



Werkboek

PHOTO BUSINESS KICKSTARTER

Module 1 | Jij & je bedrijf



Werkboek
**PHOTO BUSINESS
KICKSTARTER**

Module 1 | Jij & je bedrijf

Les 1 | Let's get started!

Les 2 | Kies een niche en bedrijfsnaam

Les 3 | Je kernwaarden, je missie
en je ideale klant

Les 4 | Bepaal je aanbod

Les 5 | Bepaal je tarieven



Les 1 | Let's get started!

Opdracht 1 | Wat is je huidige status

Zet eerst je huidige status op papier. Zo krijgen we aan het begin van deze training een waardevolle nulmeting. Voor de nulmeting ga je in het kort omschrijven wat de huidige status is van jou en je bedrijf.

Om je te helpen heb ik een aantal vragen op een rijtje gezet die je kunt beantwoorden om zo tot die huidige status te komen:

- In hoeverre 'bestaat' je bedrijf al echt of is het nu nog vooral een droom?
- Ben je nog in loondienst of heb je nog ander werk in welke vorm dan ook?
- Hoeveel uur besteed je nu aan je bedrijf? Aan je eventuele andere baan? En hoeveel uur kun je besteden aan jezelf/je gezin/je partner?
- Wat voor gevoel geeft je bedrijf je nu? Wat komt er in je op als je denkt over je (toekomstige) bedrijf?
- Zijn er nu dingen (zakelijk of privé) die je eigenlijk wilt doen maar niet kunt door gebrek aan tijd/geld/kennis?
- Hoe blij ben je met je huidige status? Wat zou je willen veranderen? Wat zou je zo laten?
- Hoe voel je je?

Mijn huidige status is:



Les 1 | Let's get started!

Opdracht 2 | Maak een mindmap

Vul deze mindmap en zet je eigen naam in het midden + over 5 jaar. Om jouw naam heen schrijf je punten die onderdeel zijn van jouw droom en toekomst. Wat wil je bereiken hebben over 5 jaar? Ga dus uit van de ideale status van jou en je bedrijf. Voel je vrij om een ander jaartal te kiezen zoals 10 jaar. Dan zou ik je wel aanraden om zowel 5 als 10 jaar te doen. Zodat je niet je dromen te ver vooruit zet ;-)

Ook hier heb ik wat vragen die je op weg kunnen helpen:

- Hoeveel dagen en/of uren werk je in de week?
- Hoeveel verdien je?
- Heb je er nog een baan naast of ben je 100% ondernemer?
- Hoe ziet je leven er uit? En je bedrijf?
- Welke woorden omschrijven jouw over 5 jaar het beste?
- Welke woorden omschrijven jouw bedrijf over 5 jaar?
- Hoeveel omzet draai je?
- Hoe voel je je?
- Hoeveel klanten per maand/kwartaal/jaar?
- Wat vind je het belangrijkste in het leven?

<Jouw naam>
over 5 jaar



Les 2 | Kies een niche en bedrijfsnaam

Hulp/inspiratie | Kies een niche die bij je past

Ga voor een niche die bij je past. Hoe beter een niche bij je past, hoe gemakkelijker jij ze kunt bereiken en bedienen. Hieronder staan enkele vragen die je kunnen helpen bij het kiezen van een niche.

- Wat fotografeer je nu? (newborn, bruiloften, portretten, gezinnen, food, sport e.d.)
- Heb je binnen die groep een bepaalde 'hoek' die je aanspreekt? (zoals een bepaalde sport of lifestyle of geposeerde newborn?)
- Wat wil je zeker niet fotograferen? (Bijv. geen bruiloften langer dan 12 uur, of geen families, geen headshots voor grote bedrijven, enzovoorts)
- Van welke fotoshoots krijg je veel energie? Wat doe je het liefst? (Wees specifiek: bijv. intieme strandbruiloften, portretten van vrouwelijke ondernemers, sportwedstrijden voor kinderen, o.i.d.)

Je ziet dat bij die laatste vraag je al best specifiek bent over een niche binnen een markt. Zo kun je je focussen op intieme strandbruiloften in plaats van alle soorten bruiloften. Wanneer jij al je communicatie daarop inricht gaan klanten je beter vinden en wordt je expert op dit gebied.

Notities



Les 3 | Je kernwaarden, je missie en je ideale klant

Opdracht 1 | Kies 10 kernwaarden

We gaan opzoek naar jouw kernwaarden. Omdat er op internet talloze lijsten met kernwaarden zijn wil ik je vragen via Google te zoeken naar een 'lijst met kernwaarden' en daar 10 kernwaarden te selecteren die bij je passen.

Denk daarbij ook aan hoe je beste vriend(in) of je moeder je zou omschrijven. Welke projecten of uitdagingen houden je momenteel bezig in jouw leven? Waarover praat je vaak met vrienden? Waar lees je graag over? In die antwoorden zitten kernwaarden verscholen.

Dit zijn mijn 10 kernwaarden

- 1 | _____
- 2 | _____
- 3 | _____
- 4 | _____
- 5 | _____
- 6 | _____
- 7 | _____
- 8 | _____
- 9 | _____
- 10 | _____

Opdracht 2 | Kies uit die 10, jouw belangrijkste 5 kernwaarden

Ga nu uit die 10 kernwaarden de meest belangrijke 5 kernwaarden noteren. Note: vergeet niet, je bent een mens en zolang je leeft, leer en groei je. Daarmee wil ik zeggen dat je kernwaarden best eens kunnen wijzigen omdat je verandert als mens. Selecteer nu vooral de 5 die op dit moment in jouw leven het belangrijkste zijn.

- 1 | _____
- 2 | _____
- 3 | _____
- 4 | _____
- 5 | _____



Les 3 | Je kernwaarden, je missie en je ideale klant

Opdracht 3 | Kies 3 tot 5 merkwaarden

Nu verzamelen we 3 tot 5 merkwaarden die bij je bedrijf passen.

- Waar sta jij voor wanneer je onderneemt?
- Hoe wil je dat jouw bedrijf omschreven wordt door klanten?
- Waarmee wil of kun jij onderscheidend zijn?
- Hoe positioneer jij je binnen jouw markt?

Zoek in dezelfde lijst als voor de kernwaarden, nu 3 tot 5 waarden uit die je passend vind als je merkwaarden.

Dit zijn mijn 5 merkwaarden

- 1 | _____
- 2 | _____
- 3 | _____
- 4 | _____
- 5 | _____





Les 3 | Je kernwaarden, je missie en je ideale klant

Opdracht 4 | Noteer je missie

We zoeken je missie met behulp van de volgende vragen:

- Wat is het dat je doet?

Deze onderstaande vragen helpen je vast op weg:

Ik help mensen om ...

Ik zorg voor ... zodat mensen ...

Ik maak ... voor ...

Door ... zorg ik dat ...

- Waarom doe je wat je doet?

- Waarom?

Maak een samenvatting:

Het is belangrijk dat je hierboven alles opschrijft wat in je opkomt omdat je zo wellicht een rode draad ziet in alle antwoorden waardoor je ineens die ultieme zin kunt samenstellen uit je eerder gegeven antwoorden. Verzamel, knip en plak eventueel wat verschillende delen aan elkaar en formuleer dit tot een samenhangende zin of alinea.

Je hebt nu je eerste missie concreet!



Les 3 | Je kernwaarden, je missie en je ideale klant

Opdracht 5 | Brainstorm over je ideale klant

Brainstorm over jouw ideale klant en schrijf alles op wat je te binnen schiet. Denk bijvoorbeeld aan 'voor wie is mijn product interessant en waarom?' of 'wat waren de specificaties van mijn fijnste klanten die mij eerder boekten?'

Mijn brainstorm voorbeeld:

"Ik ben lifestyle gezinsfotograaf en ik leg de meest pure en echte herinneringen van/voor gezinnen vast. Mijn fotoshoots zijn ontspannen, heel persoonlijk en leuk. Het liefst laat ik ze plaatsvinden in de vertrouwde omgeving van mijn klanten zodat ze zo natuurlijk mogelijk op de foto komen. Mijn shoots zijn het meest interessant voor ouders met jonge kinderen die beiden werken en door de drukte en sleur graag met regelmaat een professionele fotograaf inhuren om hun leven even op pauze te zetten. In theorie kan ieder gezin mij boeken maar omdat mijn prijzen gemiddeld tot hoog zijn zullen mijn potentiële klanten dus echt moeten willen investeren in het maken van zo'n complete herinnering. Het is het hele pakket dat ze bij mij krijgen en niet enkele vluchtig geschoten foto's. Dit publiek vind ik sneller op Instagram dan op Facebook. De moeders uit het gezin zijn vaak initiatiefnemer als het gaat om het boeken van een fotoshoot. Deze moeders zijn vaak tussen de 25 en 40 jaar oud en komen het meeste uit Zuid-Holland. Enzovoorts..."

Tijd voor jouw brainstorm:



Les 3 | Je kernwaarden, je missie en je ideale klant

Opdracht 6 | Maak jouw brainstorm concreet

Heb je inmiddels een grof beeld van jouw klant op papier of in je hoofd? Door middel van het concretiseren van je brainstorm kun je nu een profiel van je ideale klant maken. Op basis van mijn gemaakte brainstorm kom ik op het volgende uit:

Mijn ideale klant is:

- Een vrouw tussen de 25 en 40 jaar oud
- Woonachtig in Zuid-Holland
- Een moeder van een jong gezin (kinderen tussen de 0 en 12 jaar)
- Iemand die graag het leven viert en het niet erg vindt om daar een passend bedrag aan uit te geven. Het zijn mensen die niet voor een dubbeltje op de eerste rij hoeven te zitten.
- Iemand die graag wil investeren in een gezinsshoot omdat ze duidelijk beseft hoeveel moois ze bezit en dit wil vieren door mij een serie tastbare herinneringen te laten maken
- Eerder te vinden op Instagram dan op Facebook

Jouw brainstorm concreet:

Bovenstaande methode kun je zo gedetailleerd maken als je zelf wil. Zolang je maar duidelijk hebt aan wie jij je product verkoopt en op wie je de communicatie dus moet richten.



Les 4 | Bepaal je aanbod

Hulp/inspiratie | Zorg voor een passend aanbod

Kijk hiervoor even terug naar je definitie van je ideale klant. Kun je hier al iets uithalen waarop jij je aanbod kunt baseren? Doe anders een marktonderzoek. Door je doelgroep uit te horen kun je het beste aanbod voor ze samenstellen.

Denk aan vragen als:

- > wat zou je nodig hebben?
- > in hoeverre heb je dit vaker nodig?
- > op wat voor termijn zou je het binnen willen hebben?
- > hoeveel budget heb je er voor?
- > waar zou jij de beelden voor willen gebruiken?
- > wat vind je van dit aanbod? (laat bijv. je opgestelde aanbod zien)
- > wanneer zou het investeren in een bepaald aanbod een succes voor je zijn?
- > wat zoek je in een fotograaf waarmee je wilt samenwerken?
- > en ga zo maar door...

Verzamel de vragen voor je marktonderzoek en verwerk ze in een Google Form. Hiermee kun je gratis formulieren maken en laten invullen door anderen. Je hebt alle antwoorden dan altijd online en bij elkaar staan.

Op basis van jouw onderzoek kun je je aanbod aanscherpen of wijzigen.



Les 5 | Bepaal je tarieven

Opdracht 1a | Vaste en variabele kosten op een rijtje

Maak inzichtelijk hoeveel je vaste kosten per shoot/pakket zijn. Maak daarvoor een lijstje van al je vaste kosten en vul deze in. Neem voor de variabele bedragen een gemiddeld bedrag. Denk aan kosten zoals die uit onderstaand lijstje. Heb je meer kosten posten? Vul het rijtje dan aan en vul de kosten in:

- Albums die je levert
- Prints die je er eventueel bijlevert
- Verzendkosten van album naar klant
- Verpakkingskosten (envelop, brievenbusdoosje, maar dingen die je erbij doet zoals een visitekaartje e.d.)
- Benzine- en parkeerkosten
- Huur van een studio of locatie
- Huur van apparatuur
- Kosten van een assistent
- Kosten van aangeschafte props
- Eten/drinken tijdens de shoot
- Drankjes tijdens kennismakingsgesprek

Heb je verschillende pakketten/diensten? Doe dit dan per pakket of dienst.



Les 5 | Bepaal je tarieven

Opdracht 1b | Bereken de BTW / IB / ZVW + winst

Wanneer je je fotografie niet meer als hobby kunt beschouwen en je er structureel geld mee gaan verdienen ga je je inschrijven bij de KVK. Wanneer je dat doet ben je verplicht om BTW af te dragen, tenzij je meedoet aan de kleine ondernemersregeling, maar daar kom ik in module 3 uitgebreid op terug. We gaan er in dit voorbeeld even vanuit dat je wel BTW rekent. Daarnaast heb je natuurlijk te maken met de Inkomstenbelasting en de bijdrage Zorgverzekeringswet die je per jaar mag betalen.

- BTW (9 of 21%)
- Bijdrage ZVW (5,75% voor 2021) (toelichting van website KVK: Je betaalt als ondernemer of freelancer een inkomensafhankelijke bijdrage voor je ziektekostenverzekering aan de overheid. Deze premie komt bovenop de premie die u aan uw zorgverzekeraar betaalt. Hoe hoger je inkomen, hoe hoger je bijdrage)
- Inkomstenbelasting (37,1% voor winst tot 68.507 euro in 2021)

De volgende stap is om te kijken naar het tarief dat je in gedachte had of naar het bedrag dat je momenteel hanteert. Ik neem even mijn tarief voor een gezins lifestyle shoot als voorbeeld. Deze kost momenteel €325 incl. btw.

Fotoalbum	35
Verzendkosten album naar klant	5
Verpakking e.d.	4
Benzine- en parkeerkosten	15
BTW (9%)	26,83*
Bijdrage ZVW (5,75%)	13,75*
Inkomstenbelasting (37,1%)	88,73*
Totaal	188,31

Winst **136,69**

* Haal van je prijs eerst de btw af. Vervolgens trek je dan alle kosten ervan af. Daarna ga je pas de inkomstenbelasting en de bijdrage ZVW berekenen. Dat doe je namelijk over het winstbedrag (opbrengst - kosten).

Doe dit ook voor jouw pakket(ten) om te zien wat je winst per product is.



Les 5 | Bepaal je tarieven

Opdracht 1c | Bestede uren/tijd op een rijtje

Ga nu eens kijken hoeveel uur je met één datzelfde pakket bezig bent. Van het eerste contact met de klant tot het opleveren van de foto's.

Bekijk dit onderstaand rijtje en vul voor elk punt de gemiddelde tijd in die je ermee kwijt bent/denkt te zijn. Ik heb mijn geschatte tijd er als voorbeeld ingevuld voor dezelfde shoot als waarvoor ik mijn kosten op een rijtje zette:.

Communicatie met klant (email, app, bellen)	1 uur
Vorbereiden op een fotoshoot	30 min
Reistijd naar en van de fotoshoot	30 min
De duur van de fotoshoot	2 uur
Selecteren / editen	2 uur
Opleveren van de foto's	30 min

Ik kom dus uit op een gemiddelde van **6,5 uur** die ik kwijt ben met één gezinsshoot. Deel nu eens de winst die je eerder uitrekende door het aantal uren dat je met je shoot bezig bent. Als ik dat doe krijg ik het volgende plaatje: **€136,69 : 6,5 uur = €21,03 per uur**

Jouw opdracht is om deze berekening ook voor jezelf te maken. Wanneer je nog geen bedrag had gekozen voor je aanbod kun je even op je gevoel afgaan en de berekening maken aan de hand van het bedrag dat je in gedachte hebt. Go!



Les 5 | Bepaal je tarieven

Opdracht 2 | Uurtarief berekenen vanuit een omzetdoel

Een andere best leuke manier om je prijzen uit te rekenen is terugrekenen vanuit je gewenste omzetdoel per jaar. Dit is vooral een fijne berekening wanneer je ook goed wil kijken naar het maximale aantal weken/dagen/uren dat je wil werken. Zo kom je er snel achter wat je moet rekenen.

Ga eens zitten en bedenk wat jouw gewenste omzetdoel voor een jaar is. Deel dit omzetdoel door het aantal weken dat je in het jaar wil werken. Deel dat bedrag door het aantal dagen per week dat je wilt werken en deel tot slot dat bedrag dan weer door het aantal uur dat je wilt werken per dag. Tadaa, je uurtarief is concreet. Dit kun je vervolgens gebruiken als richtlijn voor het bepalen van je prijzen voor je aanbod.

Vul in:

- > Ik droom over een omzet doel van _____ per jaar.
- > In een jaar wil ik ____ weken werken. Het omzetdoel gedeeld door het aantal weken dat ik wil werken = _____
- > Per week wil ik ____ dagen willen werken. Het bedrag per week delen we dan door het aantal dagen dat je per week wil werken = _____. Dat is het tarief dat je per dag dan moet verdienen.
- > Tot slot wil ik _____ uur per dag werken. Het dagtarief delen we dan door het aantal te werken uren = _____. Dat is dan het uurtarief dat je zou moeten berekenen.