

e-book

Inclusief
opdrachten

boost je business

www.doubletogether.com

Hi,

Mijn naam is Sharon, ik ben fulltime ondernemer en eigenaar van Double Together. Bij Double Together leggen we niet de nadruk op het beloven van aanzienlijke omzetstijgingen, maar juist op het bevorderen van effectief ondernemerschap en het stellen van haalbare successen.

Het e-book "Boost je business" is een praktische en eerlijke gids voor het opbouwen en laten groeien van een succesvolle onderneming. Deze gids neemt je mee door verschillende effectieve en inspirerende stappen om je bedrijf een boost te geven. Ontdek hoe je jouw onderneming kunt transformeren en optimaliseren voor maximale impact en succes!

Liefs, Sharon



Doelen (SMART-methode) - STAP 1

Een succesvol bedrijf begint met een stevige basis, duidelijke doelen en een goed plan. Gebruik de SMART-methode om korte- en langetermijndoelen te stellen: **Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch** en **Tijdgebonden**.

1. Specifiek

Een goed doel moet duidelijk en concreet geformuleerd zijn. Stel jezelf de volgende vragen:

- Wat wil ik precies bereiken?
- Wie zijn erbij betrokken?
- Waar gaat het gebeuren?
- Waarom wil ik dit doel bereiken?
- Welke middelen of acties zijn nodig?

2. Meetbaar

Een doel moet meetbaar zijn, zodat je precies weet binnen welk termijn je het kunt behalen. Stel jezelf de volgende vragen:

- Wat is het termijn?
- Hoe meet ik de vooruitgang?
- Wat is het bewijs dat ik mijn doel heb bereikt?

3. Acceptabel

Een doel moet acceptabel en haalbaar zijn. Stel jezelf de volgende vragen:

- Is het doel haalbaar binnen mijn huidige situatie?
- Zijn er obstakels die ik moet overwinnen om dit doel te bereiken?
- Past het behalen van dit doel bij mijn lange termijnplannen of carrièrepad?

4. Realistisch

Een realistisch doel houdt rekening met je capaciteiten en de omstandigheden. Stel jezelf de volgende vragen:

- Heb ik voldoende tijd en middelen om dit te bereiken?
- Is het doel haalbaar gezien mijn andere verplichtingen?

5. Tijdgebonden

Een doel moet een duidelijke deadline hebben. Stel jezelf de volgende vragen:

- Wanneer wil ik mijn doel bereikt hebben?
- Wat zijn de mijlpalen onderweg?

Voorbeelden van SMART-doelen:

- Kortetermijndoel: "Binnen twee weken wil ik tien nieuwe potentiële klanten benaderen via e-mail of social media en minstens twee positieve antwoorden ontvangen dat leidt tot een verdere kennismaking. Ik besteed hier per week één uur tijd aan."
- Langetermijndoel: "Over twee jaar wil ik een omzet behalen van minimaal €15.000 per maand door de verkoop van mijn producten of diensten online. Ik plan dagelijks twee uur in voor social media campagnes voor de verkoop."

Het is verleidelijk om grote, ambitieuze doelen te stellen, maar wees voorzichtig. Te hoge verwachtingen kunnen leiden tot teleurstelling en dat kan je motivatie ondermijnen. Begin met realistische en haalbare doelen!

Waardepropositie - STAP 2

Een sterke waardepropositie vormt de basis van je bedrijf. Hiermee laat je zien waarom klanten juist voor jou moeten kiezen. Evalueer je waardepropositie regelmatig, want veranderingen in de markt kunnen om bijsturing vragen. Zo blijf je relevant en aantrekkelijk voor je doelgroep. Belangrijke aspecten van een sterke waardepropositie zijn:

- **Klantgerichtheid**

Echte klantgerichtheid begint bij het kennen van je klanten. Wie zijn ze? Wat beweegt hen? Welke uitdagingen komen ze tegen, en welke oplossingen zoeken ze? Alleen door deze vragen te beantwoorden, kun je je propositie afstemmen op wat je doelgroep écht nodig heeft. Een sterke waardepropositie gaat verder dan alleen basisverwachtingen. Het draait om het leveren van meerwaarde die jouw klanten positief verrast en onderscheidend is. Zoals ik vaak benadruk: "Een product of dienst moet niet alleen de vraag van je ideale klant beantwoorden, maar hun verwachtingen overtreffen en een blijvende indruk achterlaten."

"Kies voor een
waardepropositie die
beloften waarmaakt
en verwachtingen
overtreft."

- **Onderscheidend vermogen**

Identificeer wat jouw onderneming uniek maakt ten opzichte van de concurrentie. Analyseer en ontdek waar hun zwakke punten liggen, zodat jij daarop kunt inspelen. Kijk verder dan alleen productkenmerken en focus op onderscheidende voordelen voor klanten, zoals directe communicatie, snelheid, efficiëntie en kosten- en tijdbesparing.

- **Verzamel feedback en test**

Betrek klanten en andere belanghebbenden bij het verfijnen van je waardepropositie. Verzamel hun feedback via gesprekken, klantonderzoek, reviews, polls op social media of mailings. Zet je netwerk strategisch in en vraag mensen uit je omgeving om jouw bedrijf te beoordelen vanuit het perspectief van een klant.

- **Duidelijke communicatie**

Zorg ervoor dat je waardepropositie helder en beknopt is. Klanten moeten meteen begrijpen waarom jouw product of dienst waardevol voor hen is. Vermijd vaktaal en kies voor toegankelijke teksten.

- **Transparantie en authenticiteit**

Wees duidelijk en eerlijk over wat je bedrijf biedt. Transparante communicatie creëert vertrouwen. Klanten waarderen het wanneer je oprecht bent over je aanbod en de redenen achter je keuzes.

BOOST JOUW ONDERNEMING

De kracht van uitbesteden - STAP 3

Veel ondernemers proberen alles zelf te doen: een website bouwen, content maken, marketing voeren, boekhouding en klantenservice bijhouden, vaak uit angst voor kosten. Ik herken dat gevoel heel goed: ik bleef maar bezig met mijn website, worstelen met de laadsnelheid, en het maken van (onprofessionele) content. Het resultaat? Ik verspilde tijd aan dingen die geen directe inkomsten opleverden, terwijl ik kansen miste om klanten binnen te halen. Wat ik uiteindelijk leerde, is dat uitbesteden geen kostenpost is, maar juist een investering in tijd, focus en groei. Het is spannend, maar ondernemen gaat om risico's nemen – en dat helpt je verder!

Mijn boodschap: “Wacht niet op perfectie, begin en verbeter onderweg! Ik heb geluk gehad met mijn netwerk. Doordat ik in de jaren voorafgaand aan mijn ondernemerschap al een netwerk van ondernemers om me heen heb opgebouwd, plukte ik daar volop de vruchten van. Ik had direct een klein klantenbestand. Ik liet de website even voor wat het was en richtte mijn energie volledig op mijn klanten. Het duurde niet lang voordat het balletje begon te rollen en ik binnen no-time een klantenbestand van 13 klanten had.

Later, toen ik het ontwerp en de technische ondersteuning van mijn website uitbesteedde en investeerde in professionele branding shoots, groeide ik nóg harder. Klanten vonden mijn website, en er kwamen aanvragen binnen van buiten mijn netwerk.

Je branding is niet het allerbelangrijkste als je net begint, zorg ervoor dat je klanten hebt om mee te starten. Besteed de randzaken uit en bouw een spaarpotje op voor slimme investeringen. Dit levert je een snellere groei op!

Extra tips: Bouw sterke samenwerkingen op. Ik krijg regelmatig opdrachten via andere ondernemers, zowel van mensen die ik al lang ken als van nieuwe connecties. Netwerken hoeft niet altijd face-to-face; online kan net zo effectief zijn. In het begin dacht ik: "Netwerken is niks voor mij," maar door online nieuwe mensen te leren kennen, heb ik waardevolle kansen gecreëerd.

Werk samen met ondernemers die gericht zijn op SEO, webdesign, social media of fotografie. Zo bouw je snel een team van experts om je heen zonder torenhoge kosten en kun je zelf ook je aanbod uitbreiden. Vergeet niet te onderhandelen – soms kun je een wederdienst aanbieden!



BOOST JOUW ONDERNEMING

Opdracht - STAP 4

Met deze opdracht word je uitgedaagd om je waardepropositie te analyseren en na te denken over welke marketingactiviteiten je het beste kunt uitbesteden.

Stap 1: Propositie en basiskenmerken

Formuleer de belangrijkste elementen van je waardepropositie. Gebruik de "Benefit Ladder" om je propositie te vertalen van basiskenmerken naar diepere emotionele voordelen. Wat maakt jouw product of dienst uniek, en welke gevoelens roept het op bij je klant?

Stap 2: Stap voor op je concurrenten

Onderzoek 3 directe concurrenten en analyseer hun waardepropositie. Waar liggen de verschillen en hoe kun jij deze verschillen duidelijker communiceren? Wat kun je leren van hun aanpak, wat kun jij beter om je te onderscheiden?

Stap 3: Waardepropositie testen

Voer een korte enquête uit onder je bestaande klanten en mensen in je omgeving om te toetsen of je waardepropositie overeenkomt met hun ervaringen. Noteer hieronder actiepunten voor het verbeteren van je waardepropositie.

Stap 4: Huidige marketinginspanningen analyseren

Analyseer je huidige online marketingkanalen, zoals social media, e-mailmarketing, SEO, contentmarketing en betaalde advertenties. Welke kanalen zorgen voor de meeste conversies? Waar liggen de grootste inefficiënties of knelpunten? Gebruik tools zoals Google Analytics en Search Console om te achterhalen waar je marketinginspanningen ondermaats presteren. Focus op belangrijke cijfers zoals conversieratio, klantacquisitiekosten (CAC), klantretentie en de ROI van advertenties.

Stap 5: Marketingactiviteiten uitbesteden

Maak een lijst van alle marketingactiviteiten die je uitvoert, en beoordeel deze op de volgende criteria:

- Tijdsinvestering: Welke taken kosten de meeste tijd?

- Expertise: Waar heb je intern onvoldoende kennis of ervaring voor?

- Impact: Welke taken leveren de meeste waarde op voor je bedrijf?

- Schaalbaarheid: Welke marketingactiviteiten kunnen gemakkelijker opgeschaald worden door uitbesteding?

Nu je duidelijk hebt welke marketingactiviteiten je kunt uitbesteden, bepaal je je marketingbudget. Vraag vervolgens meerdere potentiële partners om een offerte, zodat je voorkomt dat je offertes ontvangt die boven je budget liggen en vergelijk!

Bedrijfsprocessen optimaliseren - STAP 5

Een goed geoliede machine vormt het kloppende hart van een succesvolle onderneming. Bedrijfsprocessen die soepel verlopen, zorgen niet alleen voor hogere klanttevredenheid, maar ook voor een betere winstgevendheid.

In deze stap neem ik je mee door enkele praktische stappen die je kunt zetten om je bedrijfsprocessen te stroomlijnen en je bedrijf te laten groeien.

1. Analyseer operationele processen

De eerste stap naar het optimaliseren van je bedrijfsprocessen is het uitvoeren van een gedetailleerde analyse. Begin met het in kaart brengen van alle belangrijke bedrijfsprocessen, van het eerste klantcontact tot de levering van producten of diensten. Vraag jezelf af:

- Wat zijn de verschillende stappen in dit proces?

- Waar ontstaan vertragingen of knelpunten?

- Welke taken kan ik automatiseren?

Door inzicht te krijgen in je operationele workflows, kun je identificeren waar verbetering nodig is. Het doel is om onnodige stappen te elimineren, de doorlooptijd te verkorten en de communicatie te stroomlijnen.

2. Maak gebruik van technologie

Er zijn veel kosteneffectieve tools die je kunt inzetten om jouw bedrijfsprocessen te verbeteren, zelfs met een beperkt budget. Hier zijn enkele handige opties:

- **Gratis CRM-tools:** Software zoals HubSpot of Zoho CRM bieden een gratis versie om klantrelaties te beheren, e-mailflows op te zetten en landingspagina's te maken.
- **Gratis-mailmarketingtools:** Gebruik de gratis versie van MailChimp of Klaviyo om geautomatiseerde mails te versturen zoals een welkomstmail, bevestigingen na afspraken en follow-ups.
- **Gratis boekhoudsoftware:** Tellow heeft een gratis versie voor het maken van facturen, het beheren van betalingen en het bijhouden van je financiële administratie.

Door deze tools strategisch in te zetten, kun je bedrijfsprocessen efficiënter maken en kosten besparen. Zorg er wel voor dat je klantrelaties persoonlijk blijven, zodat klanten zich gewaardeerd voelen. Met de juiste technologie optimaliseer je processen, bespaar je tijd en maak je je bedrijf efficiënter!

3. Optimaliseer je communicatie

Goede communicatie is alles! Door gebrek aan communicatie ontstaan misverstanden en frustraties. Zorg ervoor dat iedereen duidelijk weet wat er van hen wordt verwacht en wanneer.

Werk je met een team? Gebruik tools zoals **Slack** of **Microsoft Teams** voor snelle interne communicatie. Voor grotere teams is Asana ideaal om projecten te beheren en de voortgang te volgen, zodat alles overzichtelijk blijft en je niets mist.

Als freelancer zonder team maak ik gebruik van **OneNote** om alles bij te houden: klanten, facturatiemomenten, dagplanningen en belangrijke actiepunten. Dit helpt me mijn werk georganiseerd en overzichtelijk te houden.

Chatbots en automatische reacties zijn handig voor klantcommunicatie, maar zorg ervoor dat klanten altijd snel door een medewerker geholpen kunnen worden wanneer nodig. Bied meerdere communicatiekanalen aan, zoals e-mail, telefoon en social media, zodat klanten het kanaal kunnen kiezen dat hen het beste uitkomt.

4. Meet de voortgang en blijf verbeteren

Het optimaliseren van bedrijfsprocessen stopt nooit. Het is belangrijk om regelmatig te checken of je vooruitgang boekt en of de veranderingen echt het gewenste effect hebben. Gebruik KPI's en meetbare doelen om te zien of je de efficiëntie en winstgevendheid hebt bereikt. Blijf niet vastzitten in één strategie; probeer nieuwe dingen en kijk wat het beste werkt voor jou en je team.

Gebruik tijdsregistratie om inzicht te krijgen in hoeveel tijd taken kosten en waar je kunt verbeteren. Ik doe dit zelf in Excel. Blijf ook regelmatig in gesprek met je klanten en medewerkers om feedback te verzamelen over hoe je processen kunt optimaliseren.

5. Focus op klantbeleving

Hoewel het belangrijk is om interne processen te optimaliseren, moet de klantbeleving altijd vooropstaan. Een efficiënt proces dat de klanttevredenheid schaadt, is niet duurzaam. Zorg ervoor dat de snelheid en efficiëntie van je processen de persoonlijke benadering die klanten waarderen niet belemmeren.

"Van efficiëntie naar groei!"



BOOST JOUW ONDERNEMING

Financieelbeheer – STAP 6

Een gezonde financiële basis is noodzakelijk voor een succesvolle business. Het effectief beheren van je financiën helpt je om weloverwogen beslissingen te nemen en je financiële doelen te bereiken. Hieronder volgen enkele belangrijke aandachtspunten:

- **Budgettering**
Stel een realistisch budget op dat niet alleen je inkomsten en uitgaven dekt, maar ook je spaardoelen en eventuele schulden. Volg je voortgang regelmatig en pas het budget aan wanneer nodig, zodat het altijd up-to-date blijft.
- **Spaar- en beleggingsplanning**
Stel een spaarplan op voor onverwachte uitgaven en langetermijndoelen. Verken verschillende beleggingsopties die passen bij je risicotolerantie en financiële doelen om je vermogen te laten groeien.
- **Noodfonds**
Zorg voor een noodfonds dat onverwachte zakelijke kosten, zoals plotselinge uitgaven, verlies van inkomsten of andere onvoorziene omstandigheden, kan opvangen. Dit biedt je financiële stabiliteit en gemoedsrust tijdens periodes van onzekerheid.
- **Belastingplanning**
Zorg ervoor dat je de belastingwetten goed begrijpt en zoek naar legale mogelijkheden om je belastingdruk te verlagen. Maak optimaal gebruik van beschikbare belastingvoordelen.
- **Financiële educatie**
Vergroot je kennis over financiële trends en investeringsmogelijkheden. Zelf lees ik boeken en luister ik naar podcasts om op de hoogte te blijven van de laatste ontwikkelingen.
- **Verzekeringen**
Zorg voor de juiste verzekeringen om jezelf te beschermen tegen onverwachte gebeurtenissen. Herzie je polissen regelmatig en pas ze aan wanneer je situatie verandert. Veel maatschappijen bieden gratis consultaties aan, waarbij ze je kunnen helpen je huidige dekking te beoordelen en aanbevelingen te doen.
- **Pensioenplanning**
Start op tijd met je pensioenplanning en maak gebruik van de beschikbare pensioenregelingen. Als zzp'er is het raadzaam om zo'n 15-20% van je bruto-inkomen voor je pensioen opzij te zetten. Dit percentage kan variëren, afhankelijk van je leeftijd en het verwachte rendement.
- **Monitoren en evalueren**
Evalueer regelmatig je financiële situatie en de voortgang ten opzichte van je doelen. Pas je strategie aan wanneer dat nodig is.
- **Professioneel advies**
Maak gebruik van een financieel adviseur. Ik werk zelf met een boekhouder, wat me helpt weloverwogen keuzes te maken en verrassingen te voorkomen.

BOOST JOUW ONDERNEMING

Opdracht - STAP 7

Verbeter je financiële situatie en beheer je geld effectiever.

Stap 1: Definieer je financiële doelen: Stel twee financiële doelen vast die je binnen de komende 12 maanden wilt behalen, zoals een noodfonds of de aanschaf van nieuwe apparatuur. Zorg ervoor dat de doelen specifiek, meetbaar en haalbaar zijn, zoals beschreven in de **SMART-methode** (Stap 1).

Stap 2: Budgetteringsuitdaging: Maak een overzicht van je maandelijkse inkomsten en uitgaven in een spreadsheet. Noteer vaste kosten (huur werkplek, salaris en abonnementen/tools) en variabele kosten (marketing en optimalisaties). Schrijf op waar je kunt besparen om spaardoelen te behalen.

Stap 3: Spaardoelen: Stel spaardoelen vast en bepaal het maandbedrag. Maak spaarpotjes op je zakelijke rekening en stel automatische overboekingen in. Bijvoorbeeld: "Maandelijks €300 naar spaarpot 'Nieuwe apparatuur' of spaarpot 'Noodfonds'".

Stap 4: Financiële educatie: Besteed 30 minuten per week aan het lezen van een financieel boek of podcast. Noteer wat je hebt geleerd en bedenk hoe je dit kunt toepassen voor een betere financiële planning. Educatie is de sleutel tot kennis!

Stap 5: Evalueer en pas je strategie aan

Plan een evaluatie over 3 maanden. Beoordeel of je je doelen hebt bereikt, of je budget werkt en of je je strategie moet aanpassen. Think **SMART!** 😊

A woman with long, wavy blonde hair is sitting and talking on a black smartphone. She is wearing a black sleeveless top and light-colored pants. She has a gold ring on her finger and a tattoo on her arm. The background is a plain, light-colored wall.

GET IN TOUCH!

info@doubletogether.com

www.doubletogether.com

+31 6 22 84 94 42

@doubletogether