

Branding

SUCCESFACTOR DOOR DE
EEUWEN HEEN

Dé succesfactor voor een zelfstandig ondernemer bestaat niet. Wel is er een aantal basissuccesfactoren, zoals opleiding en de grootte van je netwerk, aldus Arjen van den Born. *Maar afhankelijk van het economisch tij en de markt waarin we zitten, is een factor meer of minder belangrijk.* Een factor die echter al eeuwen in het rijtje bepalende succesfactoren meeloopt, is *personal branding*. DOOR MARGOT BOUWENS

“Branding is eigenlijk helemaal niets nieuws”, vertelt Arjan van den Born. Hij promoveerde in 2009 op een onderzoek naar wat zelfstandig ondernemers succesvol maakt. Momenteel heeft hij een eigen organisatieadviesbureau, doet hij bij de Universiteit Utrecht onderzoek naar grote reorganisaties en bij de Universiteit van Antwerpen onderzoek naar ondernemerschap. “Al in de Middeleeuwen was personal branding belangrijk. In die tijd was iedereen zelfstandig ondernemer. Je kreeg vooral opdrachten door mond-tot-mondreclame en in mindere tijden, als je op krediet moest kopen, was het belangrijk dat mensen er vertrouwen in hadden dat er met jouw kennis en kunde wel weer geld binnen zou komen.” Branding was toen, net als nu, bepalend of je als ondernemer succesvol bent.

WANNEER BEN JE SUCCESVOL?

Volgens Van den Born is dat de hamvraag die door wetenschappers nog nooit beantwoord is. Er zijn verschillende manieren om naar succes te kijken, zegt hij. Zo kun je het puur financieel, dus objectief, benaderen: worden mensen er rijk van? Een andere benadering is om aan mensen te vragen of ze tevreden zijn over zaken als hun persoonlijke ontwikkeling en de werk-privébalans.

MEERDERE WEGEN NAAR SUCCES

Om als zelfstandig ondernemer te kunnen overleven, moet je in een van de volgende aspecten echt goed zijn: dienstverlening, innovatie, netwerken, kennis en kunde, en ondernemerschap. Van den Born licht er vier uit: “Je netwerk is een belangrijke succesfactor. Hoe groot of klein dat netwerk moet zijn, kan door de tijd heen veranderen. In 2007/2008 toen er genoeg opdrachten waren, was het hebben van een groot netwerk minder belangrijk dan nu we middenin de crisis zitten. Als opdrachten schaars worden, wordt een groot netwerk belangrijker.”

Verstand hebben van de markt is ook belangrijk voor het hebben van succes. “Veel zelfstandig ondernemers weten te weinig wie hun concurrenten zijn, wat de markt vraagt en wat hen uniek maakt. Dat is niet zo wonderlijk, want je bent maar alleen en je

hebt niet overal tijd voor. Maar het zou goed zijn om elk jaar één dag op het strand te gaan wandelen om bijvoorbeeld na te denken over veranderende koopmotieven.”

Een andere succesfactor is kennis en kunde. Hoe goed ben je eigenlijk? “Een manier om daar achter te komen is om aan je klanten een cijfer onder de tien te vragen. En om jezelf op scherp te zetten trek je van dat cijfer dan nog twee punten af.”

FOCUS

De vierde belangrijke succesfactor is branding. Van den Born verstaat daar twee dingen onder. Ten eerste de mate van bekendheid van een merk of een persoon en ten tweede de kracht van een merk: de identiteit en reputatie ervan. Bij zelfstandig ondernemers is branding een wat ondergeschoven onderwerp, vindt hij: “Terwijl het belangrijk is een goede reputatie te hebben. Dat bereik je onder andere door extravert, dus naar buiten gericht te zijn. Maar ook door ervaring, zowel als ondernemer als vakinhoudelijk. En door je branding bewust en planmatig op te pakken. Met bewust bedoel ik dat je bijvoorbeeld nadenkt over welk imago je wilt neerzetten en dat je naar de kosten en opbrengsten van je inspanningen kijkt. Planmatig is dat je op gestructureerde en doordachte wijze blogt, twittert en op Facebook actief bent om je bekendheid te vergroten. Doe dat bij voorkeur in combinatie met regelmatig langsgaan bij (potentiële) klanten en bijvoorbeeld praten op conferenties. Bedenk daarbij dat de kracht van een merk te maken heeft met focus. Je kweekt een sterke reputatie als je veel weet van één onderwerp en daar goed in bent. Focus is nodig om jezelf echt te branden.”

WWW.ZZPTARIEF.NL

Omdat hij uit ervaring weet dat veel zelfstandig ondernemers niet goed weten wat voor kostendekkend uurtarief ze moeten vragen, heeft Van den Born een tool gemaakt waarmee dat eenvoudig te berekenen is. Deze gratis tool kan op internet ingevuld worden en houdt rekening met het gewenste bruto maandloon, pensioen en verzekeringen, beroepskosten en gemiste baten. Van den Born: “Je moet weten wat je basistarief is om nu een belegde boterham en later een pensioen te hebben. Daarnaast kijk je natuurlijk naar zaken als hoe leuk en leerzaam een opdracht is. Ook dat kan van invloed zijn op je tarief. Als je er maar bewust mee omgaat.”

In samenwerking met FNV Zelfstandigen is Van den Born bezig voor tariefsberekening een app te bouwen.

www.hetisdeventnietdetent.nl, www.born.to