

# De 6 vragen die jij als startende ondernemer moet beantwoorden.

Je bent ondernemer geworden omdat je een droom hebt. Je hebt een idee waar je *excited as fuck* over bent. Je wilt het delen met de wereld en je bent ervan overtuigd dat jouw product een meerwaarde is voor een ander. *Right??* **Top!** Daar kunnen we wat mee.

De 6 vragen die je in dit document gaat beantwoorden zorgt niet voor een businessplan van 40 pagina's. Het is wel een gids die jou helpt snel duidelijkheid te krijgen over zaken die ertoe doen voor jouw bedrijf. Door de vragen te beantwoorden krijg je scherpte, richting en vooral *grip op de volgende stappen die je moet zetten*.

Voor het optimale resultaat (in dit document, en eigenlijk in alles binnen het ondernemen) is het belangrijk dat je **eerlijk** bent. Kijk je onzekerheden en angsten in de ogen. Een antwoord is niet *goed* of *slecht*. Een antwoord is hooguit onduidelijk. In dat geval: top! Dan heb je iets gevonden wat je kunt beantwoorden en verduidelijken.

Elk bedrijf helpt andere mensen en helpt ze op een andere manier. Daarom is het juist belangrijk om deze vragen vanuit jezelf scherp te krijgen. Zodat jij doet wat past bij jou en jouw manier. Dit is de enige manier om uniek te zijn en te kunnen ondernemen vanuit natuurlijk enthousiasme en authenticiteit.

Succes! You got this!

# 1. Wat is het kernprobleem dat je oplost?

## Waarom heeft iemand jou nodig?

Klanten kopen geen product, ze kopen **een oplossing voor hun probleem**. Als jij dit probleem niet helder hebt, gaat jouw aanbod minder krachtig overkomen.

### Tip 1: Kijk naar je klantreis, niet naar je product.

*Veel ondernemers denken in wat ze doen ('ik bouw websites'), maar het kernprobleem zit vaak **een stap ervoor** ('mijn klant voelt zich onzichtbaar online.').*

### Tip 2: Gebruik de 'Waarom'-methode.

*Vraag jezelf steeds 'waarom' totdat je bij de echte kern bent.*

- Je klant wil een website → **Waarom?**
- Om klanten te vinden → **Waarom?**
- Omdat hij nu onzichtbaar is → **Waarom?**
- Omdat zijn bedrijf niet professioneel overkomt → **Waarom?**
- Omdat hij geen vertrouwen wekt bij zijn doelgroep → **Waarom?**
- Het kernprobleem → Gebrek aan vertrouwen/zichtbaarheid, niet '**geen website**'

### Tip 3: Verplaats je in de situatie voordat jij in beeld komt

*Wat doet of voelt je klant op de dag dat hij besluit jou nodig te hebben? Dat moment geeft vaak het echte probleem weer.*

Actietip → Schrijf in 1 zin op: "Ik help [doelgroep] met [probleem], zodat [gewenst resultaat]"

## 2. Voor wie doe je dit écht?

**Niet: “Iedereen”. Kies en durf scherp en specifiek te zijn.**

Hoe scherper jij jouw ideale klant definieert, hoe makkelijker alles wordt: je boodschap, je prijs, je aanbod, het gebruik van je kanalen. Zonder focus concurreer je op **prijs**; met focus win je op **relevantie**.

**Tip 1: Omschrijf je favoriete klant (of droomklant)**

*Met wie zou jij willen werken? Of: met wie lijkt het je geweldig om te werken?  
Beschrijf die persoon zo concreet mogelijk: beroep, levensfase, gedrag, frustraties*

**Tip 2: Kijk ook eens naar wie je niet helpt.**

*Door te kijken naar eigenschappen of kenmerken van mensen die je niet helpt, verscherp je langzamerhand juist je doelgroep.*

**Tip 3: Kijk naar energie ipv alleen omzet**

*Welke klanten geven jou energie en voldoening? En welke slurpen energie, ook al betalen ze goed? Je doelgroep moet je energie geven – dat is de basis voor lange termijn succes.*

**Tip 4: Maak het kleiner dan je denkt**

*Niet: “ZZP’ers”. Wel: “Startende ondernemers in de regio die vastlopen met hun eerste website” of “salons die online boekingen willen automatiseren”. Hoe kleiner en specifieker, hoe sterker je positie.*

Actietip → Schrijf in 1 zin op: “Ik help [specifiek type klant] die [probleem/uitdaging] heeft, met [jouw oplossing]”

### 3. Hoe onderscheid jij je van de rest?

**Wat maakt jou bijzonderder, simpeler, beter of sneller? “Waarom moet ik mijn broodjes bij jou kopen en niet bij de bakker om de hoek?”**

Als je geen onderscheid hebt, word je vergeleken op **prijs**. Dat is een **race to the bottom** waar je niet in wilt belanden. Klanten moeten een reden **voelen** waarom jij deze beste keuze bent voor hen.

**Tip 1: Eenvoudige vergelijking**

*Schrijf eens op wat jouw concurrenten vaak doen of aanbieden, en zet daarachter wat jij net anders of beter doet.*

**Tip 2: Klantbeleving ipv product**

*Weinig ondernemers lijken dit te beseffen, maar het onderscheid zit vaak niet in wat je levert, maar hoe je dit doet. Denk aan je stijl, je communicatie, je snelheid, je creativiteit, je persoonlijkheid. Probeer hier eens de focus op te leggen.*

**Tip 3: Kies 1 vlag**

*Je hoeft niet op alles onderscheidend te zijn. Kies 1 aspect waarin jij onverslaanbaar wilt en kunt zijn. (Persoonlijk contact, supersnelle oplevering, een stijl die echt anders voelt)*

**Tip 4: Gebruik een duidelijk bewijsbaar anker**

*Onderscheid is sterker als je het kan laten zien. Niet: “Ik ben betrouwbaar”, maar “Ik lever altijd binnen 48 uur op, zonder gedoe”.*

Actietip → Schrijf in 1 zin op: “Klanten kiezen mij omdat...”

## 4. Wat is je minimale product waarmee je morgen geld kunt verdienen?

Ondernemen draait om actie. Veel starters blijven hangen in “het moet eerst perfect zijn”. Ondertussen verdienen ze niks en leren ze weinig. Hoe sneller je “**iets**” kunt verkopen, hoe sneller je leert wat werkt en vooral ook wat niet werkt.

### **Tip 1: Snij alles weg wat niet cruciaal is**

*Wat is de kern van je product? Kun je een light-versie maken die de basis oplost?*

### **Tip 2: Verpak wat je al kunt**

*Misschien heb je al kennis, een template, een methode of een skill waar je nu geld mee kunt verdienen. Je hoeft geen nieuw product te bouwen.*

### **Tip 3: Durf te experimenteren – iteraties zijn kracht**

*Je minimale product hoeft niet “voor altijd” te zijn. Het is een test. Wat aanslaat kun je verder bouwen. Wat niet aanslaat, kan je weer verder ontwikkelen. Werk in iteraties. Zo hou je de snelheid hoog en verspil je zo min mogelijk tijd.*

Actietip → Zet er een prijs bij (ook al is het symbolisch)

## 5. Wat is jouw persoonlijke “WHY”?

### Waarom ben jij ondernemer geworden en wat drijft jou echt?

Je WHY is je motor en fundament. Het is de reden dat je doorgaat als het lastig is en de bron van energie als je voor keuzes staat. Zonder WHY voelt ondernemer vaak leeg, richtingloos of stuurloos.

#### Tip 1: Ga dieper dan “geld verdienen”

*Natuurlijk wil je inkomen genereren met jouw onderneming. Maar **waarom** wil je dat inkomen? – Vrijheid? Tijd met je gezin? Creatief bezig zijn? Impact maken? Anderen helpen?*

#### Tip 2: Kijk naar je eigen verhaal

*Welke ervaringen, frustraties of dromen hebben je op dit punt gebracht? In dat verhaal zit vaak een kern van je WHY.*

#### Tip 3: Gebruik de ‘Zodat-methode.’

*Vraag jezelf steeds ‘Zodat?’ totdat je bij de echte kern bent.*

- *Ik wil websites bouwen → **Zodat?***
- *Zodat starters professioneel digitaal overkomen → **Zodat?***
- *Zodat ze meer zelfvertrouwen krijgen in hun bedrijf → **Zodat?***
- *Zodat ze durven ondernemen en succes ervaren → **Zodat?***
- *Zodat ze hun dromen kunnen waarmaken*

#### Tip 4: Maak het persoonlijk en groter

*Een sterke WHY verbindt jouw persoonlijke motivatie met een groter doel.*

Actietip → Schrijf in 1 zin op: “Ik ben ondernemer omdat ik geloof dat [doelgroep] [impact/resultaat] verdient, en ik wil daar mijn energie in steken.”

## 5. Wat zijn je korte en lange termijn doelen?

Zonder doelen voelt ondernemen vaak als “druk bezig zijn” zonder echt resultaat. Doelen geven richting, focus en zorgen ervoor dat je trots kunt zijn op kleine successen. Het is belangrijk om deze doelen concreet en meetbaar te houden. Hierdoor werken wij altijd met korte periodes. (Korte termijn = de komende 2 weken; Lange termijn = de komende 3 maanden)

### **Tip 1: Klein en haalbaar**

*Denk in acties die je binnen 2 weken of 3 maanden kunt doen. “Mijn bedrijf wereldwijd bekend maken” is te groot. “Mijn eerste klant binnenhalen” is concreet en meetbaar.*

### **Tip 2: Maak het concreet en meetbaar**

*Zorg dat je je doel zo opschrijft zodat je achteraf altijd kan zeggen: “Ja, dit is gelukt!”. Bijvoorbeeld: “de komende 3 maanden 2 posts per week op Instagram” in plaats van “meer zichtbaar zijn op sociale media”*

### **Tip 3: Focus op 1-3 doelen per periode**

*Als kleine ondernemer is focus belangrijker dan 10 dingen half doen.*

### **Voorbeelden:**

#### **Korte termijn (2 weken)**

- Mijn website online zetten
- 2 waardevolle posts plaatsen op Instagram
- De eerste 10 gesprekken met potentiële klanten gevoerd

#### **Lange termijn (3 maanden)**

- Minimaal 3 betalende klanten geholpen
- Consistent 2 posts per week op Instagram
- Een simpel systeem ingericht om leads/klanten bij te houden

**Damn! You did it!** 🎉

Je hebt het hele document doorlopen! Trots op jezelf? Dat mag altijd natuurlijk!

Hopelijk heb je onderweg nieuwe inzichten opgedaan, dingen ontdekt waar je eerder niet over hebt nagedacht en misschien zelfs keuzes gemaakt die je richting geven.

Onthoud: ondernemen is nooit perfect. Het gaat er om dat je stap voor stap duidelijker krijgt waar jij voor staat en waar je heen wilt bewegen.

Mocht je merken dat je ergens vastloopt of dat je gewoon een sparringpartner nodig hebt. Wij staan voor je klaar om met je mee te denken.

Keep going! You got this 🚀

- *Danny*