op kleine klanten of juist op hele grote? Zijn er specifieke branches die je op het oog hebt of moeten ze aan bepaalde voorwaarden voldoen?

Het is erg belangrijk als je dat helder voor ogen hebt, want dat maakt de kans van slagen groter dan dat je met 'losse flodders' op ieder bedrijf 'schiet'.

Als hulp bij het bepalen van je doelgroep moet je over de volgende dingen nadenken:

- heb je specifiek ervaring, stijl van werken of vaardigheden die bij een bepaald type bedrijf passen?
- is er een gat in de markt waar jij met jouw diensten of producten precies in past?
- zijn er bepaalde bedrijven of projecten die uitzonderlijk goed betalen?
- zijn er bepaalde projecten die je erg veel voldoening zullen geven?
- heb je al bepaalde contacten waardoor het makkelijker is om daar 'binnen te komen'?

Je zult ondervinden dat er op basis van bovenstaande criteria een aantal bedrijven of projecten voor jou in aanmerking komen. De kunst is om het al te grote aanbod te herleiden tot een doelgroep waar je de grootste kans maakt dat je diensten als freelancer aangenomen worden.

Ook zul je op termijn ervaren dat je als freelancer ongemerkt een doelgroep hebt gevonden waarnaar je in eerste instantie niet naar op zoek was, dit noemen ze ['niche'](#).

Een voorbeeld: je hebt een klant in een bepaalde branche en plotseling krijg je steeds meer klanten in diezelfde branche. Uiteindelijk blijkt dat bijna al je klanten uit die bepaalde hoek komen. Is dat erg?

Als je je werk met plezier doet en men is ook tevreden over je werk, waarom zou je je dan druk maken dat je geen andere klanten hebt! Zie het als een teken dat je je werk klaarblijkelijk zo goed doet, dat ze je diensten allemaal willen inhuren. Groot voordeel is dat je op gegeven moment gezien wordt als 'De Expert' in die bepaalde branche. Geweldig toch?

Als je eenmaal jouw doelgroep hebt gedefinieerd, kun je je richten op hoe je deze doelgroep kunt bereiken en bewerken. Hieronder wat voorbeelden hoe je kunt focussen op jouw doelgroep:

- **pas per klant je 'werkportefeuille' aan**
Net zoals je bij je vroegere sollicitaties je CV al per bedrijf aanpaste om zo optimaal mogelijk de gevraagde ervaring te benadrukken en je daarom alles wat overbodige was weg liet, kun je dat als freelancer ook bij je acquisitie toepassen. Je bepaalt dus van te voren welke van jouw 'skills' het beste passen bij een bepaald bedrijf of beroepsgroep. Met andere woorden: je vermeld alleen die 'highlights' die relevant zijn bij deze klant.
- **maak je '(elevator) pitch' op maat per klant**
Wanneer je een eerste gesprek hebt bij een klant, of men heeft je gevraagd om jezelf eerst per e-mail voor te stellen, of je loopt op een netwerkbijeenkomst een potentiële klant tegen het lijf, dan wil je je bedrijf, werk en ervaring als freelancer natuurlijk graag promoten. Het is erg belangrijk dat je zo'n 'pitch' per gelegenheid en klant perfectioneert zodat je hem of haar die informatie verstrekt, die het beste aansluit bij dit type klant.

Omdat je allerlei niet relevante informatie weglaat krijgt de klant alleen die zaken te horen die voor hem belangrijk zijn. Voorbeeld: als je merkt dat de tarieven voor deze klant erg belangrijk zijn dan benadruk je in het gesprek dat jouw diensten waar voor het geld opleveren; als je merkt dat de klant grote waarde hecht aan het volgen van trends, dan laat je hem weten dat je het zelf belangrijk vindt dat je van alle nieuwe trends en mode op de hoogte blijft.
- **pas je manier van spreken en van kleden aan**
Je kunt je voorstellen dat je met een klant niet spreekt alsof je met een goede vriend of vriendin in de kroeg bent en weet ook dat je zeker niet overal in je jeans aan kunt komen zetten. Maar hoe moet het dan wel?
Verdiep je in de cultuur van het bedrijf waar je op gesprek gaat en vindt uit hoe de dresscode daar is. Over het algemeen hebben grotere gevestigde bedrijven een professionele, zakelijke kledingstijl. Bij informelere bedrijven zoals een trendy kleding merk kun je je beter ook trendy kleden en wat 'losser' spreken.

Opmerking:

Onder het hoofdstuk **Maak van jezelf een merk** spraken we er al over dat een goede reputatie op jouw vakgebied belangrijk is. Belangrijk, omdat dit een grote rol speelt in jouw positionering in de markt. Deze reputatie kan echter ook in je nadeel werken omdat je bekend bent om bepaald werk dat je doet, maar je in de weg zit als je binnen je vakgebied toch ook andere dingen wilt aanpakken.

Een voorbeeld:

Als freelancer heb je een reputatie opgebouwd als ervaren tekstschrijver voor een magazine over zeiljachten. Jij zou graag ook schrijven voor een glossy die graag en veel artikelen plaatst over mode en sieraden, je weet dat je het kunt, maar toch krijg je geen poot aan de grond vanwege je expertise met zeiljachten. Of je schrijft voor een tijdschrift voor heavymetal muziek en je wilt heel graag die brochure schrijven voor die bank...

Marketingcyclus

Om te bepalen welke marketing strategieën daadwerkelijk succesvol zijn is moeilijk te definiëren. Daarom kan het gebruik van de 3 stappen Planning, Actie en Evaluatie zinvol zijn.

Stap 1: planning

- **Doelgroep**
Wat is je doelgroep als freelancer? Wie zijn de klanten waar je je op richt? Besteed tijd om te onderzoeken welke doelgroep dat is en wat de wensen van de klanten zijn, via welke media je hen het beste bereikt en wat de concurrenten doen om te krijgen wat zij nodig hebben.
- **Maak een actieplan**
Hoe kun je jouw doelgroep bereiken? Ga na welke contacten je al hebt, welke strategieën jouw doelgroep zullen aanspreken en welke methodes je kunt gebruiken. Maak een lijst met alle zaken die je wilt doen.
- **Tijdschema**
Wanneer ga je iedere strategie daadwerkelijk effectueren? Werk dit uit en zet dit in een tijdschema.
- **Marketing doelen**
Stel meetbare doelen vast voor je marketingplan. Je voornaamste doel is weliswaar meer opdrachten krijgen, maar het is zeer essentieel dat je dat omschrijft als specifieke, meetbare doelen. Een meetbaar doel kun je omschrijven als 'Maak contact met 6 nieuwe prospects', terwijl de omschrijving 'Ik wil meer opdrachten' te vaag is en niet tot daadwerkelijk resultaat zal leiden. Plan slechts een paar uit te voeren doelen in, omdat je dan bij positief resultaat meteen kunt herleiden tot een specifieke strategie.

Het is belangrijk om specifieke, meetbare doelen te definiëren, zodat je kunt overzien of dat wat je in je schema hebt uitgezet ook inderdaad bereikt hebt.

Stap 2: actie

Als je eenmaal al je doelen hebt ingepland dan is het tijd om ze ook uit te voeren! Het beste is om iedere week tijd vrij te houden om je te focussen op je marketingstrategie. Klanten lijken misschien wel belangrijker, maar als je hiervoor geen tijd vrij maakt, ook al komt er altijd wel iets dringends tussen, dan komt er niets van terecht. Dit is wel werk waar je later de vruchten van kunt plukken! Het levert je klanten op die je bedrijf gezond kunnen houden en waar je de komende maanden financieel van kunt profiteren.

Stap 3: evaluatie

Het is erg belangrijk om je plan van actie te evalueren nadat je het in werking hebt gezet, omdat je op deze manier het succes kunt meten en kunt leren van je fouten. Was het wel de juiste doelgroep? Heb je ze wel op de best mogelijke wijze benaderd? Heb je je doelen bereikt? Kan deze aanpak ook voor andere doelgroepen gebruikt worden? Of voor een groter netwerk of voor andere toepassingen? Wat zou je de volgende keer anders doen of verbeteren?

Gebruik deze nieuwe kennis en begin opnieuw. Schrijf een nieuw plan, gebruikmakend van de inzichten die je in de eerste cyclus hebt opgedaan.

Cycli

Jij bent degene die bepaalt hoe lang iedere cyclus duurt. Als je wanhopig behoefte hebt aan opdrachten, zullen ze veel korter zijn, frequenter en zullen ze iedere week meer tijd en energie vreten. Als je een comfortabel aantal lopende opdrachten hebt en er nog een aantal in de 'pijplijn' hebt zitten, dan zou je 2 tot drie maanden nodig hebben voor iedere cyclus. Als je een hoge werkdruk hebt zou je een cyclus kunnen uitsmeren over 6 maanden.

Aanbevolen is om die periode niet langer dan 6 maanden te laten duren, tenminste als je het zicht op de situatie niet wilt verliezen. Als je het idee hebt dat het niet mogelijk is om alles wat je gepland hebt in deze periode af te werken, dan is een optie om voortaan het aantal doelen per cyclus te minderen. Het is beter om een kortere cyclus te hebben met verschillende strategieën, dan een lange cyclus met

veel doelen. Een kortere cyclus kan je helpen om beter inzicht te krijgen in wat voor jou werkt en wat langzaam en moeilijk werkt.

Netwerken is belangrijk

Als freelancer moet je altijd in de startblokken staan om je bedrijf en jezelf te promoten. Je weet namelijk nooit wanneer je iemand tegenkomt die een geschikte klant is, of die iemand weet die het zou kunnen zijn. Of het nu op een feestje is, tijdens een netwerkbijeenkomst of in het plaatselijke café, je moet altijd er klaar voor zijn om iemand over je bedrijf als freelancer te vertellen.

Visitekaartjes

Voor de freelancer zijn visitekaartjes onontbeerlijk. Let er op dat je kaartjes hebt die:

- duidelijk te lezen zijn in een Rolodex of een map voor visitekaartjes;
- alle relevante gegevens van jou en je bedrijf bevatten:
- goed zijn ontworpen:
- een gangbaar formaat hebben die in de meeste visitekaarthouders passen:
- er altijd netjes uitzien, zonder vlekken of ezelsoren.

Een visitekaartje overhandigen hoort bij de dagelijkse praktijk van zakelijke ontmoetingen, bij netwerkbijeenkomsten of anderszins bij elk professionele gelegenheid.

TIP:

Sta er bij stil dat een visitekaartje een geheugensteuntje is voor de andere partij. Zelfs al vergeten ze na een poosje wellicht wie je bent, ze dragen het wel bij zich en komen het op een gegeven moment wel weer in hun zak of kaarthouder tegen. Beschouw daarom je visitekaartje als jouw **ambassadeur**!

Freelance opdrachten

Acquisitie

Acquisitie is het actief vinden en binnenhalen van klanten. Een klant moet weten dat je bestaat en jouw bedrijf, product of dienst kunnen vinden. Soms gebeurt dat automatisch, bijvoorbeeld door mond-tot-mond reclame of omdat je veel netwerkt. Vaak zul je je toekomstige klanten echter zelf moeten benaderen. Je kunt er een dagtaak aan hebben om nieuwe klanten te vinden en daarom is het heel belangrijk dat je deze vaardigheden goed ontwikkelt. Belangrijk is je om je te onderscheiden en te beseffen dat een opdracht je vaak gegund wordt en dat werkt alleen als je persoonlijke contacten legt.

Wat kun je bij acquisitie inzetten:

- je kunt via vrienden en familie laten weten dat je beschikbaar bent voor nieuwe opdrachten;
- stuur al je relaties een e-mail dat je beschikbaar bent;
- vraag je tevreden klanten om [Referenties](#);
- bied aan nieuwe klanten een vrijblijvend advies aan;
- bied nieuwe klanten een speciaal eenmalig tarief aan;
- blijf in contact met zowel oude als nieuwe klanten;
- stuur een nieuwsbrief met je laatste successen;
- zet in iedere uitgaande e-mail je 'handtekening' en uiteraard je website;
- bezoek allerlei bedrijfsevents, congressen en seminars binnen je branche;
- doe af en toe 'pro Deo' werkzaamheden voor liefdadigheidsinstellingen met een zakelijk tintje;
- benader oud-collega's en laat weten wat je doet;
- oefen je **'elevator pitch'**;
- meld je aan bij [LinkedIn](#) en de voor jou relevante groepen;
- houd regelmatig een blog bij op [Twitter](#);
- zorg voor belettering op je auto;
- denk aan [Google Adwords](#);
- overweeg de [Gouden Gids](#) op internet;
- denk aan een opvallend relatiegeschenk.

De 'elevator pitch'

Als je bijvoorbeeld op een netwerkbijeenkomst, een seminar of congres met mensen in contact komt, wil je natuurlijk graag over je bedrijf en wat je precies doet vertellen. Er lopen echter veel mensen rond die allemaal willen kennismaken met andere mensen en de meesten hebben geen tijd om met iedereen een gesprek aan te gaan, laat staan om veel geduld te hebben om lange verhalen aan te horen, zelfs al zijn ze in je geïnteresseerd.

De kunst is nu om een dusdanig pakkende en korte [presentatie](#) voor te bereiden die bij wijze van spreken zou kunnen houden in de tijd dat je met iemand in de lift zou staan.

Waarom is zo'n elevator pitch voorbereiden belangrijk?

Omdat je er op voorbereid moet zijn dat je op het moment dat je een directeur, met wie je erg graag zaken zou willen doen tegen het lijf loopt, je dan niet met een mond vol tanden staat en je de kans voorbij ziet gaan om hem voor jouw bedrijf te interesseren. Als je hem niet kunt boeien met een vlot en coherent betoog, zal zijn aandacht snel afgeleid zijn en op zoek gaan naar een andere gesprekspartner.

Hoe doe je het?

Om meteen de aandacht van je gesprekspartner te trekken open je het gesprek met een opvallende beginzin. Voorbeelden:

- wist u dat er tekstpolitie bestaat die binnen uw bedrijf let op de puntjes op uw i? (iemand die redigeert en corrigeert)

- wist u dat kunst op de werkvloer het personeel motiveert? (iemand die kunst uitleent aan bedrijven)
- heeft u al eens gedacht aan op uw bedrijf geïnspireerde relatiegeschenken? (glaskunstenaar)

De rest van je betoog moet enthousiast en overtuigend klinken, terwijl je vertelt wie je bent, wat je doet, je beweegredenen, je specialiteit en toegevoegde waarde, waarvan je overtuigd bent dat die precies aansluiten bij het bedrijf van je gesprekspartner. Luister goed naar de reacties en speel daarop in.

Voordat je zo'n elevator pitch kunt afsteken moet je wel weten wie je [zelf](#) bent, wat je doelen zijn, hoe je die wilt bereiken en wat je sterke punten zijn. Verstandig is om dat eerst eens op papier te zetten, eventueel in verschillende versies, zodat je jouw pitch kunt perfectioneren. Lees het eens hardop voor met je horloge ernaast en probeer het binnen de minuut te houden.

Waar je zeker over na moet denken:

- opleiding
- werkervaring
- specialiteiten
- succesvolle opdrachten
- aanpak
- doelen
- motivatie
- toegevoegde waarde.

Extra informatie:

- [How to pitch an idea](#) – artikel over het maken van een 'pitch'.
- [Elevator pitch voor freelancers](#) – leer inschatten met wie je praat en of het een potentiële klant zou kunnen zijn.
- [Jezelf verkopen](#): de beste 'elevator pitch'

Freelance vacatures

Andere mogelijkheden om nieuwe klanten te vinden

Een manier om klanten te laten weten dat jij beschikbaar bent met jouw diensten of producten is om gebruik te maken van sites waar je na aanmelding gratis je bedrijf kunt profileren. Er is de mogelijkheid om een CV op te nemen, je persoonlijk voor te stellen en uiteraard te verwijzen naar je website. Bij aanmelding geef je aan in welke vakgebieden je diensten wilt aanbieden en word je op basis van die criteria per e-mail op de hoogte gebracht van een eventuele opdracht. Om als eerste op een vacature te kunnen reageren en dus een offerte uit te kunnen brengen, kun je tegen betaling van vaak een redelijke vergoeding dit privilege verkrijgen.

Verschillende opdrachtgevers zetten regelmatig hun freelance vacatures op deze sites, omdat ook zij de beschikking willen hebben over een groot aanbod aan freelancers voor zowel eenmalige of frequentere freelance opdrachten. Het mes snijdt dan aan beide kanten, want zowel jij als freelancer, als ook de opdrachtgever hebben als aangesloten partij daardoor een ruime keuze ter beschikking, zonder daadwerkelijk zelf te moeten zoeken naar de juiste match.

Binnen deze sites met freelance vacatures zijn er verschillen. Er bestaan sites die zich bijvoorbeeld specialiseren in vraag en aanbod in 'klusopdrachten' voor particulieren. Anderen specialiseren zich in één van de vakgebieden zoals freelance journalisten, freelance ICT'ers, freelance designers, freelance fotografen, freelance marketeers, freelance administrateurs, freelance webdesigners etc., of in een combinatie van allerlei freelance opdrachten voor het bedrijfsleven.

Freelance opdrachten in je inbox

Je krijgt de vacatures die matchen met jouw expertise automatisch per e-mail binnen. Door toch ook regelmatig deze sites te bezoeken, ook al zijn er op dat moment geen passende freelance opdrachten, blijf je toch op de hoogte van vraag en aanbod in jouw branche.

Het wil echter niet zeggen dat je door je aan te sluiten bij een website voor freelance opdrachten, je op je lauweren kunt gaan rusten! Maar zeker is dat je, tot op zekere hoogte, meer vacatures onder ogen krijgt dan via de normale media en via de conventionele manier van acquisitie plegen. Het grote voordeel is natuurlijk dat je door de door jouw aangegeven criteria 'maatvacatures' onder ogen krijgt.

Je aanmelden bij een vacaturesite voor freelancers kan daarom een welkome en vruchtbare aanvulling zijn bij je zoektocht naar nieuwe opdrachten en nieuwe opdrachtgevers en levert bij succesvolle matches uiteraard weer prima referenties op!

Freelancer of ZZP' er gezocht

Zonder klanten die op regelmatige basis een freelancer of een ZZP'er nodig hebben kun je niet starten. Het spreekt daarom vanzelf dat het erg belangrijk is om te weten hoe je met klanten om moet gaan. In dit hoofdstuk kijken we naar een aantal belangrijke zaken die te maken hebben met het 'opvoeden' ofwel informeren van de klant, tot het omgaan met een eigenwijze klant, hoe slaag je erin de voor jou goede klanten te vinden, hoe je goede service verleent en nog veel meer.

Prospects en klanten

Voor je een bedrijf als vaste klant 'hebt' spreek je in eerste instantie van 'prospects', of te wel toekomstige klant. Op termijn heb je een aantal verschillende vaste klanten en moet je altijd een paar 'prospects' op het oog hebben, anders is je bedrijf niet levensvatbaar. Als je omzet afhangt van slechts een of twee klanten, loop je altijd het risico dat er een bedrijf bij je weggaat en dat je dan financieel in de problemen komt. Of het werk bij die ene klant is ten einde en je hebt nog geen vervolgopdracht.

Er bestaat geen formule voor om makkelijk te berekenen hoeveel klanten en prospects je moet hebben om een goedlopend bedrijf te hebben. Te weinig klanten maakt je kwetsbaar in je contacten met je opdrachtgever. Te veel opdrachten kunnen je op den duur teveel worden en je veel stress opleveren. Het is niet anders, je zult de juiste balans door schade en schande moeten zien te vinden. De ervaring wijst uit dat freelancers de neiging hebben tussen het ene uiterste en het andere te balanceren. Ofwel men voelt zich comfortabel met de lopende opdrachten, maar besteedt geen tijd aan het zoeken naar nieuwe klanten, of men neemt iedere opdracht aan die ze maar kunnen krijgen en lopen op den duur vast of worden overspannen.

Bezig zijn met je huidige opdracht is belangrijk, maar weten wat je gaat doen als je daar mee klaar bent is nog belangrijker. Dus terwijl je bezig bent met een project moet je ervoor zorgen dat je het volgende project al zo goed als 'op de plank' hebt liggen, ook al heb je het nog zo druk. Zelfs al heb je op het moment meer dan werk genoeg, het is verstandig om de vinger aan de pols te houden door ontwikkelingen in de markt in de gaten te houden en te zien waar jij in kunt springen als die voor jou speciale gelegenheid zich voordoet.

TIP: rust dus nooit op je lauweren en denk strategisch aan de volgende stap.

Bij je zoektocht naar nieuwe klanten moet je altijd voor ogen houden dat niet iedere klant ook geschikt voor je is. Iedere toekomstige klant moet door jou beoordeeld worden of hij wel past bij jouw doelgroep. Uiteraard is het goed voor je reputatie als je veel klanten hebt, bovendien kun je dan ook kritischer zijn, maar ga ervan uit dat hoeveel opdrachten er ook op je pad komen, ze niet allemaal bij jou en je bedrijf passen en zul je een bepaalde opdracht klant ook wel eens moeten laten schieten. Verderop dit hoofdstuk komen we daar nog op terug.

Klantvaardigheid

Wil je succesvol zijn als freelancer of ZZP' er dien je in het bezit te zijn van een aantal vaardigheden wat betreft het omgaan met je klanten. Sommige vaardigheden heb je al van nature in huis, andere zul je je eigen moeten maken. Hieronder 7 essentiële klantvaardigheden:

1. ben sympathiek en vriendelijk

Als je op een aimabele en vriendelijke manier met je klanten omgaat zul je gegarandeerd meer opdrachten en gelukkige klanten krijgen. Als freelancer ben je een dienstverlener en daar horen bovenstaande eigenschappen bij.

Het is niet noodzakelijk dat je een vriendschappelijke relatie met je opdrachtgever opbouwt, maar het helpt als je op een vriendelijke manier met hem over koetjes en kalfjes praat, een beetje over jezelf vertelt en je best doet om je klant sympathiek te vinden. Op deze manier win

je zijn vertrouwen en kan dat vaak een goede referentie opleveren.

Blijf bij een nieuwe klant in het begin enigszins formeel, maar straal wel warmte uit. Nadat je je (toekomstige) opdrachtgever beter hebt leren kennen kun je altijd nog beslissen of je je minder formeel kunt opstellen. Het zal wat ervaring vergen, want iedere nieuwe klant zal een andere manier van benadering vragen. Dat betekent dat je jezelf de vaardigheid eigen moet maken om je iedere keer weer in te leven en aan te passen.

2. **ben standvastig**

Jammer genoeg zal het in je leven wel eens voorkomen dat een klant misbruik van je probeert te maken. De ene keer zal het met opzet zijn, de andere keer is het niet met voorbedachte rade gedaan. Ben er in ieder geval bedacht op dat je je assertief tegenover je klanten opstelt. Achteraf over de prijs klagen: afgesproken is afgesproken; te laat betalen: er moet binnen de afgesproken termijn betaald worden; is het de schuld van de opdrachtgever dat iets niet op tijd klaar kon zijn: hij kan de schuld niet op jou schuiven. En zo zijn er nog tal van voorbeelden!

Houd in gedachten dat je nooit de onzichtbare barrière overschrijdt van standvastigheid naar onbeleefdheid. Ook al heb je een verschil van mening, spreek altijd op een beleefde en ontspannen manier. Houd in gedachte dat je in principe altijd voor jezelf moet opkomen en dat het voor je klanten duidelijk is hoe jouw mening over iets is, zodat ze jouw beweegredenen helder en duidelijk begrijpen.

Een groot misverstand dat nog steeds over freelancers en ZZP'ers bestaat, is dat ze behalve servicegericht, ook erg toegeeflijk zijn. Ook al zou je dat wel een beetje zijn, bedenk dat het gaat om jouw wensen en gevoelens en dat er niets mis is met voor jezelf opkomen. Probeer in het belang van jezelf en je opdrachtgever om problemen bijtijds te bespreken voordat ze een ongunstige invloed hebben op jullie zakelijke relatie.

3. **ben eerlijk**

Zowel in het normale leven als in het leven van freelancers en ZZP'ers loont het om eerlijk te zijn. Soms is eerlijk zijn in sommige situaties erg moeilijk en zelfs beangstigend, maar het zorgt voor realistische verwachtingen en betere relaties. Als je behoorlijk overdrijft over je expertise of ervaring tegenover een potentiële klant, wil je dat ook waar maken terwijl je weet dat je dat niet kunt. Als je te laat bent met het opleveren van een opdracht en je verzint smoesjes in plaats dat je de waarheid spreekt, zul je gegarandeerd verzeild raken in een web van meer leugens.

Het merendeel van je klanten zal feilloos aanvoelen wanneer je liegt of de waarheid spreekt. Wil je niet dat ze jou op dezelfde manier behandelen, dan moet je gewoon open kaart spelen.

4. **ken jezelf**

Als je jezelf kent betekent dat ook dat je weet wat jouw sterktes en zwaktes zijn. Dat kan bijvoorbeeld inhouden dat je niets belooft dat je niet waar kunt maken en dat je de verantwoordelijkheid neemt voor je eigen tekortkomingen.

Als je van jezelf weet dat je al te vaak dingen belooft die je niet na kunt komen, of keer op keer een deadline niet haalt, dan moet je ervoor zorgen dat de klant er niet de dupe van wordt. Bouw altijd een extra marge in bij de datum van oplevering, zodat je wat speling hebt, maar gebruik die weer niet om alles weer op het laatste nippertje af te hebben!

Ben niet al te streng voor jezelf bij de tekortkomingen waarvan je weet dat je ze hebt- niemand is tenslotte perfect. Zorg er wel voor dat je weet wat je zwakke punten zijn en hoe je die kunt compenseren, terwijl je ondertussen aan de verbeterpunten werkt. Als freelancer kun je alleen maar op jezelf vertrouwen, dus is het belangrijk dat je een realistisch beeld van jezelf hebt en weet waar je tekortschiet, want dan kun je er ook iets aan doen!

5. **kweek een 'dikke huid'**

Het is niet altijd even leuk om te horen wat een klant te zeggen heeft. Klanten zullen soms jou of je werk bekritisieren, of zijn niet tevreden over de service die je levert. Je kunt leren je te wapenen tegen dit soort kritiek en zodat je beter om kunt gaan met negatieve feedback.

Als je in staat bent om je gekwetste ego opzij te zetten en open te staan voor opbouwende kritiek, zul je een succesvollere freelancer of ZZP'er zijn.

De basis voor je incasservermogen ligt bij je eigen vertrouwen in je expertise en ervaring en bij je inzicht dat jouw diensten waardevol voor je klanten zijn. Je bent tenslotte freelancer geworden omdat je denkt je klanten iets te bieden te hebben en moet daarom open staan voor verbetering. Dus als er kritiek wordt geuit, of dat nu gefundeerd is of niet, probeer daar dan zonder emotie naar te luisteren. Of de kritiek nu wel of niet terecht is, het rustig luisteren naar, en het aanvaarden van kritiek kan alleen maar een professionelere freelancer of ZZP'er van je maken.

Het zal je soms verrassen dat een klant met bepaalde aandachtspunten bij je komt waar jij nog nooit over nagedacht hebt en die uiteindelijk erg waardevol zijn bij het verbeteren van je service.

6. blijf rustig

Als freelancer of ZZP'er sta je vaak onder druk. Je probeert je klanten tevreden te houden, projecten goed uit te voeren, nieuwe opdrachten te vinden en ook nog eens jezelf als freelancer staande te houden. Als een opdracht niet lekker loopt, een klant boos is of wanneer je moeite hebt om alle schoteltjes draaiende te houden, is het van onschatbare waarde als je onder alle omstandigheden je kalmte kunt bewaren en niet in paniek raakt.

De vaardigheid om rustig te blijven is niet makkelijk aan te leren, maar het is wel de beste manier om een probleem op te lossen. Met in paniek raken los je niets op. Wat je het beste kunt doen is om jezelf eraan te herinneren dat de situatie van voorbijgaande aard zal zijn. Als een klant boos is, bedenk dan dat hij dat wel zal overleven en dat er andere klanten zijn. Als er iets mis loopt bij een opdracht, kan er waarschijnlijk nog wel iets aan gedaan worden en mocht dat niet het geval zijn, dan zijn er genoeg andere mogelijkheden om dat met je klant op te lossen.

7. zelfvertrouwen

Vertrouwen in je eigen expertise, je ervaring en je meerwaarde voor de klant is een van de belangrijkste dingen die je als freelancer moet bezitten. Je wordt ingehuurd door je klant omdat jij iets hebt wat hij zelf niet kan. Je wordt gezien als een expert op jouw gebied en je moet je comfortabel voelen in die rol. Door jouw zelfvertrouwen overtuig je de klant dat hij de beste keuze heeft gemaakt door jou de opdracht te laten uitvoeren.

Zelfvertrouwen wil niet zeggen dat je moet doen alsof je zaken onder de knie hebt als dat niet zo is. Het betekent eerder dat je met een gerust hart kunt vertellen wat je wel weet en kunt en dat je, als een klant iets van je vraagt waarvan je niet helemaal zeker bent of je dat wel aankunt, je beter kunt zeggen dat je dat nog niet weet, maar dat je er op zult terugkomen. Als je op zo'n eerlijke manier met je klant communiceert, zal hij er vertrouwen in hebben dat je ervaren bent en in staat om problemen op te lossen.

Zakelijke relaties opbouwen

Zoals dat geldt voor iedere relatie, is het belangrijk dat je onderkent dat je aan een relatie met een klant moet werken. Net zoals bij persoonlijke relaties, bestaat een zakelijke relatie uit het hebben van behoefte aan iets tastbaars, zijn er pieken en dalen en is er een begin en een einde.

Wat verwacht de klant

Jouw voordelen om een 'gelukkige' relatie met je klant te hebben zullen voor de hand liggen: herhaalde opdrachten in het verschiet, tevredenheid over je werk en goede referenties.

Om zo'n geslaagde relatie met je klant te blijven houden, zul je aan de verwachtingen van die relatie moeten voldoen. Zijn belangrijkste behoefte is dat zijn opdracht binnen het budget blijft en op tijd wordt afgerond. Daarnaast kan hij ook nog behoefte aan andere zaken hebben. Bijvoorbeeld kan de ene klant het vervelend vinden als hij je niet meteen kan bereiken. Een andere klant wil het gevoel hebben dat er aandacht aan hem besteed wordt of wil hij korting of moet je hem extra diensten

aanbieden.

Verskillende klanten zullen ook steeds andere behoeftes hebben waarmee je ze tevreden moet zien te houden en jij moet er voor zorgen dat je erachter komt welke dat zijn. De ene klant vindt het niet zo belangrijk als je niet meteen terugbelt, maar hij raakt er wel overstuur van als je hem geen korting geeft bij een vervolgopdracht. Aan de andere kant zijn er klanten die er op staan om permanent op de hoogte te worden gehouden, maar die je na afloop een 'premie' willen betalen. Naarmate je meer ervaring met klanten opdoet zul je merken dat je over het algemeen al vrij snel in de gaten krijgt welke wensen ze hebben.

Overweeg ook een ander aspect van een zakelijke relatie: [vriendschap](#). Vrienden zorgen voor aangenaam gezelschap en plezierige gesprekken, ze bieden een luisterend oor en hebben zo nu en dan iets voor je over. Je kunt echter niet verwachten dat je dat zomaar vanzelf in je schoot geworpen krijgt, je moet er zelf ook wat voor doen!

Zo werkt een vriendschappelijke zakenrelatie ook: als je je kunt identificeren met je opdrachtgever en weet waarmee je ze 'gelukkig' kunt maken, zul je een goede relatie met ze opbouwen en er door de succesvolle samenwerking de vruchten van kunnen plukken.

Tenslotte moet je altijd voor ogen houden dat ook jouw behoeftes een plaats krijgen bij het op- en uitbouwen van een succesvolle en plezierige relatie. Je kunt dan denken aan zaken als het krijgen van feedback, tijdige betaling en begrip voor de tijd die het kost om een project af te ronden. Bij sommige klanten zal het uitwisselen van 'vraag en aanbod' vanzelf wederkerig zijn, bij anderen moet je explicieter zijn over wat je van hen verlangt. Het zal wat ongemakkelijk aanvoelen als je vertelt dat ze op tijd moeten betalen, of dat je wél feedback nodig hebt om je werk goed te doen. Maar op termijn zul je inzien dat ook jouw wensen gerespecteerd moeten worden om zo optimaal mogelijk te kunnen werken.

Pieken en dalen

Iedere relatie kent pieken en dalen en het zal niet anders zijn bij een zakelijke relatie. De ene keer zal alles soepel verlopen en de andere keer stuit je op problemen. Maak je over het laatste niet al te veel zorgen, ga meteen na waar het fout ging en probeer vervolgens het probleem zo snel mogelijk op te lossen. Er niet met je opdrachtgever over praten of het voor je uitschuiven lost het probleem niet op, dus het is raadzaam altijd open kaart te spelen.

Ook bij zakelijke relaties moet je er soms de ene keer meer moeite voor doen of moet je meer tijd investeren dan andere keren. Omdat alle klanten waardevol zijn moet je die tijd en die moeite voor hen vrijmaken en bijvoorbeeld eens bellen hoe het gaat met het bedrijf, ze iets extra's te beloven buiten de opdracht om, of ze voorrang te geven bij het afronden van het project.

Begin en einde van een relatie

Alle zakelijke relaties beginnen met het eerste contact met je klant, het in kaart brengen van je opdracht, het uitvoeren daarvan en tenslotte de afronding van de klus. De klant is tevreden en zul je opnieuw voor hem werken, of de klant heeft je diensten in de toekomst niet meer nodig. Zowel het begin van een zakelijke relatie is belangrijk als het einde, de afronding.

Bij de start van je eerste contacten met je klant is het cruciaal dat meteen de toon van jullie relatie gezet wordt en dat duidelijk wordt wat je van elkaar kunt verwachten. Van te voren moet je zelf inventariseren wat jij van de klant wilt, hoe je wil samenwerken en wat zij van jou kunnen verwachten. Het is makkelijker om dat helder te hebben voor je aan een opdracht begint, dan dat je naderhand het een en ander moet bijstellen tijdens de voortgang van de werkzaamheden.

Als de werkzaamheden zijn afgerond moet je altijd op een vriendschappelijke manier afscheid nemen, hoe de omstandigheden ook waren. Je schepen achter je verbranden door een minder vriendelijk afscheid is niet verstandig, omdat je nooit weet of die klant in de toekomst je pad nog eens kruist. Zelfs al heeft de klant de opdracht tussentijds teruggetrokken, of is in zee gegaan met een andere freelancer of ZZP'er, houd de eer aan jezelf en aan je goede manieren.

Klanten informeren

Freelancers en ZZP'ers hebben vaak frustraties, waarvan ze vinden dat die door hun klanten worden veroorzaakt. Of de klant is niet tevreden met het werk, of hij verschaft je niet de nodige feedback om je werk goed voor hem te doen, of verwacht soms voor een dubbeltje op de eerste rij te zitten, terwijl hij er maar weinig voor wil betalen. Kortom: soms voel je je onbegrepen en ben je behoorlijk geïrriteerd!

Het is belangrijk dat jij je realiseert dat de hoofdoorzaak van die irritaties vaak komt doordat de gemiddelde klant er geen benul van heeft wat je eigenlijk doet. Een paar voorbeelden: als een klant een website gemaakt wil hebben, dan heeft hij er meestal geen idee wat er allemaal aan informatie nodig is en ook niet wat er eerst aan research aan vooraf moet gaan om er ook maar aan te kunnen beginnen; of: veel klanten denken dat fotografie alleen maar inhoudt dat je jouw imposante apparatuur ergens op richt, je op een knop drukt, en voilà, daar is de foto! Als de klant er totaal geen benul heeft hoe iets tot stand komt, of geen idee hoeveel kennis er bij iets komt kijken of speciale apparatuur, zullen ze maar nauwelijks kunnen inschatten waarom het tijd en geld kost, laat staan dat ze beseffen hoe belangrijk het is om zowel voldoende informatie als goede feedback te geven zodat het project succesvol door jou kan worden uitgevoerd.

Om kort te gaan: je moet je klant dus van te voren goed informeren!

Natuurlijk hoeft een klant niet tot in de finesses te weten hoe jouw werk in elkaar zit en ook niet alle noodzakelijke processen te weten die leiden tot het eindproduct. Maar wat je wel moet zien te bewerkstelligen is dat je klant een globaal idee heeft hoe het in elkaar steekt en wat er allemaal voor nodig is, of waarom jouw manier van werken tot betere resultaten leidt en waarom jij kiest voor een bepaalde methode om iets voor elkaar te krijgen.

Door je klant beter te informeren zal hij je werk beter waarderen en ook begrijpen waarom er een bepaald prijsplaatje aan hangt, waarom jij kiest voor die bepaalde manier van werken en waarom iets tijd vergt. Onwetendheid kan ertoe leiden dat de klant onrealistische verwachtingen heeft en de relatie problematisch kan worden.

Je kent jouw werk tenslotte van binnen en van buiten, dus echt moeilijk hoeft het niet zijn om je klant van de nodige informatie te voorzien. Als je op een duidelijke en overzichtelijke manier je plannen en werkzaamheden aan je opdrachtgever uiteen zet, zal het ook voor hem veel beter te begrijpen zijn en problemen achteraf kunnen voorkomen.

Onderstaande twee punten zijn fundamenteel belangrijk:

1. wat komt er allemaal bij een project kijken

Als een klant helemaal niet weet hoe een opdracht van begin tot einde wordt aangepakt en afgewerkt, zal hij maar met moeite kunnen begrijpen waarom het een bepaald bedrag kost en waarom het niet in een mum van tijd opgeleverd kan worden. Sommige klanten zullen er gewoon op vertrouwen dat wat je zegt waar is, maar toch is het beter om aan al je klanten inzage te geven in een aantal belangrijke aspecten van je werkzaamheden die noodzakelijk zijn om de klus tot een goed einde te brengen.

2. de implicaties van een bepaalde keuze

Voor een klant is er niets zo moeilijk dan een freelancer of ZZP'er die hem vertelt dat iets per se op een bepaalde manier gedaan moet worden. Je zult dus met goede argumenten moeten komen om je klant ervan te overtuigen waarom het op die manier gedaan moet worden. Je zult moeten uitleggen dat juist door deze keuze er geld bespaard kan worden, of dat je er daardoor eerder mee gereed bent, of dat deze werkmethode juist voor hun bedrijf van belang is. Hierdoor zal je opdrachtgever jouw redenen beter begrijpen en er ook makkelijker mee

instemmen omdat hij inziet dat je gelijk hebt. Door het verstrekken van dit soort informatie wordt ook de klant in staat gesteld om toekomstige beslissingen te nemen.

Natuurlijk zullen ze je nog wel eens vragen iets op hun manier uit te voeren, maar nu weet je dat ze op de hoogte zijn en dat ze zelf verantwoordelijk zijn voor de eventuele consequenties.

Door je opdrachtgever regelmatig op de hoogte te houden en ze te informeren bij elk stadium van een project, begrijpen ze waar je mee bezig bent en wat ze bij eventuele toekomstige opdrachten kunnen verwachten.

Bereikbaarheid

De makkelijkste manier om een klant te overtuigen is om altijd bereikbaar en beschikbaar te zijn en meteen te reageren. Veel freelancers en ZZP'er staan er niet genoeg bij stil dat deze vorm van dienstverlening juist voor de grotere bedrijven van het hoogste belang is. Beschikbaar zijn betekent altijd telefonisch bereikbaar zijn, op tijd op afspraken komen en binnen een paar uur hun e-mails beantwoorden.

Dit houdt tevens in dat je jouw kantooruren af moet stemmen op de uren van je klant, ook al staat vrijheid hoog in jouw vaandel als freelancer of ZZP'er. De klant zal zich namelijk niet zo snel aanpassen aan jouw 'openingstijden'!

Antwoordapparaat en voicemail

Omdat je niet iedere seconde van de dag paraat kunt staan om de telefoon te beantwoorden, is het noodzakelijk dat je klant een bericht kan achterlaten op je vaste- en/of mobiele nummer. Zorg ervoor dat je een vriendelijke en zakelijke boodschap insprekt en dat je zo snel mogelijk terugbelt.

Voor de momenten dat je, bijvoorbeeld voor een vakantie of ziekte, langer afwezig bent kun je de boodschappen aanpassen, zodat de klant weet wanneer hij je weer terug kunt verwachten.

Boodschap per e-mail

Ook als je klant je een e-mail stuurt bestaat de mogelijkheid om automatisch te beantwoorden dat je tijdelijk afwezig bent. Tenzij je natuurlijk besluit om je laptop altijd bij je te hebben om op ieder moment van de dag te zien of er e-mail voor je is en meteen terug kunt mailen! In feite kun je tegenwoordig 24 uur per dag bereikbaar zijn, omdat je de e-mail ook via je telefoon kunt laten binnenkomen en beantwoorden.

Klantenbestand

Gedurende je carrière als freelancer of ZZP'er zul je aan talrijke opdrachten werken en wordt het steeds belangrijker om deze gegevens per klant op een overzichtelijke manier te archiveren.

In de grotere bedrijven maakt men gebruik van een omvangrijk CRM systeem (customer relationship management). Als freelancer moet je dat vertalen naar het vastleggen van je klantgegevens, de offerte, de details van de opdracht, de afspraken en met wie je hebt gesproken etc.

Als je er in slaagt om dit consequent per klant in een (elektronisch) dossier vast te leggen zul je merken dat je er niet alleen veel plezier van hebt omdat je alle gegevens bij de hand hebt, maar je kunt er altijd op teruggrijpen als een klant weer bij je terugkomt, of als je bij nieuwe klanten wil weten hoe je dat in een soortgelijke situatie hebt aangepakt. CRM helpt je dus niet alleen om goede service aan je klanten te verlenen, maar helpt jou ook om eventuele problemen te voorkomen of op te lossen.

Als je het je kunt veroorloven, denk er dan eens over na om een commercieel [CRM programma](#) aan te schaffen en zorg er anders voor dat je zelf een systeem opzet met de middelen die je hebt via bijvoorbeeld [Outlook](#). Waar je ook voor kiest: het belangrijkste is dat je een goede systematiek ontwikkelt waarbij je aan de volgende drie punten moet denken:

1. *werk accuraat en punctueel en houd alle gegevens van je opdrachtgevers up-to-date;*
2. *zorg dat je gemakkelijk de gegevens en afspraken van al je afzonderlijk klanten terug kunt vinden;*
3. *houd ook een bestand bij van mogelijke nieuwe klanten.*

Je eerste freelance opdracht binnenhalen

Portfolio

Bij het zoeken naar nieuwe freelance opdrachten is het erg belangrijk dat je iets kunt laten zien van vorige opdrachten: een portfolio of portefeuille. Nu is dat natuurlijk moeilijk als je nog niet werkelijk voor opdrachtgevers hebt gewerkt. Maar wellicht kun je werk laten zien dat je voor je oude werkgever gedaan hebt of voor vrienden en kennissen.

Misschien heb je goede ideeën (case studies) die je schetsmatig kunt uitwerken en beschrijven of heb je prototypes van je producten, zodat potentiële opdrachtgevers zich toch een beeld van je capaciteiten kunnen vormen. Een andere mogelijkheid is om een bedrijf of instelling aanbieden om hun project gratis uit te voeren.

Je website kan je hierbij op de goede weg helpen, want die is hét middel om jezelf te profileren. Zorg ervoor dat je site het visitekaartje van jouw bedrijf is, omdat je toekomstige klanten daar hun eerste indruk van je dienst of product en jezelf krijgen en je zelden een tweede kans krijgt.

Referenties

Die zijn erg belangrijk voor nieuwe freelance opdrachten omdat referenties laten zien wat je gedaan hebt en voor wie. Hier geldt natuurlijk hetzelfde als boven beschreven, want die zul je ook nog niet veel hebben. Om te beginnen: vraag of je oude werkgever iets over jou als werknemer wil vertellen. Zorg er daarna voor dat je meteen na afronding van een opdracht dit toevoegt aan je website, met een link en de beschrijving van deze opdracht.

Om een goede referentie te verkrijgen moet je op de volgende punten letten:

- ben goed in wat je doet
- ben bereikbaar
- beantwoord je e-mails
- reageer snel op aanvragen voor offertes
- ben betrouwbaar
- ben punctueel
- ben sympathiek
- ben niet te duur
- geef garantie
- ben servicegericht
- geef gratis advies

Persoonlijk contact

Achter ieder bedrijf, iedere website zit een eigenaar, een mens van vlees en bloed. Laat zien wie je bent en waar je voor staat. Om die persoonlijke touch nog verder uit te bouwen kun je via jouw blog ook andere facetten van jezelf laten zien.

Stuur ook op gezette tijden een nieuwsbrief, waarin je behalve laat zien waar je mee bezig bent op zakelijk gebied, ook andere ideeën of invalshoeken kunt laten zien. In verband met de nieuwe wet op het sturen van [spam](#) dien je er wel voor te zorgen dat je lezers zich hiervoor kunnen uitschrijven en dat die uitschrijving ook daadwerkelijk werkt! Ook een met zorg uitgezocht relatiegeschenk kan ervoor zorgen dat je een goede persoonlijke indruk achterlaat.

Briefing

Je gaat als freelancer aan de eerste opdracht van je nieuwe klant beginnen en hebt daarvoor veel informatie nodig om deze opdracht goed uit te voeren: [de briefing](#).

Dit is een belangrijk onderdeel van je voorbereidend werk en het verdient veel aandacht omdat je zonder voldoende informatie gewoonweg niet aan de slag kunt. Je zult merken dat de manier waarop je die informatie krijgt per klant en per project zal verschillen. Bij de een zal het een fluitje van een cent zijn omdat alles al op voorhand perfect gedocumenteerd is; bij anderen staat er niets op papier en moet je zelf de juiste vragen stellen om te weten te komen wat men precies wil. In beide gevallen moet je ervoor zorgen dat de informatie zo optimaal mogelijk is.

Stel de juiste vragen

Een open deur misschien, maar wel essentieel! Naarmate je meer ervaring krijgt zal dat steeds makkelijker voor je worden, maar in het begin is het verstandig deze vragen gewoon op papier te zetten. Bedenk, voor je naar de klant gaat of voordat je telefonisch contact met je klant gaat hebben, welke antwoorden je wilt hebben op de vragen die er zorg voor dragen dat je de opdracht tot in de puntjes kunt uitvoeren.

Als het voor jou je eerste keer is dat je dit gaat doen, helpt het als je je van te voren geestelijk voorbereidt op de soort vragen die je wilt stellen en het kan ook helpen als je net doet of je al bij de klant zit of telefonisch met hem spreekt. Als je dit op deze manier voorbereidt, zul je merken dat er vanzelf vragen bij je bovenkomen die je zullen helpen om de toekomstige taakstelling helder te krijgen. Schrijf die vragen dan meteen op!

Je notities

Zit je eenmaal bij de klant en al luister je nog zo goed, als je geen notities maakt tijdens de briefing, zul je gegarandeerd belangrijke informatie missen of je niet meer exact kunnen herinneren wat er is precies is gezegd. Zeker als je klant enthousiast over het project vertelt, het ook nog uptempo gebeurt, je moet reageren op zijn mededelingen en glimlachen en je zenuwen de baas moet worden.

Werk je notities zo snel mogelijk uit, zodat je, voordat je aan je eerste freelance opdracht begint, altijd nog aan de opdrachtgever kunt voorleggen of jouw perceptie van het gesprek wel de juiste was. Belangrijk is dat zowel je opdrachtgever als jij er zeker van zijn dat het project naar behoren zal worden uitgevoerd, hetgeen de uitvoering ervan voor jou zal vergemakkelijken omdat hij zijn akkoord heeft gegeven aan jouw samenvatting.

TIP: Een goed hulpmiddel kan zijn om ook een losse dictafoon te gebruiken, of als je mobiele telefoon die functie heeft, de dictafoonfunctie te gebruiken. Het bespaart je een hoop stress, omdat je bij twijfel altijd nog even kunt terug luisteren.

Uitgebreidere specificaties

In de meeste gevallen is de briefing zoals boven beschreven wordt voldoende, zeker voor kleinere projecten of voor sommige branches. Je kunt je ook voorstellen dat als het gaat om een project voor een klant in de ICT-branche of voor het maken van een omvangrijke applicatie voor een website, of specifieke softwareprogramma's, het bijzonder zinvol is om vooraf een veel gedetailleerdere specificatie te schrijven.

Omdat dit soort projecten vaak erg complex zijn, is het des te belangrijker om er bijtijds achter te komen of je opdrachtgever en jij wel op dezelfde lijn zitten. Door een zo gedetailleerd mogelijke specificatie te maken wordt duidelijk hoe jij het project gaat invullen en of het aansluit bij de wensen van je klant. Mochten er nog onduidelijkheden zijn, dan is het alleen maar praktisch als dat van te voren helder is.

Bijkomende voordelen zijn:

- het is voor jou stukken makkelijker om in te schatten hoeveel tijd je voor elke onderdeel van je project nodig hebt;

- het wordt daardoor inzichtelijker wat het uiteindelijke eindbedrag zal worden;
- het helpt ook voorkomen dat je opdrachtgever tijdens het lopende project bepaalde wijzigingen of toevoegingen zal willen toevoegen;
- mochten wijzigingen toch noodzakelijk zijn en ook behoorlijk omvangrijk, dan kun jij je beroepen op je oorspronkelijke offerte en het extra werk uitvoeren als meerprijs.

Inschatting van tijdschema

Het is hierboven al even aangestipt: bij het maken van de briefing kan het soms al inzichtelijk worden hoeveel tijd je nodig zult hebben om het project kant en klaar af te leveren. Naarmate je meer ervaring zult opdoen, zul je makkelijk sneller een schatting kunnen maken van de tijdsduur van een project. Zolang je die ervaring nog niet hebt moet je goed beslagen ten ijs komen, want je kunt je behoorlijk in je vingers snijden!

In plaats daarvan kun je je klant, als hij dat per se al meteen wil weten, beter mededelen dat je daar wat meer tijd voor nodig hebt, omdat je je meer moet verdiepen in het project voordat je hem een adequaat en betrouwbaar antwoord kunt geven.

Hoe schat je de tijdsduur van je freelance project in?

Om te beginnen: verdeel het project in verschillende onderdelen. Dat maakt het veel makkelijker om in te schatten hoeveel tijd je voor elk onderdeel nodig hebt en het daarna des te overzichtelijker voor je wordt.

Afhankelijk van je ervaring is het wenselijk om de verschillende onderdelen in overzichtelijke 'porties' te verdelen. Vooral als je nog niet zo ervaren bent, is dat een bruikbare manier om uiteindelijk niets essentieels over het hoofd te zien. Niets is zo dodelijk als de mist in te gaan door een verkeerde inschatting te maken van het aantal uren dat je denkt nodig te hebben. Het kan je hele ingeschatte eindbedrag een ferme slag toebrengen, maar je ook in tijdnood brengen bij een opvolgend traject.

Een ander groot voordeel van het opdelen in overzichtelijke porties is, dat het voor je klant ook inzichtelijker wordt hoe je te werk gaat en waar zijn geld aan wordt uitgegeven. Vergeet ook niet om in je specificatie posten op te nemen als klantcontact, contact met andere partijen, onderzoek en inventarisatie.

Hierna wordt behandeld hoe je inschatting van de tijd gebruikt kan worden voor de tarifiering van de opdracht.

Een tijdschema opstellen

Een grote valkuil voor freelancers is om ervan uit te gaan dat het afronden van een project in totaal 40 uur zal kosten en daarom in een werkweek gedaan zal kunnen worden. Dat zou misschien mogelijk zijn als je in diezelfde periode absoluut niets anders te doen had, maar zelfs al heb je geen andere bezigheden, dan kosten taken als facturering, administratief werk en voorbereidingen voor een nieuwe opdracht ook tijd.

Bij het maken van een tijdschema moet je altijd tijd vrijhouden voor deze noodzakelijke onderdelen van je werk en zelfs voor haastklussen. Ruw geschat is het niet onlogisch om 30% van je werkweek vrij te houden voor je administratie. Dit kan natuurlijk per freelancer schelen, maar als je de tijd die je spendeert aan het schrijven en versturen van e-mails, het maken en versturen van facturen, je klantcontacten, marketing en nog allerlei niet-facturabele elementen van het freelancerschap meetelt, dan kom je al snel aan de verhouding: per 3 uur werk 1 uur administratie of andere werkzaamheden.

Je moet daarnaast vaststellen hoe belangrijk deze opdracht is in verhouding tot andere lopende projecten. Natuurlijk leveren sommige opdrachten meer geld op en interessantere klanten, of zal het noodzakelijk zijn om een ander project sneller af te ronden. Maar inventariseer altijd eerst of de opdracht waar je mee bezig bent (of een andere willekeurige opdracht) met zich mee zal brengen dat je er meer tijd voor nodig zal hebben en zo in de problemen kunt raken.

Deadline

Omdat de klant jou betaalt om een opdracht voor hem uit te voeren, is het jouw verantwoordelijkheid om niet alleen een goed resultaat af te leveren, maar ook om dat op tijd te doen.

Je kunt er rustig vanuit gaan dat de klant evenveel waarde hecht aan jouw kwaliteit en de mate van je efficiëntie, als aan het nakomen van de afgesproken deadline. Lever je alle drie de kwaliteiten in gelijke mate dan zal dat je reputatie zeer zeker ten goede komen. Het bedrijfsleven stelt het erg op prijs dat ze op hun partners kunnen vertrouwen. Probeer dat vertrouwen dus aan je klanten te bieden, zelfs al moet je soms concessies doen aan je kwaliteit. Optimaal is natuurlijk als je alle gebied kwaliteit levert!

Grote projecten

Grotere opdrachten brengen soms ook grotere problemen met zich mee. Onder de paragraaf **Briefing** is al besproken hoe belangrijk het is om voor grotere projecten **Uitgebreidere specificaties** te maken.

Daar moet aan toegevoegd worden dat het binnen een groot project over het algemeen gebruikelijk is om binnen het gehele traject meetpunten vast te stellen. Deze meetpunten zijn dan vaak ook gekoppeld aan een gefaseerde betaling.

Meetpunten

In de praktijk is het vaststellen van deze meetpunten binnen het gehele traject een uitstekende manier om bepaalde aspecten van het project af te ronden. Een voorbeeld: in het geval van een ICT-opdracht kun je een meetpunt vaststellen bij de afronding van het onderdeel 'Bouw' en een volgend meetpunt bij de afronding van het onderdeel 'Bug vrij'.

Deze meetpunten dienen in het algemeen ook voor de klant als een referentie voor de voortgang van een project. Als er namelijk zaken zijn die uit de hand lopen kan zo'n meetpunt het signaal zijn dat er iets bijgesteld moet worden. Dat kan van de zijde van de opdrachtgever zijn, maar ook aan de zijde van de uitvoerder, de freelancer.

Hoe groter het project des te meer meetpunten dienen te worden toegevoegd. Hieraan gekoppeld kun je vanaf het begin in de overeenkomst laten opnemen dat er per behaald meetpunt een factuur gestuurd wordt en betaling zal volgen. Door dit met je opdrachtgever van te voren te bespreken hoef je niet te wachten tot het gehele project is afgerond en komt dat je cashflow ten goede.

Deze betalingen per meetpunt verminderen ook aantoonbaar het risico in geval je zaken doet met een onbekende klant uit het buitenland. Zij betalen omdat ze anders geen afgerond project hebben, jij als freelancer loopt geen risico omdat je betaald krijgt per afgerond geheel.

Ook werken deze meetpunten prima als psychologische markers voor zowel opdrachtgever als freelancer. Aan zo'n groot project werken kan je wel eens een gevoel geven dat het nooit eens ophoudt. Je bent er al zo lang aan bezig, dat het onderhand je neus uitkomt en dat is erg slecht voor je motivatie op de lange duur. Door het werk dusdanig in te delen dat je in feite iedere keer aan een nieuw kort traject begint, kunnen zowel jij als je opdrachtgever zien dat de werkzaamheden gestaag vorderen.

Tenslotte: alle meetpunten hebben daardoor normaal gesproken hun eigen tijdschema's die met elkaar verbonden zijn. Zoals al eerder is besproken is het van groot belang dat je je ook strikt houdt aan de door jezelf opgelegde tijdschema's.

Wijzigingen in het project

Bij sommige grote projecten kun je er niet aan ontkomen dat er gaande een project wijzigingen in een onderdeel van het traject moeten worden doorgevoerd. Dit zal waarschijnlijk zeker het geval zijn bij werkzaamheden waarbij voortschrijdende inzichten en bepaalde (technische) ontwikkelingen deze aanpassingen noodzakelijk maken. Blijkt het noodzakelijk om het oorspronkelijke ontwerp bij te stellen, zorg er dan voor dat je opdrachtgever bijtijds op de hoogte gesteld wordt, zodat de plannings bijgesteld kunnen worden.

Continuïteit

Als je nog maar pas als freelancer aan de slag bent, zul je wel eens met de handen in het haar zitten omdat er nog geen continuïteit bestaat wat betreft opeenvolgende opdrachten. Het idee dat je na de opdracht waarmee je bezig bent nog niets in het verschiet is, kan erg benauwend werken.

Zoals al eerder is besproken bij de paragraaf

Het financiële plaatje

is het belangrijk dat je beschikt over een financiële buffer, in het geval er nog geen nieuwe opdracht aan zit te komen. Die buffer zorgt ervoor dat je niet in paniek raakt. Daarnaast moet je overwegen of er niet 'makkelijke' tussendoorklusjes zijn, noem ze maar 'schnabbels', die ervoor zorgen dat er altijd brood op de plank is.

Denk bij een freelance secretaresse aan het uittikken van rapporten of jaarverslagen; bij een freelance tekstschrijver aan het corrigeren en redigeren; bij een webdesigner aan het onderhoud van websites; bij een freelance fotograaf aan het maken van bruidsreportages; bij een freelance consultant aan het tegen gereduceerde tarieven helpen van andere freelancers...

Iedere freelancer zou een paar van dit soort 'klusjes' achter de hand moeten hebben om een eventueel tekort aan frequentere grotere opdrachten te compenseren. Beschouw deze 'klusjes' zeker nooit als minderwaardig, want wie weet krijg je door je toch gewetensvol hieraan te wijden en goed werk af te leveren hierdoor ook grotere opdrachten!

Voor sommige freelancers kan een permanente bron van inkomsten, zonder dat ze er dagelijks mee bezig zijn, een prima oplossing bieden om altijd verzekerd te zijn van vaste inkomsten. Hierbij moet je dan denken aan freelance fotografen of freelance illustrators die 'stockfoto's' of tekeningen leveren; of onderhouds- of service contracten op allerlei gebieden. Het is zeker de moeite waard om te onderzoeken of er bij jouw branche zulke mogelijkheden al bestaan of te creëren zijn, omdat het helpt de stress van het freelancer zijn te verlichten of te voorkomen.

Stap echter niet in de valkuil om maar elk project aan te nemen wat op je pad komt, ook al staat het water je hoog aan de lippen. Dat kan op den duur nadelig uitpakken, omdat het niet past in jouw uitgestippelde strategie van de branche waar je voorkeur naar uit gaat.

Zo'n project aannemen moet je zeker niet doen als je eigenlijk al werk genoeg hebt, ook al is het verleidelijk 'om wat op de plank te hebben liggen'. De voordelen kunnen heel snel nadelen worden als in de praktijk blijkt dat je de verschillende opdrachten uiteindelijk toch niet kunt 'behappen', of stel je de situatie eens voor dat er een opdracht uitloopt waardoor je in tijdnood komt voor de volgende!

Vlak de stress niet uit die je daardoor kunt krijgen op den duur! Het beïnvloedt zeker je gezondheid, in het ergste geval zit je daardoor weken thuis, je kunt je afspraken niet nakomen, je verpest je reputatie als betrouwbare partner omdat je je klanten in de steek moet laten.

Dus zeg ook eens nee!

In het begin kan je alles aan, zelfs 8 dagen per week werken. Maar op den duur zul je merken dat je niet meer zo flexibel bent, dat je dierbare omgeving ook begint te protesteren en wel eens 'quality-time' met je wil doorbrengen. Dan zul je ook merken dat je er niet meer mee weg komt om altijd nee te zeggen tegen je dierbaren en het soms verstandiger is om eens nee tegen een klant te zeggen als die op stel en sprong iets wil hebben. Je klant zal je argumenten waarschijnlijk beter begrijpen dan je familie omdat hij zal inzien dat hij beter af is als jij je werk in alle rust en aandacht voor hem kunt doen op een voor jou rustiger tijdstip.

Aan een opdracht beginnen

Als je een offerte hebt gemaakt en de klant is akkoord, dan moet je daadwerkelijk aan de klus beginnen. De meeste freelancers en ZZP'ers komen dan op bekend terrein, want ze weten wat ze kunnen en waar ze goed in zijn.

In dit hoofdstuk gaan we wat uitgebreider in op een aantal zaken die betrekking hebben op hoe je op de beste manier de verwachtingen van je klant vaststelt, hoe je begint aan een opdracht, het tijdschema, communicatie en de deadline.

Inventarisatie van een opdracht

Voordat je begint moet het helder zijn wat de klant van jou verwacht en wat je eigen verwachtingen zijn. Dat moet helemaal transparant zijn, want je kunt pas aan de opdracht beginnen als duidelijk is dat alle betrokkenen op de zelfde lijn zitten en de kansen op onenigheid en teleurstellingen minimaal zijn. Daar horen voor jou twee belangrijke aspecten bij: ten eerste moet je de verwachtingen van het project zelf in kaart brengen, ten tweede moet duidelijk zijn hoe jij en je opdrachtgever gaan samenwerken.

Verwachtingen over de opdracht

Voor je start met de werkzaamheden moeten jij en je klant afspraken maken op welke wijze je het gaat aanpakken. Zorg ervoor dat ieder aspect van de opdracht zorgvuldig wordt doorgenomen en liefst ook wordt vastgelegd en dat jullie de zelfde visie delen over het doel dat bereikt dient te worden.

Een misschien al te overdreven voorbeeld: als jij na de **Briefing** naar huis gaat met het idee dat je een super sobere HTML website gaat maken zonder al te veel toeters en bellen en je klant heeft het idee dat hij een site krijgt met veel Flash animaties en veel krullen en franjes, dan bevind je je op glad ijs!

Dus de briefing is een van de meest belangrijke onderdelen van een nieuwe opdracht! Toch is het raadzaam om gaande het traject de vinger aan de pols te blijven houden of jullie nog steeds op hetzelfde spoor zitten. Want ook al heb je een schriftelijk akkoord, het blijft moeilijk om alle consequenties van te voren te overzien. Komen er na verloop van tijd nieuwe punten aan de orde of is er toch een detail vergeten, of heeft een van jullie nieuwe inzichten, dan kun je de plannen altijd nog bijstellen. Spreek af dat jullie samenwerking er bij gebaat is als je elkaar meteen op de hoogte stelt als je iets te binnen schiet wat besproken moet worden.

Verwachtingen over jullie samenwerking

Net zo belangrijk zijn de verwachtingen die jij en je opdrachtgever hebben over hoe jullie samenwerking tijdens het project zal verlopen. Dat houdt een aantal zaken in:

1. welke feedback en samenwerking verwacht je van je opdrachtgever?

Er zijn net zoveel manieren om feedback te geven als er klanten zijn en wat je ook van te voren met je klanten bespreekt, je zult het altijd tegenkomen dat ze doen wat hen goedddunkt. Toch kan het geen kwaad om je klant duidelijk te maken, en dat kan ook nog gedurende de verschillende fases van het project, wanneer je verwacht dat ze daadwerkelijk inbreng hebben.

De meeste klanten zullen je onmiddellijk feedback geven na afloop van een van de fases van het hele traject, maar er zijn ook klanten die denken dat het werk makkelijker en sneller verloopt als ze zich er constant mee bemoeien. Maak ze meteen vanaf het begin duidelijk dat het niet de bedoeling is en je het ook niet op prijs stelt, dat voorkomt misverstanden.

2. wat is de rol van de klant?

Bij veel projecten eindigt de rol van de klant niet na de briefing. Het zal vaak nodig zijn dat ze materiaal en informatie leveren als kopij, een bedrijfslogo, of afbeeldingen. Ze moeten ook medewerking verlenen bij het zoeken naar een geschikte locatie voor een fotoshoot of zorgen voor afspraken met andere betrokken partijen.

Laat de klant exact weten wat zij moeten bijdragen en maak duidelijk dat ze zich aan de afgesproken tijdslijmet houden, omdat dat anders behoorlijk veel consequenties heeft voor je eigen tijdschema. Laat je dat na, dan riskeer je dat je opdrachtgever je een dag voor jouw deadline pas materiaal aanlevert maar er wel vanuit gaat dat jij je aan de afgesproken deadline houdt!

3. tussentijdse oplevering

Zorg ervoor dat je specificeert wat je gedurende het project zal opleveren en op welke data dat zal geschieden. Het is erg belangrijk dat de opdrachtgever precies op de hoogte is van wat hij zal krijgen en op welke manier het aangeleverd zal worden.

4. totale tijdsduur van het project

Je klant moet op de hoogte zijn van de verschillende fases van de opdracht en ook van de tijd die ermee gemoeid is. Alleen als het om een relatief eenvoudige opdracht gaat kun je volstaan met het noemen van een einddatum. In alle andere gevallen moet je de verschillende fases van het project benoemen in een tijdschema met niet alleen de data van oplevering, maar ook met de gegevens die je van hen nodig hebt.

Je zult merken dat het stukken relaxter werkt als je opdrachtgever exact weet waar hij aan toe is omdat hij volledig op de hoogte is van alle afspraken die tussen jullie zijn gemaakt. Het lijkt meer werk, maar je zult geen tussentijdse ongeruste telefoontjes of e-mails ontvangen over hoe de stand van zaken is en of alles wel volgens plan verloopt.

Het enige wat je moet doen, nadat je in eerste instantie per telefoon of tijdens een korte bijeenkomst de wederzijdse verwachtingen hebt besproken, is dit op papier uit te werken en het je klant voor akkoord voor te leggen. Als je er vanuit gaat dat een klant snapt wat je hem uitlegt, zal dat vaak opgaan, maar voor hetzelfde geld heeft hij een heel ander beeld voor ogen hoe de opdracht uitgevoerd moet worden. Voorkom in alle gevallen dat een project uitloopt op een ramp!

Urenregistratie

Omdat je wellicht de gewerkte uren aan je klant moet specificeren is een urenregistratie van onschatbare waarde om inzichtelijk te maken hoe het eindbedrag tot stand is gekomen. Als je als freelancer of ZZP'er nog niet zo ervaren bent is het raadzaam om, zeker de eerste 2 jaar, exact bij te houden hoe lang je over de verschillende onderdelen van iedere opdracht doet. Dit levert je verschillende voordelen op:

- **het evalueren van je opdrachten**

Door een evaluatie achteraf wordt je steeds meer bedreven in het inschatten van de tijdsduur van een bepaalde opdracht. Als een project is afgerond is het dus erg nuttig om per onderdeel van de klus te weten hoeveel tijd je er aan gependend hebt. Vaak zul je verbaasd staan over de lange tijd die je nodig had voor sommige delen en aan de andere kant zul je ervaren hoe snel je andere afgerond hebt en dat niet verwachtte.

- **je kunt exact factureren**

Omdat je de gewerkte uren aan je klant moet specificeren is een urenregistratie van onschatbare waarde om inzichtelijk te maken hoe het eindbedrag tot stand is gekomen. Zeker als je een offerte hebt afgegeven op basis van een geschatte eindprijs, kun je door het feit dat je alle gewerkte uren exact hebt bijgehouden een definitieve eindschatting maken. Is er in de loop van het project iets gewijzigd in de briefing of hebben er onverwachte extra werkzaamheden plaatsgevonden, dan kun je dat door je bijgehouden uren makkelijk

aantonen.

- **je bent je bewust hoe je de gewerkte dagen doorbrengt**

Als je bewust bent van de manier waarop je werkt en ook hoe je werkt zul je productiever en efficiënter werken. Niets is zo frustrerend als je de hele dag ingespannen aan de gang bent geweest en je hebt toch het gevoel dat je niet bereikt hebt wat je je had voorgenomen en ook niet weet waarom. Door het bijhouden van zowel de uren die je aan de opdracht zelf besteed hebt, als alle tijd die je voor allerlei zaken tussendoor hebt zitten doen, zal het je een exact beeld geven van al je werkzaamheden van de hele dag en zul je bovendien leren hoe je dat efficiënter zou kunnen doen.

Zoals bij veel andere dingen: de gewoonte maakt de meester. Hoe vaker je iets doet, des te makkelijker gaat het je af. Dus leer je deze goede gewoonte snel aan!

Onder hoofdstuk **Productiviteit**, paragraaf **Urenregistratie** staan een aantal mogelijkheden beschreven op welke wijze je jouw urenregistratie kunt bijhouden.

Communicatie

Als de opdracht waar je aan gaat beginnen erg klein is of recht toe recht aan, zal het nauwelijks nodig zijn om gedurende het hele traject regelmatig contact met je klant te hebben. In alle andere gevallen is het logisch dat je op verschillende tijdstippen in het hele traject contact met je klant zult moeten opnemen.

Zie communicatie ook als dienstverlening

Het aantal momenten waarop het zeker nodig zal zijn om contact met je klant te hebben:

- het inplannen van de opdracht;
- het verstrekken van informatie over de voortgang van de werkzaamheden;
- om overleg te plegen in verband met eventuele feedback;
- de presentatie van de verschillende afgeronde onderdelen van de opdracht.

Over het algemeen speelt communicatie een belangrijke rol in jouw dienstverlening aan de opdrachtgever. Er is niets zo slecht als een klant die het gevoel krijgt dat hij niet op de hoogte is van de vorderingen van zijn opdracht. Dus als je hem van tijd tot tijd op de hoogte houdt van de laatste stand van zaken en regelmatig om feedback vraagt, hem ook betreft bij de hele planning en je houdt aan de deadline, zal hij zich de koning te rijk voelen en je hopelijk ook bij anderen aanbevelen.

Je hoeft natuurlijk niet iedere dag aan de telefoon te hangen, maar plan binnen het project een vast moment waarop je jouw klant op de hoogte houdt of hem om informatie vraagt. Uit ervaring blijkt dat op zijn minst wekelijks contact voldoende is. Laat hem vanaf het begin van het project weten dat je hem wekelijks zult informeren. Houd je daaraan zodat je aan zijn verwachtingen zult voldoen.

Vastleggen van gegevens

Er zijn talloze manieren om met je klanten te communiceren: elkaar ontmoeten, per telefoon of e-mail, of via een speciaal CRM-programma. Hoe je ook met je klant communiceert, je moet in alle gevallen zorgen dat je alles vastlegt wat van belang is voor eventuele toekomstige conflicten.

Noteer alle afspraken en telefoongesprekken:

- 1) Zoals we al bespraken in de paragraaf **Briefing**
- 2) is het een verstandig idee om van iedere bijeenkomst een verslagje te maken en van elk telefoongesprek de belangrijkste punten te noteren. Door dit consequent wekelijks naar je opdrachtgever te sturen laat jij zien dat je van alles goede notitie hebt genomen en je klant voelt zich serieus genomen. Het bijkomende voordeel is dat mocht er in de communicatie toch iets mis zijn gegaan, dit bijtijds rechtgetrokken kan worden.
- 3) **archiveer je e-mail adequaat**
Je kent het: niets dan ellende om tussen allerlei e-mails de juiste e-mail van je klant of een

door jou verstuurd bericht terug te vinden. Door op een goede manier je Outlook in te delen voorkom je een hoop zoekwerk en raak je niet zo snel gefrustreerd. Een trucje dat je vast wel kent om in ieder geval je eigen e-mail terug te vinden is jezelf in de cc. te vermelden en het daarna te archiveren in de juiste map.

Als je het je kan permitteren denk dan eens aan een CRM-programma tegenwoordig kun je ook 'light' versies van CRM programma's kopen of gebruik de tool die binnen Windows Outlook gebruikt kan worden: [Business Contact Manager](#)

Aanpassingen door de klant

Tenzij je erg veel geluk hebt, of gewoon erg goed (!), komt het maar al te vaak voor dat de opdrachtgever nog wijzigingen aan wil brengen in je werk. Soms zijn die aanpassingen een regelrechte ramp en soms leveren ze een veel beter resultaat op. Onafhankelijk van het resultaat moet je er zonder meer rekening mee houden dat het kan gebeuren.

Deze aanpassingen incalculeren wil niet alleen zeggen dat je er uit voorzorg vanaf het begin extra tijd voor moet inplannen, maar dat het je opdrachtgever ook extra geld kan kosten. Het verraderlijke is dat je nooit van te voren kunt weten om hoeveel aanpassingen het in totaal zal gaan. Er zijn klanten die al met een paar aanpassingen tevreden zijn, terwijl anderen tot het laatst toe dusdanig kunnen muggenziften dat je zin hebt om eens een paar keer heel erg hard te gillen.

Je kunt natuurlijk al van te voren een standpunt daarover innemen en dit ook met je opdrachtgever open en vrij te bespreken. Het is niet meer dan normaal dat zowel jij als je klant weten waar jullie aan toe zijn bij aanpassingen en meerwerk. Door het bijtijds te bespreken kan bepaald worden hoeveel extra budget ervoor kan worden uitgetrokken.

Mocht achteraf blijken dat de voorgestelde aanpassingen erg meevallen wat betreft extra werk, dan heb je misschien een te rigoureuus standpunt ingenomen. Daarom kun je nog beter het volgende doen:

- geef al binnen het budget aan hoeveel uren je wilt toekennen aan extra werk voor aanpassingen;
- als er sprake is van aanpassingen, maak dan voor je klant inzichtelijk hoeveel extra uren daar mee gemoeid zijn, zodat duidelijk wordt wat de kosten zullen zijn;
- als blijkt dat het afgesproken budget voor de aanpassingen al bijna opgebruikt is, maar er is nog steeds extra werk dat nog niet helemaal is afgerond, laat dat de klant dan meteen weten, zodat hij er rekening mee kan houden.

Ben streng maar ook flexibel. Aan de ene kant wil je als freelancer of ZZP'er niet de twijfelachtige naam krijgen dat je nooit je extra uren doorberekend, maar aan de andere kant moet het project niet weken vertraagd worden omdat je opdrachtgever lang na wil denken over iedere mogelijkheid.

Budgetoverschrijding

Soms kan een opdracht duurder uitvallen dan je geoffreerd hebt. Daaraan kunnen een of twee dingen de oorzaak zijn:

1. **het is jouw fout-** *je hebt de hoeveelheid werk onderschat; je hebt de zaken verkeerd aangepakt; je hebt de briefing niet gevolgd of hebt een andere fout gemaakt.*
Freelancer of ZZP'er zijn is niet altijd even makkelijk en in 9 van de 10 gevallen zul je toch echt zelf moeten opdraaien voor de kosten van die fout. Als je om de een of andere reden onzeker bent over het aantal uren dat met de opdracht gemoeid is, maar dat aan het begin van de opdracht aan je klant kenbaar maakt, bestaat de kans dat men dat accepteert en dat men daar rekening mee houdt. Maar als je daar niet met je opdrachtgever over spreekt en het achteraf blijkt dat je niet in staat was om je uurtarieven adequaat in te schatten, zul je de

kosten waarschijnlijk zelf moeten dragen.

2. **fout van de klant-** *er was slechte communicatie aan de zijde van de opdrachtgever; zij leverden niet op tijd de benodigde informatie of het te bewerken materiaal aan, of ze verlangden te veel aanpassingen.*

Klanten kunnen veel problemen veroorzaken om wat voor reden dan ook – ze begrijpen niet waar het precies om gaat; hebben geen idee wat jij nodig hebt om je werk goed te doen; hebben het wellicht te druk of zijn gewoon veel te enthousiast, waardoor ze essentiële zaken hebben vergeten of over het hoofd zien.

Wat de reden ook is, zie het als jouw verantwoordelijkheid om de situatie te redden voor het compleet uit de hand loopt. Op zo'n moment kun je terugverwijzen naar een bepaalde afspraak of een memo die indertijd is verstuurd. Omdat je alle afspraken van het begin van de opdracht, maar ook de afspraken over latere aanpassingen goed hebt vastgelegd, net zo als het akkoord voor het ontvangen van vergoedingen voor extra geleverd werk, kun je de klant op zijn eigen verantwoordelijkheid wijzen. Als een klant je vraagt om werk te leveren dat niet in je offerte stond en wat later ook niet is afgesproken, is het niet meer dan normaal dat je recht hebt op een geschikte geldelijke compensatie.

Hoe ervarener je wordt, des te beter zul je de tekens van gevaar gaande een project bijtijds leren onderscheiden en zul je de klant kunnen waarschuwen dat zaken scheef gaan lopen. Aanvankelijk zal het aanvoelen alsof jij alle schuld van je klant op jouw schouders voelt, maar zet dat snel van je af en wijs hen erop dat jullie de verantwoordelijkheid weliswaar delen, maar dat je het professioneel zult oplossen.

Uitlopen van het tijdschema

Nog vervelender is het als je de afgesproken deadline niet haalt. Je kunt stellen dat, tenzij de klant de oorzaak is van de vertraging en jij ze bijtijds hebt gewaarschuwd, jij er zelf verantwoordelijk voor bent dat je op tijd levert. Vaak zal het overschrijden van de deadline geen financiële consequenties voor je hebben, maar het zal je andere dingen kosten:

- de klant zal minder tevreden zijn;
- je loopt het risico dat ze pas laat gaan betalen;
- het is onplezierig voor zowel je klant als voor jou.

De beste methode om het uitlopen van de opleveringsdatum te vermijden is om al van te voren rekening te houden met een eventuele overschrijding van het tijdschema, waardoor je kunt voorkomen dat je niet aan het verwachtingspatroon van je klant voldoet. Schat de uren die je voor een opdracht nodig denkt te hebben nooit te krap in en blijf realistisch, ook als van je van nature een optimist bent die denkt het in de afgesproken tijd te kunnen redden.

Raadpleeg ook nog eens onder het hoofdstuk '**Je eerste freelance opdracht scoren**' de paragraaf **Inschatting van tijdschema** voor uitgebreidere informatie hoe je een tijdschema opstelt.

Verder moet je op het moment dat duidelijk wordt dat er problemen aan zullen komen die het hele proces kunnen verstoren – of dat nu door het handelen of juist niet handelen van de klant is, of door je eigen verkeerde inschatting – de klant zo snel mogelijk waarschuwen opdat ze hun maatregelen kunnen treffen.

Leer van je fouten

Het is haast onvermijdelijk dat je bij sommige opdrachten de deadline niet zult halen en dat je bij andere het oorspronkelijke budget zult overschrijden. Dit hoort bij je keuze om freelancer te worden, dus leer zo veel mogelijk van je eerdere fouten! Probeer te achterhalen waar, wanneer en waarom het bij de opdracht fout ging en voorkom dat je een volgende keer weer in dezelfde valkuilen stapt.

Iets extra's doen voor je klanten

Het legt je geen windeieren als je af en toe ongevraagd iets extra's doet voor je klant, zonder daar extra voor te factureren. Waar kun je aan denken: een extra toepassing in de software die je schrijft; een applicatie voor hun website of een extra tekstbijdrage voor documentatie of site. Je klant zal dat appreciëren en het gevoel er aan overhouden dat je hart voor de zaak hebt en iets voor hem over hebt. Neem er notitie van dat we schrijven 'af en toe'! Als je permanent meer levert dan afgesproken is, zal dat al snel gezien worden als 'normaal' en zal het niet meer werken als een extra attentie. Laat dus op een subtiele manier aan je klant weten dat je hem deze 'gunsten' hebt verleend, anders is het effect te verwaarlozen.

Redder in nood

In de freelancerwereld krijg je vaak de kans om je opdrachtgever uit de brand te helpen en we raden je aan om daar gebruik van te maken als je de kans krijgt. Net zoals jij in de afspraken met je klant deadlines hebt vastgelegd over het definitief opleveren van de opdracht, heeft je klant vaak zijn eigen deadlines of verplichtingen.

Dus als een klant zich tot je wendt met een dringende deadline waarvoor hij niemand anders voor kan vinden, is het natuurlijk fantastisch als je op dat kritieke moment zijn 'redder in nood' bent! Dit levert je een heleboel waardering op, om maar niet te spreken van een uitstekende referentie. Ook hier past weer een waarschuwing: door vaak de redder in nood te spelen kan een klant het idee krijgen dat je altijd maar voor hem klaar zult staan. Ga hier dus spaarzaam en overwogen mee om, want de bedoeling is dat je opdrachtgevers je moeite hogelijk appreciëren, niet dat ze het vanzelfsprekend vinden.

Werken aan meerdere projecten tegelijkertijd

Het is onvermijdelijk dat je op een gegeven moment met meerdere opdrachten tegelijk bezig bent. Je moet voortdurend proberen om je balans te bewaren tussen de verschillende klanten, deadlines en taken en kunt daardoor makkelijk de controle verliezen. Daarom is het meer dan belangrijk om daar een soort verslag van bij te houden dat je zou kunnen noemen: Werk In Uitvoering (WIU).

Dit WIU verslag kan bestaan uit :

- alleen maar een vel papier of een whiteboard naast je bureau;
- een uitgebreidere online to-do-lijst;
- of een gedetailleerde Excel spreadsheet.

Welk middel je ook gebruikt: vermeld al je huidige klanten, de lopende projecten en het stadium van de verschillende werkzaamheden.

Als je slechts een of meer klanten tegelijk hebt, zou je dat ook in je hoofd kunnen bijhouden, maar het kan snel uit de hand lopen als je het drukker krijgt en daardoor zaken vergeet, belangrijke dingen over het hoofd ziet, je deadline uit het oog verliest of in de stress schiet.

Dossiers bijhouden

Zoals al in het vorige hoofdstuk werd genoemd is het belangrijk om alle gegevens van je klanten bij te houden in een fysieke dossiermap. Naast de gebruikelijke eigen gegevens heb je na verloop van tijd steeds nieuw materiaal dat van iedere opdracht bewaard moet blijven. Denk daarbij aan foto's en negatieven de verschillende stadia van ontwerpen, eerder uitgegeven brochures van je klant, nieuw voorbeeldmateriaal, prototypes, maar ook offertes, notities, contracten en briefwisseling.

Je kunt het simpel en bijzonder goedkoop houden door al deze gegevens per klant in een grote stevige envelop te stoppen, deze te voorzien van een etiket met klantnaam en aanvangsdatum en al die enveloppen ergens te bewaren.

Je kunt het ook professioneler aanpakken door te investeren in een archiefkast met hangmappensysteem, of als kleiner ook volstaat, in archieflades met hangmappen. Deze hangmappensystemen zijn overzichtelijk in verschillende alfabetische groepen onder te verdelen en je kunt alles ook vrij snel terugvinden.

TIP:

archiveren is nu niet direct het leukste werk wat er bestaat, maar het scheelt je een hoop zoekwerk achteraf als je je lade of kast ordelijk indeelt. Deel daarom vanaf het begin je archief in handige segmenten in:

- lopende opdrachten
- afgeronde opdrachten
- prospects
- je eigen administratie
- divers

E-mailbeheer

E-mails zijn een fantastische uitvinding, maar als je niet al van te voren hebt nagedacht over een overzichtelijke structuur, wordt het binnen de kortste keren een puinhoop en ben je snel de draad kwijt. Misschien een open deur voor velen, maar zo kun je die puinhopen voorkomen:

- verdeel je mappen in Zakelijk en Privé;
- maak een map aan voor iedere klant en sleep meteen iedere e-mail die binnenkomt en betrekking heeft op deze opdracht er naar toe.
- verdiep je in de talloze mogelijkheden van Outlook, want je kunt bepaalde e-mails ook meteen in de betreffende map laten binnenkomen. Voor een gratis minicursus met tips over het gebruik van Outlook klik [hier](#);
- lees je e-mail op een vast tijdstip van de dag. Iedere e-mail lezen als hij binnenkomt leidt je af en is inefficiënt;
- maak ook binnen de map van iedere klant submappen aan met de categorie URGENT, TO DO, ARCHIEF of wat je er zelf voor wilt bedenken;
- Overweeg of je alle binnenkomende en verzonden e-mail van en naar een klant in één map bij elkaar wilt houden.

Beheer van je Worddocumenten

Op dezelfde wijze als bij je e-mailbeheer maak je per klant verschillende mappen met submappen aan. Ook hier werkt de indeling 'LOPENDE OPDRACHTEN' en 'ARCHIEF' prima. Je maakt hierin submappen aan van al je opdrachtgevers, die makkelijk terug te vinden zijn door ze een specifieke code mee te geven en daaronder weer submappen van alle opdrachten. Na afloop van de klus kun je alles wat afgerond is verplaatsen naar het Archief.

Zorg ervoor dat je de verschillende Worddocumenten van een klant dusdanig opslaat dat door de naam alleen al duidelijk is wat de inhoud is en ook dat de datum van ontvangst is vermeld. Dit voorkomt onnodig zoeken en je voorkomt eventuele vergissingen als je iets wilt terugzoeken wat eerder verstuurd is of weer wilt doorsturen.

Foto's, tekeningen, pdf bestanden die per e-mail of cd-rom door je klant zijn toegestuurd kun je ook het beste in een van de submappen van je betreffende opdrachtgever opbergen: noem die map bijvoorbeeld 'BIJLAGEN'.

Dienstverlening

Als ZZP'er of freelancer ben je een service- en dienstverlener bij uitstek! Naast de kwaliteit van je werk en je tarief is jouw dienstverlening een van de drie elementen die de doorslag geven of je wel of niet nieuwe opdrachten binnenhaalt.

Wat goede dienstverlening of service is valt moeilijk te definiëren, maar is wel iets wat de klant onmiddellijk herkent. Hieronder wat tips die je daarbij kunnen helpen:

De juiste indruk

Zoals beschreven in de paragraaf **Wat verwacht de klant** is het erg belangrijk om je aardig en vriendelijk op te stellen tegenover je klanten. De juiste indruk maken gaat over je manier van spreken en houding:

- **Wees duidelijk en stel je informeel op (maar niet per se al te losjes), ben noch kortaf, noch breedsprakig**
Je komt niet vriendelijk over als je spreekt of e-mailt in 'one-liners'. Zelfs al valt er niet veel te melden, doe dat altijd in meer dan paar woorden.

“Fijn, dank je”, zou dan kunnen worden: “Hallo Gerard, ik heb je bijlage ontvangen. Dank je voor het toezenden. Nu is me duidelijker wat je precies bedoelde. Vriendelijke groet XX”.

Het is ook niet de bedoeling dat je van zo'n antwoord een epistel maakt ter grootte van een A4-tje, want dat geeft ook de verkeerde indruk. De tijd van je klant is kostbaar, dus houd daar rekening mee.

- **Wees persoonlijk, aardig en vriendelijk**

Beleefd zijn door ergens voor te bedanken wordt altijd gewaardeerd door je klant. Ook het onthouden van persoonlijke dingen als een verjaardag of jubileum, hobby's en de naam van partner of kinderen wordt erg op prijs gesteld. Het laat zien dat je dit soort dingen onthouden hebt. Zet dit soort persoonlijke zaken ook in het dossier, daar 'scoor' je mee.

- **Wees behulpzaam**

Je kent allemaal de klassieke zinnnetjes, waarmee je in winkels of restaurants door het personeel begroet wordt als: *“Kan ik u misschien ergens mee helpen”* of *“Wilt u misschien nog iets drinken?”* Dit soort vragen kun je ook bij jouw klant toepassen, maar uiteraard toegesneden op de situatie. Daarmee laat je zien dat je in hem geïnteresseerd bent en in staat om eventuele problemen op te lossen.

- **reageer snel**

Door snel op bijvoorbeeld een e-mail te reageren, laat je zien dat je dienstverlenend bent. Denk maar eens aan een situatie terug waar je in een winkel stond waar je iets wilde kopen, maar het personeel stond met elkaar te kletsen en zag jou helemaal niet staan. Dacht je toen niet: *“Er zijn wel meer winkels waar ik ook terecht kan”* en maakte je rechtsomkeert, of kocht je er wel wat maar nam je je voor er nooit meer terug te komen!”

Bedenk dat als jij al zo reageert, ook andere mensen hetzelfde zullen doen in zo'n situatie.

Door snel te antwoorden of minstens te reageren dat je er snel op terug zult komen, (en dat dan ook doet!) geef je de indruk dat je beschikbaar bent en ze wil helpen. Als je zo'n e-mail of voicemail te lang laat liggen voor je actie onderneemt, maak je juist een erg slechte indruk. Dus ook al heb je het nog zo druk, of hik je tegen een deadline aan, neem er toch even de tijd voor en laat ze niet dagen onbeantwoord: het zal je veel opleveren!

Net zo belangrijk is het om punctueel te zijn in afspraken en deadlines. Op de afgesproken datum leveren zorgt voor tevreden klanten en goede referenties! Voor je klant zijn deadlines erg belangrijk, omdat hij er op rekent dat hij daarna verder kan gaan met zijn geplande werkzaamheden, of een drukker wacht op jouw afgeleverd werk. Als een opdrachtgever niet op je kan rekenen, zal hij waarschijnlijk niet overwegen om jou een volgende keer weer in te schakelen.

- **beschikbaar en bereikbaar zijn**

Dit item is al eerder uitgebreid behandeld, dus volstaan we er mee om te vermelden dat je geen echte service verleend als je klanten je niet te pakken kunnen krijgen.

- **heb aandacht voor je klanten**

Je klant wil het gevoel hebben dat je aandacht aan hem schenkt en die aandacht geven is een erg belangrijk aspect bij het geven van service en dienstverlening. Je moet zelfs zo ver gaan dat je ze meer geeft dan ze denken nodig te hebben.

Ook al denk je nu dat je dat een hoop extra werk zal opleveren, niets is minder waar. Denk eens aan een kerst- of verjaardagskaart; denk aan de verjaardag van partner of kinderen; doe eens iets extra's; reken een speciale prijs voor hun trouwe klandizie; of geef ze eens een interessante tip of informatie. Je zult zien dat zulke attenties geweldig op prijs worden gesteld.

Van goed naar geweldig

Als je je als freelancer of ZZP'er houdt aan bovenstaande punten, dan verleen je geen **goede** service, maar zelfs een **geweldige** service. In combinatie met jouw expertise zal dat, behalve blijvende en nieuwe klanten, ook uitstekende referenties opleveren.

Het oplossen van klachten en problemen

Op een dag krijg jij er ook mee te maken: onenigheid met je klant.

Zelfs de meest ervaren freelancer of ZZP'er die bekend staat om zijn geweldige dienstverlening, krijgt daar wel eens mee te maken. Onenigheid kan ontstaan door verschillende oorzaken: de klant is het niet eens met de manier waarop jij de zaken aanpakt; het kan te maken hebben met misverstanden over betalingen, deadlines of jouw dienstverlening. Hieronder staan verschillende tips hoe je met zo'n onvermijdelijke onenigheid te maken krijgt:

- **documentatie, documentatie, documentatie!**

Als je iedere e-mail, iedere brief bewaart en rubriceert; als je consequent aantekeningen maakt van ieder gesprek en afgelegd bezoek, heb je altijd gegevens paraat waarop je kunt terugvallen.

Zoals eerder is genoemd, is het geen slecht idee om alles wat van belang is voor de voortgang van de opdracht vast te leggen in een dossier. Dus ook verslagen van telefoongesprekken, e-mails met wijzigingen van de werkzaamheden, instructies over aanpassingen en uitbreidingen van de opdracht etc. Hierdoor kun je al voor een groot deel misverstanden en ergernissen voorkomen omdat je bewijzen hebt dat je gehandeld hebt naar de wensen van je klant.

- **of heeft de klant altijd gelijk?**

Dat wordt wel gezegd: *"de klant is altijd koning."* In de detailhandel gaat het bij een transactie tussen winkel en klant meestal om relatief lage bedragen en zal deze regel vaak opgaan. Geldt deze 'regel' ook voor ZZP'ers en freelancers? Antwoord: soms!

Bij projecten in het bedrijfsleven waar ook voor freelancers en ZZP'ers hoge sommen mee gemoeid kunnen zijn, moet je soms de klant zijn gelijk gewoon gunnen. Dan hebben we het over kleine zaken die de moeite niet waard zijn om ruzie over te maken zoals smaakverschillen, ongewone verzoeken of kleine aanpassingen waar je je niet al te druk over moet maken, zeker als het geen ernstige inbreuk op het gehele project maakt.

Anders wordt het als je klant het project in gevaar brengt door vast te houden aan zijn wijzigingen en die erg veel consequenties zullen hebben en in ieder geval veel extra werk met zich mee zullen brengen, of als hij bij extra werkzaamheden geen extra toeslagen wil betalen.

In die gevallen waar de klant je wil dwingen om zijn standpunt over te nemen, of als duidelijk is dat de klant uit pure onwetendheid problemen veroorzaakt, dan moet je jouw gezag laten gelden op basis van je professionele mening.

Hoe los je conflicten op?

Je kunt een conflict op een slechte of op een goede manier oplossen. De slechte manier is om je emoties mee te laten spelen en kwaad en agressief te worden. Als je emotioneel bent, ben je niet in

staat om je gevoelens te verbergen en kun je de relatie met de klant permanent beschadigen, zelfs al is hij uiteindelijk bereid jouw standpunt te accepteren.

In plaats van woedend te worden kun je beter:

- **jezelf afvragen of je misschien toch ongelijk hebt**

ervaring leert dat de klant het best eens een keer bij het rechte eind kan hebben, zelfs al beweegt hij zich op jouw vakgebied. Bedenk in ieder geval dat hij veel meer ervaring in zijn branche heeft dan jij en misschien wel een goede reden heeft om voor te stellen het op een andere manier te doen, ook al slaat het volgens jou nergens op.

Vraag naar de beweegredenen van je klant voordat je met hem gaat argumenteren. Misschien zijn de uitleg en de argumenten zo logisch dat je het zelfs eens met hem kunt zijn. Het komt je reputatie niet ten goede als je jouw professionele mening gebaseerd hebt op een verkeerd uitgangspunt en het zelf bij het verkeerde eind hebt.

- **heldere en duidelijke argumenten geven**

Of je nu wilt uitleggen dat de nieuwe beslissing van de klant negatieve gevolgen zal hebben voor het project en zijn bedrijf, of waarom je nog geld van hem tegoed hebt, leg dat helder en duidelijk uit, zonder extreme emoties.

- **proberen je klant geen gezichtsverlies te laten lijden**

Het is verrassend om te zien dat mensen geneigd zijn om hun standpunt te wijzigen alleen maar om niet te hoeven toegeven dat ze ongelijk hadden. Geef de klant de gelegenheid om zonder gezichtsverlies terug te komen op zijn eerdere beslissing door bijvoorbeeld te zeggen: *“misschien heb je die e-mail niet ontvangen en heb je daarom gedacht...”* of *“het kan natuurlijk ook zijn omdat ik het de eerste keer niet duidelijk genoeg heb uitgelegd”*.

Onderkennen van en omgaan met moeilijke klanten

Niet alle klanten zitten hetzelfde in elkaar en door ervaring zul je er bedreven in raken om klanten te herkennen waarmee het wat moeilijker werken zal zijn.

Hieronder geven we een aantal indicaties die wij doeltreffend vonden, maar het kan net zo goed zijn dat jij andere ervaringen hebt. Als je een gepikt en gemazelde freelancer of ZZP'er met een uitgebreid klantenbestand bent is het makkelijker om bepaalde klanten al op voorhand wel of niet te kiezen, dan als je nog een beginneling bent. Op een ding moet je gewoon afgaan, zelfs als je nog maar net aan de gang gaat: je instinct. Heb je er geen goed gevoel bij twijfel dan niet, want een 'ellendig' klant kan je uiteindelijk veel tijd en geld kosten en je heel veel stress opleveren.

Let op de hiernavolgende signalen:

- **klanten die zichzelf overdreven beschermen**

Er zijn klanten die je zullen vragen om juridische documenten te ondertekenen zoals [geheimhoudingsdocumenten](#) (of non-disclosure agreements), leveringsovereenkomsten en contracten.

Deze documenten kun je accepteren, zolang het duidelijk is wat er staat en je ermee akkoord kunt gaan. Houd wel in de gaten dat ieder juridisch document dat je moet ondertekenen zodanig is opgesteld dat het in eerste instantie hun zakelijke belangen beschermt. Ieder document dat jou financieel verantwoordelijk stelt mocht er iets met het project mislopen, moet je zeker niet ondertekenen, als je tenminste op termijn zaken wilt blijven doen.

Opdrachtgevers die teveel gefocust blijven op het beschermen van de eigen belangen zouden beter kunnen samenwerken met een groter en beter geoutilleerd bedrijf dan met een nog niet zo ervaren freelancer of ZZP'er. De risico's kunnen erg groot zijn, dus vermijdt dit soort klanten.

- **klanten die vragen of ze ook moeten betalen als het werk hen niet bevalt**

Dit is een veelvoorkomende misopvatting in de designbranche. De klant is van mening dat als hem het resultaat van de opdracht niet bevalt, hij dan niet voor het geleverd werk hoeft te betalen. Dit kan op voorhand inhouden dat de klant de tijd die je er in hebt gestoken niet waardevol vindt, jouw diensten niet vertrouwd, maar nog net niet zegt dat hij geen

gemakkelijke klant is om voor te werken

- **klanten die slechte ervaringen hebben met andere freelancers of ZZP'ers**

Natuurlijk komt het voor dat een klant in het verleden slechte ervaringen heeft opgedaan bij niet professionele freelancers, maar ze beseffen vaak niet dat de fout ook bij hen kan liggen. Als een klant aangeeft dat hij veel negatieve ervaringen achter elkaar heeft meegemaakt, dan is hij waarschijnlijk zelf de slechte factor in het geheel!

Door op deze en andere alarmerende signalen te letten, kun je voorkomen dat je jezelf problemen op de hals haalt. Houd altijd bij contact met nieuwe klanten in gedachte dat het van twee kanten moet komen. Zij moeten beslissen of jij de juiste freelancer voor hen bent en jij moet ervaren dat zij goed bij jou passen.

Iedere klant is verschillend en jammer genoeg kun je er geen vaste regels op los laten. Probeer de klant het voordeel van de twijfel te gunnen ook als je er zelf niet helemaal achter staat. Maar als je instinct zegt dat je het niet moet doen, vertrouw daar dan op. Als je ondanks je twijfel toch een goed gevoel bij een persoon hebt, kan dat helpen om een beslissing te nemen.

Facturering

Het harde werken zit erop en nu is het tijd om te factureren! In dit hoofdstuk behandelen we het maken van een factuur, cashflow, financiële administratie en handige tips om klanten die niet op tijd betalen aan te manen.

De factuur

Het hoeft natuurlijk niet uitgelegd te worden wat een factuur is en waarvoor hij dient, dat zal je wel duidelijk zijn. Maar wellicht zijn een aantal aandachtspunten wel nodig zodat je een goede factuur kunt opmaken.

Je kunt iedere factuur handmatig maken op basis van een van te voren ontworpen lay-out, of je maakt gebruik van een speciaal computerprogramma dat de factuurnummers automatisch bijhoudt en zodanig in het systeem plaatst dat je de facturen makkelijk kunt terugvinden, maar er ook herinneringen of factuuraanmaningen mee genereert. De aanschaf van zo'n programma is zeker de moeite waard als je veel moet factureren!

Oriënteer je en klik [hier](#) voor een niet te dure toepassing waarmee je kunt factureren en zelfs offertes maken. Of kijk eens op deze [site](#) of dit iets voor je is.

Wat moet er op een factuur staan:

Na het verrichten van je werkzaamheden moet je factureren, ofwel: een rekening sturen. De meeste freelancers doen dat op een vast tijdstip van de maand, bijvoorbeeld in de laatste week van de maand.

De facturen die je verstuurt worden verkoopfacturen genoemd en die registreer je in je verkoopadministratie. Als je BTW-plichtig bent dan moet je op de factuur [BTW](#) heffen en deze opnemen in je BTW-administratie.

Je facturen moeten voldoen aan een aantal voorwaarden. Op je factuur moet staan:

- factuurdatum;
- uniek factuurnummer;
- jouw [BTW-identificatienummer](#);
- naam en het adres van je bedrijf;
- naam en het adres van je klant;
- het BTW-identificatienummer van je klant moet worden vermeld als er sprake is van een levering aan een andere land in de EU of als je klant op grond van een [verleggingregeling](#) verantwoordelijk is voor de afdracht van BTW;
- de hoeveelheid en de aard van de geleverde goederen of de omvang en de aard van de verrichte diensten;
- de prijs exclusief BTW;

- het te betalen bedrag aan BTW, eventueel uitgesplitst naar [BTW-tarief](#);
- je registratienummer bij de Kamer van Koophandel (dit staat normaliter voorgedrukt op je briefpapier);
- als er sprake is van toepassing van de [margeregeling](#) moet je dit aangeven op de factuur;
- als er sprake is van een vrijstelling of levering aan een andere land in de EU moet je dit aangeven d.m.v. de vermelding van hun BTW-identificatienummer op de factuur;
- de uiterste betaaldatum of betalingstermijn. Meestal is dit 14 of 30 dagen, afhankelijk van wat er in je algemene voorwaarden staat.
- je zakelijke banknummer en banknaam;
- verder moet je de facturen opeenvolgend nummeren. Je mag zelf kiezen of je op 1 januari begint met factuur nummer 1 of met een hoog getal zoals 200. In elk geval moet elke opeenvolgende factuur een hoger nummer krijgen. Na 1 komt dus 2 en na 200 komt factuur nummer 201;
- zijn je diensten niet BTW-belast? Neem dan op de factuur een zinnetje op waaruit dat blijkt. Bijvoorbeeld: 'Journalistieke werkzaamheden zijn vrijgesteld van BTW.'

Wil je meer weten over BTW in het algemeen en welke regels daarvoor gelden klik dan [hier](#). De belastingdienst vertelt er je alles over.

Houd er rekening mee dat, ook al is jouw betalingstermijn 10, 14 of 30 dagen, er klanten zijn, zeker de grotere, die een eigen standaardtermijn van betaling hanteren. Het is niet ongebruikelijk dat ze pas na 60-90 dagen betalen, omdat dat beter is voor hun cashflow en vaak ook omdat ze een omvangrijk boekhoudsysteem hebben. Dit kan hoogst vervelend zijn voor freelancers en ZZP'ers omdat ze daardoor lang op hun geld moeten wachten. Kijk daarom ook altijd naar de voorwaarden van een toekomstige klant, dan weet je wat je kunt verwachten.

TIP: Wil je over hun betalingsvoorwaarden discussiëren, doe dat dan vóór aanvang van de opdracht, want dan kun je dat nog opnemen in de samenwerkingsovereenkomst. Als je op een later tijdstip alsnog probeert hen over te halen is de kans groot dat ze het toch negeren of dat het wrijving geeft.

Voorschotten en trapsgewijze betalingen

Overweeg of je de opdrachtgever voordat je daadwerkelijk aan de klus begint om een voorschot kunt vragen. Dit is handig om de eerste onkosten mee te dekken en vermindert ook het risico als het eventueel toch een slecht willende klant blijkt te zijn. Normaal gesproken bedragen voorschotten tussen de 10 en 50 % van het totaal te betalen bedrag.

Ontvang je een voorschot dan is het gebruikelijk dat je voorafgaand aan de start van het project een factuur stuurt. Hierop dient te staan dat je eerst nadat het voorschot is betaald je aan de opdracht zult beginnen. Je moet ook vastleggen onder welke omstandigheden er een gehele of gedeeltelijke terugbetaling van het voorschot zal plaatsvinden.

Dit zou kunnen gebeuren indien je zelf wegens ziekte of andere onvoorziene omstandigheden het werk niet kunt afmaken, of omdat de gehele opdracht om wat voor reden ook is komen te vervallen voor aanvang van de werkzaamheden. Jij kunt bepalen hoe je de regels wilt definiëren en je klant kan ervan op aan dat hij in geval van calamiteiten zijn geld terugkrijgt.

Hetzelfde geldt voor trapsgewijze betalingen gedurende de opdracht. Voor ieder afgerond onderdeel van het project dien je een factuur te sturen voor het afgesproken bedrag. Het spreekt vanzelf dat je niet verder gaat met je werk als de betaling voor je laatst afgeleverde werk niet betaald is.

Hoe ga je om met dubieuze debiteuren?

Een dubieuze debiteur is iemand van wie je iets te vorderen hebt terwijl je er ernstig rekening mee houdt dat de vordering niet of slechts gedeeltelijk kan worden geïnd. Een dubieuze inning van een vordering kan natuurlijk óók het gevolg zijn van niet-verwijtbaar onvermogen tot betaling. Of van een verschil van mening. In de inkomstenbelasting en winstberekening wordt de uitdrukking 'afschrijvingskosten dubieuze debiteuren' gebruikt. In de omzetbelasting gebruiken we de uitdrukking: teruggave van voorbelasting in verband met oninbaarheid van dubieuze vorderingen.

Jammer genoeg zal het je in je carrière als freelancer of ZZP'er wel eens overkomen dat er een klant zal proberen om een gedeelte van de factuur niet te betalen of zo lang mogelijk wacht met betalen omdat hem dat beter uitkomt, of helemaal weigert te betalen. Dit kan een groot financieel probleem voor je worden, want intussen moet je ook eten en drinken, nietwaar?

Zoals al eerder is vermeld, zorg dat je altijd een geldbuffer achter de hand hebt om dit soort problemen te kunnen opvangen. Het komt veelvuldig voor dat kleinere bedrijven en freelancers en ZZP'ers moeten stoppen omdat ze door de late of slechte betalingen van hun klant(en) hun eigen vaste lasten niet meer kunnen betalen.

Freelancers en ZZP'ers denken vaak dat het moeilijk is om hun factuur betaald te krijgen als de opdrachtgever veel te laat is met betalen. Ze zien al voor zich dat ze talloze keren herinneringen en aanmaningen moet sturen en zelfs een incassobureau moeten inschakelen. Maak je niet al te druk, het kan erg meevallen en als je op tijd de juiste stappen zet krijg je vaak vrij snel je openstaande factuur betaald. Moeilijker wordt het natuurlijk bij klanten die intussen failliet zijn gegaan of als facturen terecht worden aangevochten.

Als je het volgens de regels hebt gedaan, heb je zowel in je algemene voorwaarden als bij de aanvaarding van de opdracht in de opgestelde overeenkomst of contract vastgelegd wanneer de klant de betaling van je factuur moet voldoen. Ook op de factuur zelf staat een vervaldatum. Op beide vermeldingen kun je terugvallen bij te late betaling.

Je klant probeert alsnog korting te krijgen op de factuur

Een klant zou je ervan kunnen beschuldigen dat je hen niet alles hebt (aan)geleverd wat in de offerte is vastgelegd. Om dit soort zaken te voorkomen is het erg belangrijk om de opdrachtgever bij aanvang van de opdracht te laten tekenen voor de offerte, zodat je daar later, indien nodig, op terug kunt vallen. Als je die handtekening onverhoopt niet hebt kan ook een bewijs van de betaling van het voorschot volstaan om aan te tonen dat je wel degelijk aan je verplichtingen hebt voldaan.

In zulke gevallen kun je het beste je klant een bezoek brengen en dit persoonlijk met hem bespreken. Raadzaam is om er niet heen te gaan als al je stekels overeind staan. Ga met de gedachte dat de klant misschien wel een gefundeerde reden heeft om reductie van de hoofdsom te vragen en dat je niet zo makkelijk in je schulp kruipt alleen maar om de klant te plezieren en dat je duidelijk moet zijn zonder agressiviteit.

Als je het gevoel krijgt dat je klant onder zijn betaling probeert uit te komen, wijs hem dan op de getekende offerte en andere notities die kunnen bewijzen dat jij je aan je afspraken hebt gehouden en van zijn kant op zijn bepalingsplicht.

Wat doe je als je klant de betaling blijft uitstellen?

In je algemene voorwaarden en ook in je schriftelijke overeenkomst heb je jouw betalingsvoorwaarden vermeld, zodat de opdrachtgever weet binnen hoeveel dagen hij de factuur moet voldoen. Afhankelijk van je voorwaarden kan dat contante betaling bij aflevering zijn, tot een termijn van 14 tot 90 dagen.

Als je de klant toestaat om binnen een termijn van 90 dagen te betalen, heeft daar alleen de klant een groot voordeel bij. We raden jou als freelancer of ZZP'er aan om zo'n lange betalingstermijn niet te gebruiken. Verstandiger is om een termijn te hanteren van 8 tot 30 dagen, omdat je 'klein' bent en je je geen lange betalingstermijnen kunt veroorloven.

Overschrijdt een klant de betalingstermijn, dan is het jouw verantwoordelijkheid om hem meteen een herinneringsfactuur te sturen of hem eens te bellen waarom de factuur niet wordt voldaan. Dat zal vaak al afdoende zijn. Reageert hij echter geprikkeld, dan kan dat zijn strategie zijn om de betaling nog even uit te stellen.

Een andere manier om ervoor te zorgen dat klanten tijdig de rekeningen betalen is om in al je voorwaarden op te nemen dat bij te late betaling er met iedere week uitstel er een percentage bovenop komt. Laat je echter niet verleiden om je rijk te rekenen door die extra percentages, ook al kun je het je veroorloven om nog even op je geld te wachten. Als de klant die verhogingen aanvecht ben je verder van huis en ontstaat er zeker een slechte verhouding met je opdrachtgever.

Tip: Ook een manier om vlotte betalingen te krijgen is om hen bijvoorbeeld 2% korting te verlenen bij betaling binnen twee weken. Uiteraard kun je dat ook in je voorwaarden opnemen, maar als er al in de prijsstelling van je offerte rekening mee houdt kom jezelf niet tekort!

Wat kun je doen als je klant weigert te betalen?

Als je de klant zowel een herinnering, een tweede herinnering en zelfs een aanmaning hebt gestuurd en hij reageert helemaal niet dan wordt het tijd om een incassobureau in te schakelen. Er zijn incassobureaus die werken op basis van '[no cure, no pay](#)', kijk ook eens op de volgende [site](#) of zoek zelf op internet naar een geschikt bureau. Incassobureaus rekenen een percentage van de te innen som en zijn erg ervaren in het afhandelen van openstaande posten. Sommige rekenen zelfs helemaal niets omdat ze dat op de debiteur verhalen! Ga er naar op zoek.

Als het om kleinere bedragen gaat kun je je ook afvragen of het misschien beter is om ze dan maar af te schrijven als onfortuinlijke kostenpost en dit soort klanten in de toekomst te vermijden. Dat is natuurlijk frustrerend en om woedend over te worden, maar probeer er van te leren en laat het achter je.

Oninbaarheid en omzetbelasting

Wanneer je een vordering niet betaald krijgt, mag je de inmiddels afgedragen omzetbelasting terugvragen bij de belastingdienst.

Hoe werkt dat:

- de omzetbelasting moet worden afgedragen over de periode waarin de factuur verzonden wordt;
- pas wanneer blijkt dat betaling niet plaatsvindt is teruggave van omzetbelasting op verzoek mogelijk;
- de belastingdienst wil de teruggave verlenen onder de voorwaarde dat ze in beginsel de mogelijkheid heeft om bij de schuldenaar de niet betaalde omzetbelasting terug te vorderen;
- daarom mag je niet zelf terugboeken maar moet je apart verzoek doen;
- de factuur en alle correspondentie daarover moet aan de belastingdienst worden overgelegd;
- teruggave wordt bij faillissement van je schuldenaar direct verleend wanneer je de verklaring van de curator overlegt;

- teruggave komt pas na twee jaar wanneer er geen sprake van faillissement is;
- wanneer je zelf besluit tot vermindering van een factuur, moet je een creditnota sturen;
- in dat geval wordt de teruggave als het ware direct verleend omdat je een creditnota als negatieve opbrengstfactuur in je boekhouding verwerkt;
- in dat geval hoef je geen verzoek te doen;
- er moet wel vast staan dat de creditnota verstuurd is; interne creditnota's zijn niet toegestaan.

Als de betaling ondanks herinneringen en aanmaningen toch uitblijft kun je het volgende doen:

- de opdrachtgever of de administratie nog eenmaal bellen om aan de openstaande factuur te herinneren en te melden dat je genooddaakt bent om een incassobureau in te schakelen als men niet binnen 5 werkdagen betaalt;
- bij uitblijven van betaling binnen de gestelde termijn de factuur uit handen geven aan een incassobureau, gerechtsdeurwaarder of advocaat en het aan hen overlaten.

De meeste klanten zullen betrouwbaar zijn en hun afspraken nakomen. Wellicht ontdek je dat je instinct je niet bedrogen heeft en dat je toch niet met deze klant in zee had moeten gaan.

Cashflow

Je zult deze term vaak horen binnen de zakenwereld. Het is een even belangrijk als simpel gegeven: hoeveel geld komt er binnen en hoeveel geld geef je zakelijk uit. Als er veel geld binnenkomt en je hebt weinig uitgaven zit je in een bevoorrechte positie. Als echter het tegenovergestelde het geval is zit je in de problemen.

Wikipedia zegt er het volgende over:

“Cashflow is een term in de [bedrijfseconomie](#) waarmee het geld dat een [organisatie](#) in en uit gaat bedoeld wordt. De Nederlandse vertaling is kasstroom, maar in de literatuur en in de praktijk wordt deze term niet vaak gebruikt. Meestal worden cashflows weergegeven per periode of per project. Als er geld binnenkomt heet dit een positieve cashflow en als er geld de organisatie verlaat is dit een negatieve cashflow. Als een [onderneming](#) een [jaarrekening](#) publiceert wordt naast de [balans](#) en [resultatenrekening](#) ook een [cashflowoverzicht](#) (in Nederland dus ook wel kasstroomoverzicht) van dat jaar gepubliceerd.

Voor het bepalen van cashflows is het belangrijk een onderscheid te maken tussen aan de ene kant [kosten](#) en [opbrengsten](#) en aan de andere kant [uitgaven](#) en [ontvangsten](#). Aan de hand van het eerste paar wordt namelijk de [winst](#) berekend, en aan de hand van het tweede paar de netto cashflow.

Om dit onderscheid te verduidelijken even een voorbeeld. Een [handelsonderneming](#) kan op een bepaald moment een product op rekening verkopen. Op dat moment wordt een opbrengst gerealiseerd, maar aangezien het geld nog niet betaald is door de klant zijn er nog geen ontvangsten en is er ook nog geen cashflow gerealiseerd.

Hetzelfde geldt voor de [inkoop](#). Op het moment dat een onderneming iets inkoopt worden kosten gemaakt, maar pas op het moment dat deze betaald worden wordt de uitgave gedaan.

Daarnaast bestaan er ook [kosten](#) die geen [uitgaven](#) zijn, bijvoorbeeld [afschrijvingen](#). Of uitgaven die geen kosten zijn, bijvoorbeeld [investeringen](#) (in [vaste activa](#)) of aflossingen op [leningen](#). En bij het aangaan van een lening geldt het omgekeerde, er komt wel cash geld de onderneming binnen, en dus een positieve cashflow, maar omdat er voor hetzelfde bedrag een lening tegenover komt te staan die ooit afgelost zal moeten worden is het geen opbrengst.

Een onderneming kan dus [winst](#) maken en toch een negatieve [netto](#) cashflow hebben of andersom.

Voor [kredietleveranciers](#) is de cashflow van een bedrijf het beginpunt om te bepalen hoeveel een bedrijf kan lenen. Ook voor de [waardebepaling van een onderneming](#) is dit een uitgangswaarde waarbij de toekomstige kasstromen worden teruggerekend naar de [waarde](#) van [vandaag](#).”

Als freelancer of ZZP'er factureer je over het algemeen pas nadat je de opdracht hebt afgerond en zal de situatie zo zijn dat je klanten regelmatig zullen betalen, maar ook dat je nog geld tegoed hebt. Geld tegoed hebben is echter niet hetzelfde als het geld op je rekening hebben staan! Als je zelf ook rekeningen of je vaste lasten moet betalen en je hebt nog niet de beschikking over je geld, dan heb je een cashflow probleem.

Toen je een vaste baan had kon je iedere maand op de vaste tijd op je salaris rekenen, maar nu zul je de ene week bulken van het geld als je net betaald bent voor werk van een maand geleden en op andere weken droogt je banksaldo op in afwachting van je volgende klant die zal gaan betalen, of nog erger, er zijn helemaal geen projecten die in het verschiet liggen.

Het is het beste als je een planning maakt voor deze onzekere momenten:

1. becijfer de jaarlijks terugkerende kosten;
Maak een verdeling tussen wekelijkse kosten, incidentele kosten en min of meer onregelmatige uitgaven. Vergeet daarbij niet om daarin ook de aflossingen van je creditcard op te nemen en de reserveringen voor de belasting.
2. zet in een spreadsheet de weken van het jaar;
3. zet onder elkaar in de eerste kolom de verschillende terugkerende uitgaven zoals huishoudgeld, huur, abonnementen etc. en vul het bedrag van de onkosten onder de betreffende week in;
4. daaronder zet je de uitgaven voor onregelmatige uitgaven en incidentele kosten. Dus als je weet dat je in september de belasting moet betalen, staat onder week 35 het bedrag dat je zult moeten betalen. Als je nieuwe kantoorapparatuur nodig hebt en dat zal halverwege het jaar zijn, vul dan het vermoedelijke bedrag in onder week 27 of 28. Weet je hoeveel je gaat uitgeven in je vakantie, zet dan tijdens die periode het bedrag onder de betreffende week;

Het doel van deze exercitie is dat je een tamelijk exact beeld krijgt wanneer je geld moet uitgeven en daardoor ook ziet wanneer dat gecompenseerd moet worden door inkomsten;

5. de (geschatte) inkomsten zet je als laatste in je grafiek onder de laatste week van iedere maand (als je net begint is dat natuurlijk moeilijk, maar ga dan uit van een fictief bedrag). Houd daarbij rekening met een aantal stille periodes in een jaar, zoals de vakantieperiode en dat je dan meer geldreserves nodig hebt die je over moet zien te houden van de maanden ervoor;
6. Omdat je pas geld ontvangt na de afronding van een opdracht, moet je de kolommen zo aanpassen dat alle bedragen 1-2 maanden opschuiven. Dus werk je in 2 weken in mei, dan ontvang je waarschijnlijk pas halverwege juni, begin juli je betaling.

Deze berekening zal uiteraard niet kloppen, maar zal je wel een beeld geven van de kwetsbare periodes waarin je weinig of geen cash hebt en kun je daarmee rekening houden.

Administratie

Voor de meesten onder ons zal administratie en boekhouden niet het meest favoriete werk zijn, maar toch is het voor iedere freelancer of ZZP'er een noodzakelijk kwaad en nodig om zich op zakelijk gebied te kunnen handhaven.

Want ook aan het hebben van een eenmanszaak en aan het freelancer- of ZZP'er zijn zit de verplichting om een administratie bij te houden. Dus denken dat het allemaal niet zo nauw komt met je boekhouding kun je vergeten! Hieronder vind je de verplichtingen die door de Belastingdienst zijn opgesteld. Alle gegevens over je bedrijf die je vastlegt op papier of in elektronische vorm, horen bij de administratie. Voorbeelden hiervan zijn:

- kasadministratie (ook kladaantekeningen) en kassabonnen;
- financiële aantekeningen, zoals het inkoop- en verkoopboek;
- tussentijds gemaakte controleberekeningen;
- ontvangen facturen en kopieën van verzonden facturen;
- bank- en giroafschriften;
- contracten, overeenkomsten en andere afspraken;
- agenda's en afsprakenboeken;
- correspondentie;
- software en databestanden.

Zie voor meer informatie ook de onderstaande link van de Kamer van Koophandel en de link van de Belastingdienst:

[Klik hier voor de kvk website](#)

[Klik hier voor de belastingdienst website](#)

Zelf je administratie bijhouden of uitbesteden?

Of je nu een boekhouder inhuurt of niet, sommige zaken zul je toch echt zelf dagelijks moeten bijhouden om orde op zaken in je bedrijf te houden. Wat moet je doen:

- **houd al je gegevens goed op orde**
De basis van je administratie is het bijhouden van alle geldstromen. Dat betekent dat je op overzichtelijke manier al je facturen, betalingsbewijzen, bonnen, bank- en creditcardafschriften in verschillende ordners bijhoudt. Het is raadzaam om privé en zakelijke administratie separaat op te bergen.
- **houd een kasboekje bij voor de dagelijkse uitgaven**
Zo'n boekje is snel aangeschaft en helpt je om het overzicht te houden bij dagelijkse kleine uitgaven. Je kunt dat ook [gratis online](#) bijhouden. Maak er een gewoonte van om je uitgaven per categorie in te delen en de bonnen te nummeren.

Het voordeel is dat je op het einde van de maand makkelijk kunt zien wat je hebt uitgegeven en welke bonnen relevant zijn voor je administratie en wat eventueel aftrekposten zijn.

Het spreekt vanzelf dat de bonnen die je in je administratie gaat opvoeren als kostenposten bewaard moeten blijven in geval van belastingcontrole.

houd je administratie regelmatig up-to-date

Hoe langer je het bijwerken van je administratie uitstelt, des te moeilijker en ingewikkelder kan het voor je worden. Waarom deze regelmaat? Ten eerste omdat je niet meer precies weet waarvoor bepaalde bonnen waren of raak je door het uitstellen bonnen kwijt, maar ook omdat het werk zich opstapelt en het steeds onoverzichtelijker wordt. Zelfs al besteed je de boekhouding uit, de spreekwoordelijke schoenendoos lijkt een makkelijke manier om te archiveren, maar je snijdt jezelf behoorlijk in de vingers als je er te nonchalant mee omgaat!

Het is op de tweede plaats een goede manier om snel inzicht te hebben in je financiële positie en het scheelt je veel werk en eventuele problemen als je belastingcontrole zou krijgen. Als je de administratie hebt uitbesteed zal ook je accountant je dankbaar zijn.

Aftrekposten

Als je freelancer of ZZP'er bent, zijn ineens bepaalde kosten en uitgaven wel aftrekbaar voor de belastingen. Op het einde van het jaar heb je een bepaalde omzet gedraaid waarover je belasting moet betalen. Sommige kostenposten als vervoer, aanschaf van apparatuur of gereedschap etc. kunnen opgevoerd worden en zijn aftrekbaar en zorgen ervoor dat je minder belasting hoeft te betalen. Vandaar dat je al je bonnen en facturen moet bewaren, want ze dienen als bewijsstukken van je kosten en uitgaven.

Je hebt er weliswaar recht op om deze kosten af te trekken, maar het is ook je eigen verantwoordelijkheid om hier zorgvuldig mee om te gaan, want de Belastingdienst heeft deze mogelijkheid voor aftrekposten zelf in het leven geroepen, maar misbruik wordt behoorlijk afgestraft!

Tusseloplossing

Hoe dan ook, er zal een boekhouding moeten worden bijhouden. Hier zijn natuurlijk vele [manieren](#) voor: van een [gratis](#) boekhouding of via Excel (klik met de rechtermuisknop op [deze link](#) en kies *bestand opslaan als...* om het op uw computer op te slaan), die je zelf bijhoudt (zie [voorbeelden](#)), online boekhoudpakketten tegen betaling tot aan de uitbesteding van je administratie aan een boekhouder, die natuurlijk ook geld kost.

Ben je nog aan het twijfelen of je wel of niet je administratie wilt uitbesteden? Overweeg je om een online pakket te gebruiken? Maak dan gebruik van de mogelijkheid van aanbieders om gratis enkele weken een pakket te proberen.

- [Proefabonnement Acumulus](#)
- [Proefabonnement e-Boekhouden.nl](#)

Via een zoekprogramma kun je natuurlijk ook zelf op zoek gaan naar makkelijke, voordelige en gebruiksvriendelijke programma's. Informeer ook eens bij collega freelancers naar hun ervaringen.

Als je er dan al doende achter komt dat boekhouden toch niet 'jouw ding' is, dan kun je tenslotte nog op zoek gaan naar een freelancer of ZZP'er die graag jouw administratie voor je wil doen.

Externe boekhouder

Wellicht kun je in het begin van je carrière naast je opdrachten voor derden ook nog met gemak in een paar verloren uurtjes je administratie bijhouden, (buiten beschouwing gelaten of je dat leuk vindt om te doen of niet). Als je het stadium van de schoenendoos achter je gelaten hebt omdat je de voordelen van een ordelijke administratie wel inziet, kun je overwegen of het toch voordeliger en efficiënter voor je is om alle beschikbare uren voor opdrachtgevers te reserveren en voor het administratieve werk een boekhouder in te huren.

Zoals hierboven al is genoemd is het handig als je bepaalde zaken toch regelmatig bijhoudt om het financiële overzicht te kunnen bewaren, maar de verplichte aangifte van de BTW en de jaarlijkse afronding voor de Belastingdienst wordt je dan geheel uit handen genomen. Degene die jouw administratie doet zal erop toezien dat hij bijtijds de omzet opgeeft en weet ook te melden of je BTW moet betalen of terugkrijgt, kan uitstel vragen voor het doen van aangiftes en werkt waarschijnlijk samen met een accountant. Het enige wat jij hoeft te doen is hem een geordende 'schoenendoos' aan te leveren!

Uitbreiding van je bedrijf

Voor veel mensen is het ZZP'er- of freelancerschap al een beloning op zich en zien ze zichzelf hun hele werkzame leven bezig met hun werk als 'stand-alone professional'. Toch zijn er freelancers die het als een uitdaging zien om hun bedrijfje uit te laten groeien tot een bedrijf. Of je er nu voor kiest om personeel aan te nemen, een partnerschap met andere freelancers of ZZP'ers aan te gaan of om je bedrijf compleet met vast personeel uit te bouwen, in dit hoofdstuk wordt behandeld wat ervoor nodig is om 'groter te groeien'.

Uitbesteding van werk

Als jij wordt ingehuurd door een bedrijf om voor hen een opdracht uit te voeren gaan ze een overeenkomst met jou aan. Als jij dan een deel van dat werk weer uitbesteedt aan iemand anders, ben je voor die freelancer of ZZP'er de 'hoofdaannemer' en zijn zij de 'onderaannemer'.

Op een gegeven moment komen er voor iedere freelancer wel situaties voor die het noodzakelijk maken dat je iemand anders moet inschakelen:

1. je hebt meer werk dan je aan kunt

Ook al werk je nog zo professioneel en efficiënt, je kunt niet meer werk per dag doen dan je aan kunt. Wat zijn de mogelijkheden als er heel veel opdrachten op je af komen en er duidelijk te weinig uren in een dag zitten? Eén optie is om opdrachten te weigeren, een andere optie is om een freelancer of ZZP'er aan te nemen die het zelfde werk doet als jij.

2. je hebt een opdracht binnengehaald, maar dat houdt ook werk in waarin je geen zin hebt, of waarvan je niets af weet

Het komt vaker voor dat onder een opdracht van een klant meerdere werkzaamheden vallen. Een voorbeeld: een klant van een webdesigner wil niet alleen een website, maar wil ook dat er content op geplaatst wordt; of aan een fotograaf wordt gevraagd om zowel foto's te leveren als de vormgeving te verzorgen. Je kunt dan uiteraard de hele opdracht aannemen, maar dan moet je naar een freelancer op zoek gaan die thuis is in de gevraagde materie.

De voor de hand liggende vraag is of het wel loont om voor hoofdaannemer te spelen, want niet iedereen houdt ervan om met anderen samen te werken. Sommigen willen het werk liever helemaal alleen doen; of ze zien er tegen op dat ze het werk voor meerdere mensen moeten voorbereiden en in goede banen moeten leiden; misschien hebben ze ook gewoon slechte ervaringen opgedaan.

Anderen zijn er juist super enthousiast over en zien het als dé manier om meer winst te maken en op den duur te kunnen uitbreiden.

Hieronder zetten we een aantal voor- en nadelen:

De drie belangrijkste voordelen:

1. meer inkomen

Al werk je nog zo hard, je kunt je als eenmansbedrijf niet in tweeën splitsen, dus moet je wel keuzes maken en eens een opdracht laten schieten. Als je een of meerdere freelancers inhuurt voor een groter project, kun je naast je eigen inkomsten waar jij je uren voor rekent, ook nog de commissie van hun gewerkte uren incasseren. Dat levert al met al hogere inkomsten per maand op.

2. klant gaat niet verder 'shoppen'

Als je nog niet over een groot klantenbestand beschikt, is het erg riskant om je klant af te wijzen omdat je deze keer bepaalde delen van de klus niet zelf kunt uitvoeren. Zelfs al heb je wel een uitgebreid klantenbestand, dan nog niet wil je die vaste klant kwijt omdat je altijd zo prettig met hen hebt samengewerkt, ze zijn een uitdaging voor je of ze betalen gewoon erg goed. Samenwerken met andere freelancers kan dan betekenen dat je in dit geval geen nee tegen hen hoeft te zeggen.

3. stapsgewijze groei van je bedrijf

Als je mettertijd wilt groeien met je bedrijf is het onderaannemen een goede stap in de richting. Omdat een andere manier om meer werk aan te kunnen nemen inhoudt dat je vast personeel moet aannemen, is deze methode veel minder riskant, omdat je dan niet maandelijks gebonden bent aan permanent hoge salarissen.

De nadelen:

1. een hoop extra werk

Het lijkt misschien erg eenvoudig om als hoofdaannemer te fungeren, de werkelijkheid kan heel anders uitpakken. Dan praten we over de onvermijdelijke extra tijd die je nodig hebt om extra offertes aan te vragen; daaropvolgend de tijd die je nodig hebt om met iedereen afspraken te maken; er is meer administratief en ander werk dat op je afkomt en er kunnen meer problemen op je pad komen. Voorbeeld: een webdesigner die een tekstschrijver inhuurt die ook graag met de klant wil praten om de benodigde tekst te kunnen samenstellen. Dit kost weer extra tijd om samen naar de klant te gaan; verder ben je meer tijd kwijt aan e-mailcorrespondentie met de tekstschrijver en moet je er tijd aan besteden om zijn factuur betalen.

Om deze geïnvesteerde tijd en het extra werk bij grotere opdrachten te compenseren is het logisch en noodzakelijk dat je in je offerte ook een soort honorarium voor projectmanagement opneemt.

2. je neemt verantwoordelijkheid voor een ander

Om voor jezelf verantwoordelijkheid te nemen is makkelijk, want je weet hoeveel uren en werkdruk je aan kunt en als er iets fout gaat kun je alles uit de kast halen om de fout weer recht te trekken.

Het kan echter riskant zijn om een freelancer in te huren, want stel dat hij de deadline overschrijdt, of stel dat de kwaliteit van het werk tegenvalt of dat de kwaliteit goed is maar de klant vindt het maar niets? Omdat jij de contactpersoon en de hoofdverantwoordelijke bent, ben jij ook degene die het werk van je ingehuurde freelancer moet presenteren aan je klant. Dit houdt in dat er een kans is dat je goede reputatie in gevaar komt en bovendien een andere freelancer moet zoeken als men niet tevreden is over de geleverde bijdrage, hetgeen je opnieuw tijd en geld gaat kosten.

Om het gevaar op bovenstaande problemen zo klein mogelijk te maken, is het raadzaam om alleen met freelancers of ZZP'ers in zee te gaan die je goed kent en waarvan vaststaat dat ze gedegen werk leveren en ook betrouwbaar zijn wat betreft het nakomen van hun afspraken. Houd bovendien bij het maken van de offerte rekening met het feit dat er altijd iets fout kan gaan en er extra aanpassingen of zelfs werk opnieuw uitgevoerd moet worden. Neem daarom altijd een post onvoorziene werkzaamheden op.

3. cashflow problemen

Je zult merken dat niet iedere klant binnen de gestelde termijn jouw factuur zal betalen en al kun je dat voorkomen door een aantal maatregelen vooraf te nemen (zie ook onder het hoofdstuk '**Factureren**', paragraaf

4. **Hoe ga je om met dubieuze debiteuren?**

5. , het zal altijd even duren voordat een factuur wordt voldaan. Maar jij moet intussen wel de factuur van de ingehuurde freelancer of ZZP'er betalen omdat je weet dat zij het geld ook hard nodig hebben, of je hebt hen toegezegd om hen binnen een bepaalde termijn te betalen. Of alleen al omdat je als freelancer weet hoe het in zijn werk gaat en hem uit respect zo snel mogelijk wilt betalen.

Maar wat de reden ook is, als je de ingehuurde freelancer betaalt voordat je zelf je geld hebt ontvangen, kan dat leiden tot grote cashflow problemen als je er niet van te voren rekening mee hebt gehouden, zeker als het om een tamelijk groot geldbedrag gaat.

Om het risico grotendeels te verminderen kun je met de klant afspreken dat je bij aanvang van de opdracht een voorschot krijgt, of vastleggen in de overeenkomst dat je na elke oplevering van een traject een factuur stuurt. Het mooiste is natuurlijk als je genoeg reserve op de bank hebt staan om op terug te vallen...

6. **je verliest de klant alsnog**

Ondanks dat je besloten hebt, juist om deze klant niet aan een ander kwijt te raken, om de opdracht aan te nemen en om voor een of meerdere onderdelen iemand in te huren, kan dit juist tot verlies van je klant leiden. Dit zal zeker kunnen gebeuren als je een freelancer inhuurt met dezelfde specialiteit als jij. Ook al heerst er onder freelancers en ZZP'ers de ongeschreven code dat je elkaars klanten niet inpikt, je klant kan niettemin besluiten om rechtstreeks zaken met de door jou ingehuurde freelancer te doen, om op deze manier kosten te besparen.

Dat zou je op voorhand kunnen voorkomen door van je ingehuurde freelancer te eisen dat hij zich zal gedragen alsof hij ook deel is van jouw bedrijf. Geef hem een eigen e-mailadres zodat er rechtstreeks onder jouw bedrijfsnaam met de klant gecommuniceerd kan worden en spreek met de freelancer af dat hij zich houdt aan die afspraken betreffende contacten en telefoongesprekken met de klant (maar geen uitwisseling van visitekaartjes!). Je moet ook zien te voorkomen dat je opdrachtgever en de ingehuurde freelancer rechtstreeks met elkaar in contact komen, ook al kost het je extra tijd om alles goed in te plannen.

Offerte en inschatting van de werkzaamheden

Als je als hoofdaannemer met onderaannemers werkt (ingehuurde freelancers of ZZP'ers), zal het maken van een offerte en het inschatten van de werkzaamheden ingewikkelder zijn dan als je alleen rekening met jezelf hoeft te houden. Zorg in ieder geval voor het volgende:

1. **zorg dat je ingehuurde freelancer volledig op de hoogte is**

Aangezien deze niet bij de briefing met je opdrachtgever aanwezig zal zijn (je hoort tenslotte dan pas wat het werk precies inhoudt of besluit na de briefing dat het werk niet alleen aankunt!), is het jouw taak als hoofdaannemer om alle facetten van het werk zodanig over te brengen, dat duidelijk is wat zijn takenpakket zal zijn. Want doe je dat niet dan ligt alle verantwoordelijkheid bij jou!

2. **zorg dat je weet hoe hoog de offerte van de onderaannemer is, voordat je de totale offerte aanbiedt**

Ook al ben je geneigd al op voorhand een inschatting te maken van de hoogte van de offerte van je onderaannemer en die meteen mee te calculeren in je offerte naar de klant, wacht daar mee tot je de daadwerkelijk de offerte van je collega in huis hebt.

Je kunt je hier namelijk aardig in vergissen, zeker als het om een freelancer of ZZP'er gaat die dezelfde specialiteit heeft als jijzelf. Je zult aannemen dat hij dezelfde tarieven hanteert als jij, maar dat kan toch heel verschillend zijn en je snijdt je er mee in de vingers als er meer gevraagd wordt dan jij in gedachten had!

Hetzelfde geldt voor het tijdschema van het project; overtuig je er van te voren van of de beoogde deadline ook door de onderaannemer gehaald kan worden, voor je de officiële

offerte voorlegt aan de opdrachtgever.

Samenwerking met onderaannemers

Hierbij gaat het slechts om één ding: **communicatie**

Communicatie is erg essentieel als je met een ingehuurde freelancer wil samenwerken. Daar bedoelen we niet mee dat je constant moet bellen en e-mailen, maar wel dat je gedurende het hele project de vinger aan de pols houdt door af en toe te informeren wat de stand van zaken is, hoever de werkzaamheden gevorderd zijn en of ze binnen het afgesproken tijdschema afgerond zullen zijn.

Als je met onderaannemers werkt is het in ieder geval verstandig om wat extra marges aan te houden en met name in geval van de afgesproken tijdslimieten. Een voorbeeld: de onderaannemer vertelt je dat de eerstvolgende oplevering van een deel van de werkzaamheden op maandag klaar zal zijn. Laat aan je opdrachtgever weten dat het werk een paar dagen later afgerond zal zijn. Wordt er daadwerkelijk op maandag opgeleverd, dan maak jij een goede indruk bij je opdrachtgever en lukt het toch niet op die maandag dan kun je ervoor zorgen dat het alsnog binnen de door jou genoemde termijn gereed is. Je bent verantwoordelijk voor het doen en laten van je ingehuurde freelancer, dus zorg voor een plan B als niet alles volgens de afspraken verloopt.

Meningsverschillen

Van tijd tot tijd zul je ervaren dat er meningsverschillen optreden tussen jou en de ingehuurde freelancer over bijvoorbeeld de kwaliteit van hun werk, hoe zij de werkzaamheden aanpakken en welke richting ze willen ingaan. Maak ze duidelijk dat in deze setting jij de opdrachtgever bent en dat je verwacht dat ze in dezelfde mate service zullen verlenen zoals jij dat zou doen. Bovendien kan het jouw reputatie schaden en dat daarom het werk gedaan moet worden op de manier die jij het beste acht. Houd wel voor ogen dat je jouw onderaannemers net zo behandelt als jij behandeld wilt worden en dat je luistert naar hun mening omdat ze ook ervaren zijn en ook wel eens gelijk kunnen hebben.

Het samenwerken met onderaannemers kan ook een goede leerschool voor je zijn omdat het je met de neus op de feiten drukt hoe jij in een situatie van opdrachtgever-freelancer reageert en zelf ervaart hoe het aanvoelt om aan de andere kant te staan. Alleen daarom al zou je het minstens een keer moeten proberen.

Samenwerkingsverbanden

Een alternatief, dat gegarandeerd minder stress oplevert dan het per opdracht inhuren van andere freelancers of ZZP'ers, is om een samenwerkingsverband met andere freelancers aan te gaan. Er zijn een aantal verschillende mogelijkheden die je kunt overwegen:

1. Incidentele samenwerking

De makkelijkste manier van samenwerking is om gebruik te maken van contacten vanuit je eigen netwerk. Je kent ze, je weet hoe ze werken en dat je ze kunt vertrouwen. Zodra zich een grotere opdracht voordoet, kun je een beroep op een van hen doen voor die onderdelen die je zelf niet beheerst, of iemand kan je extra ondersteuning geven binnen je eigen discipline. Samen kun je de klant bezoeken om de opdracht te bespreken en om een latere briefing bij te wonen. Zowel jij als de freelancer(s) stellen een offerte op en hoewel je voor de letter van de wet geen partners bent, werken jullie toch samen aan de opdracht.

Als je de kans krijgt om met een aantal freelancers of ZZP'ers samen te werken, grijp die dan aan want op deze manier kunnen zowel jij als je toekomstige partners meerdere en diversere opdrachten aannemen.

2. stilzwijgende overeenkomst

Een meer formele manier van samenwerking is om met een of meer freelancers of ZZP'ers af te spreken om voortaan opdrachten samen uit te voeren.

Niets staat je in de weg om verschillende freelancers of ZZP'ers uit je directe omgeving en die affiniteit hebben met je eigen beroep of die jou perfect kunnen aanvullen, eens te polsen of zij

op regelmatige basis met je willen samenwerken. Als er dan een grote opdracht voorbij komt kun je putten uit een aantal geschikte kandidaten die samen met jou de opdracht tot een goed einde kunnen brengen. Samen kun je je buigen over de contracten en een gezamenlijke offerte samenstellen, maar ook een beroep doen op de verschillende relaties die iedereen heeft.

3. **formele samenwerking**

Als je hier aan toe bent en inderdaad gaat samenwerken met een of meerdere freelancers, ben je, technisch en juridisch gesproken, geen freelancer, eenmanszaak of ZZP'er meer. Het spreekt vanzelf dat, voordat je officieel met anderen in zee gaat, je je in voldoende mate laat informeren over de voorwaarden waaraan je moet voldoen, onder welke **Rechtsvormen** je het bedrijf laat inschrijven bij de Kamer van Koophandel. Kies je bijvoorbeeld voor een Vennootschap onder Firma (V.O.F.), of voor een Besloten Vennootschap (B.V.)? Overzie de consequenties en de verplichtingen en niet te vergeten de risico's die je kunt lopen. Samen met iemand een bedrijf opzetten kan erg complex zijn, omdat je vast moet leggen hoe je de inkomsten verdeelt, wie de eigenaar is van welk gedeelte en wat gebeurt er als de een veel meer werk verricht als de ander?

Samenwerken met een of meerdere partners of compagnons biedt meer mogelijkheden om zowel meer uitgebreide als ook een ander soort opdrachten aan te nemen, omdat je, wat je vroeger normaal gesproken had moeten laten schieten, nu wel aankunt/durft(s) en tevens sparringpartner(s) bespreken. Bovendien leer je zowel nieuwe potentiële klanten als nieuwe vaardigheden en werkmethodes kennen.

Zoek bij een toekomstige partner naar:

1. **betrouwbaarheid en verantwoordelijkheid**

Om je reputatie in stand te houden en ook om 's nachts lekker te kunnen slapen, moet je alleen met iemand gaan samenwerken die jij door en door kent en op wie je blindelings kunt vertrouwen. Niets is zo funest als dat je door je eigen team in de steek wordt gelaten.

2. **aanvulling op gebied van sterkte en zwakheden**

Ook al lijkt het een goed idee om een partner te zoeken die in allerlei opzichten op je lijkt als twee druppels water, toch kun je beter uitkijken naar iemand die jou kan aanvullen op je zwakke punten, net zo als jij je partner daarop kunt aanvullen. Neem als voorbeeld dat jij en je partner beiden webdesigner zijn; jij bent goed in vormgeving en de ander is goed in het maken van scripts. Dan is het zelfs wel goed dat jullie sterke punten binnen een andere discipline liggen, want dan vul je elkaar optimaal aan. Wil je met een partner samenwerken die een heel ander beroep heeft - jij bent bijvoorbeeld webdesigner en hij/zij is grafisch ontwerper - zal dat proces van aanvulling al meteen duidelijk zijn.

Personeel aannemen

Als je snel wilt uitbreiden, kun je ook overwegen om een of meerdere mensen in dienst te nemen die de capaciteit van je bedrijf zullen vergroten.

Dit is echter wel een enorme stap, want nu moet je de verantwoordelijkheid nemen voor personeel en die zul je loon moeten betalen of er nu wel of niet werk binnenkomt.

Het onderwerp personeel aannemen en je bedrijf uitbreiden is zo complex dat het eigenlijk niet binnen de context van deze handleiding past, toch geven we een aantal adviezen uit de praktijk:

Je bedrijf eerst organiseren

Een bedrijf kan alleen maar goed draaien als je ook zorgt voor een gestroomde organisatie. Of het nu gaat om een geordend en up-to-date klantenbestand, een archief of boekhouding waar je alles makkelijk kunt terugvinden of de manier waarop je je uren bijhoudt; als al deze zaken niet in- en op orde zijn, kun je eigenlijk geen zaken doen. Als 'eenpitter' kun je het je misschien veroorloven om wat

slordiger met bovenstaande zaken om te springen, maar zodra je personeel in dienst hebt, zal je hele systeem tot in de puntjes geregeld moeten zijn.

Ga, voor je een advertentie plaats om iemand te zoeken, eerst eens op je gemak zitten en zet op papier wat er allemaal bij komt kijken. Denk aan zaken als wie voor wat de verantwoordelijkheid draagt, in welke mate je aansprakelijk zult zijn, hoe dingen precies in zijn werk gaan en waar je je informatie opslaat. Documenteer alles op dusdanige wijze dat bij de komst van je eerste werknemer alles vastligt en dat zowel jij als je toekomstig personeelslid weet waaraan jullie toe zijn.

Bedrijfscultuur

Wikipedia zegt daarover: *'Patroon van waarden, doeleinden, normen, verwachtingen die voor het functioneren van de (ambtelijke) organisatie van belang zijn'*.

Ieder bedrijf heeft zijn eigen cultuur, dus identiteit. Bij het ene bedrijf zijn de omgangsvormen informeel, bij het andere bestaan strikte regels hoe je met elkaar en je klanten omgaat. Je kunt stellen dat de sfeer binnen een bedrijf, de houding die je hebt ten opzichte van je medewerkers en je klanten de prestaties beïnvloedt en dus ook de uiteindelijke resultaten van een bedrijf.

Houd bovenstaande goed in gedachten! Het is belangrijk dat je van te voren nadenkt over de manier waarop je met je personeel en klanten wilt omgaan en wat jouw waarden en idealen voor je bedrijf zijn. Als je het wel weet maar dat niet ook aan je personeel laat weten, ontstaat er misschien, als je geluk hebt, vanzelf een klimaat dat de werksfeer positief beïnvloedt. Maar besef ook dat als het anders uitpakt het erg moeilijk zal zijn om de neuzen een andere kant uit te laten wijzen.

TIP: deel die visie meteen met je allereerste werknemer!

Werkgever – werknemerrelatie

Als je personeel in dienst hebt is het bezitten van bepaalde autoriteit erg belangrijk. Ook moet je ervoor zorgen dat er een zekere afstand is tussen jou en je medewerker. Dat betekent natuurlijk niet dat je in complete afzondering in je ivoren toren moet gaan zitten, maar in het algemeen is het beter als je niet al te familiair met je personeel omgaat, want dat belemmert in het leiding en kritiek geven.

Je zult moeten aangeven dat er duidelijke grenzen zijn in je tolerantie. Als iemand vaak te laat komt, het werk niet naar behoren uitvoert, naar de klanten niet servicegericht is of om de haverklap met je in discussie gaat over van alles en nog wat, zul je die persoon daarop moeten aanspreken en hem duidelijk maken dat je zulk gedrag niet accepteert.

Dat zal je vast niet altijd gemakkelijk vallen, zeker als je van nature een niet al te assertief persoon bent. Maar op den duur, met wat oefening en moed, zal het vanzelf gaan. Het door de vingers zien van kleinigheden, kan uiteindelijk leiden tot een onhoudbare situatie.

TIP: laat dit soort zaken niet versloffen en reageer vanaf het begin streng maar rechtvaardig. Je werknemers weten dan precies waar ze aan toe zijn en zullen niet zo snel een loopje met je nemen.

Extra werk

Het is een misverstand om te redeneren dat je met 2 mensen de dubbele capaciteit hebt van één freelancer. Je zult wel merken dat het aannemen van personeel ook extra werk met zich meebrengt waar je van te voren geen rekening mee hoefde te houden.

Had je vroeger alleen te maken met het werk dat jij voor de klant moest uitvoeren, nu moet je er ook voor zorgen dat je nog meer projectmatig werkt. En dan spreken we o.a. van controle van het uitgevoerde werkzaamheden van je werknemer, alle informatie die voor hem van belang is met hem doorspreken, hem op de hoogte houden van wijzigingen in het project en daar bovenop ook nog de loonadministratie en belasting bijhouden. Deze extra tijd moet ook terugverdiend worden en je moet dat zowel in je planning als in je offertes incalculeren.

Naarmate je bedrijf groter wordt, zul je meer tijd nodig hebben om alles te organiseren en soepel te laten verlopen. Dan ontdek je op een dag dat het gewoon een complete baan op zichzelf is geworden. Het zal niet de eerste keer zijn dat freelancers of ZZP'ers die besloten hebben om hun bedrijf flink uit te breiden er achter komen dat ze steeds verder af komen te staan van de dagelijkse omgang met hun opdrachtgever zoals ze dat vroeger deden.

Administratieve, wettelijke en boekhoudkundige verantwoordelijkheid

Als werkgever krijg je een hoop extra verantwoordelijkheid. Denk aan:

1. **salarisadministratie**
Wanneer en wie zorgt voor de betaling van de salarissen en de administratie;
2. **pensioenen**
Je werknemers zullen deel willen nemen in een pensioenfonds;
3. **belasting**
je moet maandelijks belasting afdragen voor de sociale lasten van de werknemer, dus je moet voor voldoende reserves zorgen;
4. **ongevallenverzekering**
deze heb je nodig in geval van bedrijfsongevallen;
5. **contracten**
Bij het aangaan van het dienstverband dienen er arbeidsovereenkomsten te worden opgesteld, compleet met taakomschrijving en loonafspraken;
6. **vakantiegeld en doorbetaling bij ziekte**
Toen jij nog werknemer was kreeg je ook je salaris doorbetaald tijdens vakantie en ziekte. Afhankelijk van de branche waarin je werkt zijn daar standaard regels voor opgesteld.

Het spreekt vanzelf dat je al voordat je het eerste personeelslid aanneemt, op de hoogte bent van al je verplichtingen en verantwoordelijkheden. Je zult in je financiële planning rekening moeten houden met al deze extra uitgavenposten en exact moeten weten waar je verantwoordelijk voor bent. Anders zal het een moeilijke opgave zijn om van een eenmansbedrijf over te gaan naar een bedrijf met vast personeel.

Groei

Toen je nog freelancer of ZZP'er was draaide alles om een persoon: JIJ. Je bedrijf was afhankelijk van jouw expertise, jouw vaardigheden, jouw persoonlijkheid en jouw naam. Of je nu op vakantie ging, ziek was of besloot wat minder werk aan te nemen, het was jouw bedrijf en het functioneerde onder alle omstandigheden.

Als je wilt groeien moet je ook leren (en in staat zijn) om je van je bedrijf te distantiëren. Je werkt er natuurlijk wel als eigenaar, maar je zou naar een punt toe moeten werken alsof het bedrijf ieder moment door een ander overgenomen zou kunnen worden en jij er geen bemoeienis meer mee hebt. Zolang je nog niet in dat stadium bent beland, ben je eigenlijk in je hart nog steeds een freelancer, zij het dan wel met wat meer spierballen!

Meer personeel aannemen is één facet van een groeiend bedrijf, maar er komt meer bij kijken. Je moet een bedrijf zien op te bouwen dat zijn plaats in de economie heeft veroverd, dat permanent voldoende werk kan verschaffen voor de mensen die in je team zitten en dat in principe niet meer afhankelijk is van jou als drijvende kracht.

Freelancerschap als springplank

Een van de grote voordelen van het freelancer of ZZP'er zijn is dat het je veel flexibiliteit biedt qua inkomen en manier van leven. Maar je zou op termijn ook de stap kunnen zetten om vanuit je ervaring als freelancer een bedrijf compleet met personeel op te zetten. Deze grote stap kan in eerste instantie een heleboel geld kosten omdat je moet investeren en je veel hoofdpijnen bezorgen omdat je grote risico's gaat nemen. Maar als het je lukt om het ondanks alles dat toch voor elkaar te krijgen, zul je met veel trots naar je prestatie kunnen terugkijken.

De schaduwzijde van het opbouwen van een succesvol bedrijf is natuurlijk dat je er behalve geld ook veel tijd in moet steken en dat dit veel stress kan opleveren. Het kan betekenen dat je maanden aan een stuk moet werken zonder zelfs een vrije dag, alle weekends ben je bezig met je bedrijf. Aan de ene kant ben je voor je klant aan het werk en moet de opdracht goed worden uitgevoerd, aan de andere kant moet je ervoor zorgen dat ook je werkzaamheden als manager tussen de bedrijven door gedaan moeten worden. Je moet bovendien constant balanceren om de juiste modus tussen werk en privé te vinden en het evenwicht te vinden tussen inkomsten en uitgaven.

Met een goed businessplan en veel motivatie en doorzettingsvermogen kan het ZZP'er- of freelancerschap wel degelijk een goede springplank zijn om door te groeien van een eenmanszaak naar een bedrijf met personeel en grotere omzet.

Tenslotte

Ondanks de tegenslagen die op je pad zullen komen, de talloze slapeloze nachten omdat je niet zeker weet of je de deadline wel of niet zult halen, het bij tijd en wijlen krap zitten omdat je opdrachtgever niet op tijd betaalt of de kopzorgen die je hebt omdat je nog geen vervolgoopdracht hebt: toch is er niets zo bevredigend als je eigen baas zijn!

Want het leert je om creatief te zijn, je expertise en ervaring groeit met iedere opdracht, je maakt kennis met waardevolle en interessante mensen en je ontwikkelt vaardigheden waarvan je niet eens wist dat je ze bezat! Zou je die bevrediging ook hebben gehad als je bij je oude baas zou zijn blijven werken?

Sommigen van jullie die deze pagina's lezen overwegen om een carrière te beginnen als freelancer of ZZP'er, anderen zijn al een flink eind op weg op hun pad naar zelfstandig ondernemer. Maar in welk stadium je ook verkeert, bedenk dat er, net zoals in het gewone leven, altijd goede en minder goede momenten zijn, dat de markt gunstig of ongunstig kan zijn voor de kleine freelancer. Een goede raad moeten jullie aannemen: blijf vertrouwen hebben in je eigen kunnen, zorg ervoor dat je up-to-date blijft wat betreft kennis en technieken en dat je het begrip dienstverlening heel hoog in het vaandel hebt staan.

Bovenal: geniet van alles wat op je pad komt, je successen en hoogtepunten, leer van je fouten en missers, je bent je eigen baas en je kunt alleen jezelf op de vingers tikken!

Veel succes!