

IN 5 STAPPEN

NAAR MEER KLANTEN

EN VRIJHEID

EEN COMPLEET HANDBOEK MET
DE BELANGRIJKSTE PRAKTISCHE
EN MENTALE STAPPEN DIE JE ALS
FOTOGRAAF HEBT TE NEMEN OM
JE BEDRIJF SNELLER TE LATEN
GROEIEN

dankjewel gefeliciteerd

EERST EN VOORAL WIL IK JE BEDANKEN VOOR HET DOWNLOADEN VAN DIT E-BOOK.

HIERDOOR WEET IK DAT JIJ GELOOFT DAT HET MOGELIJK IS OM MEER KLANTEN AAN TE TREKKEN EN MEER VRIJHEID TE ERVAREN.

WAARSCHIJNLIJK GA JE OP DIT OGENBLIK NOG GEEN VOLLE AGENDA HEBBEN EN DAARDOOR OOK DAT GEVOEL VAN VRIJHEID EN RUST NOG NIET ERVAREN.

IK ZIE VEEL FOTOGRAFEN STARTEN MET HEEL VEEL MOED EN GOEDE WIL. ZE LOPEN VAAK VAST OMDAT ZE WEL CREATIEF ZIJN MAAR GEEN IDEE HEBBEN HOE ZE MOETEN ONDERNEMEN, ZICHTBAAR ZIJN EN VOORAL KLANTEN AANTREKKEN.

ZE PROBEREN WAT STRATEGIEËN ZONDER AL TE VEEL RESULTAAT.

JE BENT ER WAARSCHIJNLIJK AL ACHTER GEKOMEN DAT ER MEER BIJ KOMT KIJKEN DAN JE DACHT. DAT JE NIET ALLEEN EEN GOEDE FOTOGRAAF MOET ZIJN MAAR OOK EEN GOEDE ONDERNEMER.

ER SPOKEN ONGETWIJFELT HEEL WAT DINGEN DOOR JE HOOFD. GA IK DIT WEL KUNNEN? WAAROM Zouden ZE VOOR MIJ KIEZEN, ER ZIJN AL ZOVEEL FOTOGRAFEN.
BEN IK WEL GOED GENOEG?

MAAK JE GEEN ZORGEN. JIJ BENT NIET ALLEEN. IEDERE FOTOGRAAF HEEFT DIT SOORT ONZEKERHEDEN. ZELFS IK HEB ZIE SOMS NOG EN IK BEN AL MEER DAN 10 JAAR FOTOGRAAF.

ALLEEN IS HET JOUW KEUZE. DE ANGST ZAL ER ALTIJD ZIJN. JE KAN JE ERDOOR LATEN TEGENHOUDEN OF JE KAN HET OMARMEN. ANGST ZAL MEE OP JOUW ONDERNEMERSPAD GAAN. HIJ ZAL ER ALTIJD ZIJN. JIJ KAN HIER LEREN MEE OMGAAN.

EN ALS JIJ NET ALS IK BENT DAN HEB JE EEN DROOM DIE GROTER IS DAN JE ANGST. JE VOELT DIEP VAN BINNEN DAT HET NU TIJD IS OM ER ACHT VOOR TE GAAN. JE BENT KLAAR OM AL DIE KLANTEN AAN TE TREKKEN EN JE BEDRIJF GROOT TE MAKEN.

DUS GOED DAT JE ER BENT WANT JE BENT HIER AAN HET JUISTE ADRES!

Wie ben ik?

In dit e-book wil ik het vooral over jou hebben. Maar ik kan me voorstellen dat jij je afvraagt wie de persoon erachter is een waarom je mijn advies zou moeten volgen.

Ik ben Katie Knapen. Ik geloof tot in het topje van mijn tenen dat het voor iedereen mogelijk is om een succesvol fotograaf te worden. Om veel klanten aan te trekken en vooral meer vrijheid te ervaren.

Mensen geloven dat het succes maar voor enkelen is weggelegd. Dat het alleen de beste fotografen zijn die succesvol kunnen worden. Of dat ze gewoon geluk gehad hebben of de juiste mensen kennen.

Ik heb bewezen dat dat niet zo is.

Ik ben opgegroeid met een alleenstaande mama. Die vooral dacht dat ze hard moest werken voor haar maandloon. In mijn familie waren geen ondernemers.

10 jaar geleden na de geboorte van mijn jongste dochter vond ik dat het tijd was om met mijn passie echt geld te gaan verdienen. Zonder enige kennis of steun begon ik mijn fotografiebedrijf.

Ik heb veel geleerd met vallen en opstaan. Ik wist totaal niet hoe ik moest ondernemen. Ik kon enkel mooie foto's maken en that's it. Buiten mijn passie voor fotografie had ik vooral een mega groot verlangen om hier een succes van te maken. Alleen waren er bitter weinig fotografen die hun kennis wouden delen. Jaren heeft het me gekocht om uit te zoeken hoe het werkt.

Ik leerde dat het niet nodig was om mijn fotografie technieken te verbeteren als ik meer klanten wou. Want eerlijk, jouw klanten zijn niet op zoek naar de beste technische foto. Ze zijn op zoek naar een gevoel dat jij hen geeft door de foto's die je maakt. Ik had andere talenten te ontwikkelen als ik succesvol wou worden.

Jaren heb ik me verdiept in het ondernemen. Wie is mij ideale klant? Hoe zorg ik ervoor dat ik geld verdien? Hoe trek ik meer klanten aan? Hoe spreek ik mijn klanten aan? ...

Ik ben hier 10 jaar later niet zomaar. Dankzij mijn fotografiebedrijf kan ik mijn droomleven leiden. Heb ik meer tijd en vrijheid voor mijn drie kinderen. En dat gun ik jou ook.

Toen ik startte was er weinig of geen hulp en hier wil ik verandering in brengen. Ik ben ervan overtuigd dat er genoeg klanten zijn voor iedereen. Dat iedereen succesvol kan zijn. Als jij bereid bent om er echt voor te gaan lees dan zeker verder. Met deze 6 stappen ga je op weg kunnen gaan in jouw avontuur.

Stap 1

kies jouw ideale klant

Een van de mooiste dingen aan fotografen is dat ze er voor iedereen willen zijn. Dat is hun grootste kracht maar ook hun grootste valkuil.

Als ik hun vraag van wie ze foto's willen maken dan is hun antwoord vaak van iedereen. Ze willen gezinnen fotograferen, ze willen trouws fotograferen, ze willen ook newborn shoots doen en als de buurvrouw die kapster is hen vraagt voor foto's op haar website gaan ze dat ook doen.

Maar als je zo veel mogelijk klanten wil zal je juist klein moeten beginnen.

Stel je voor dat je een klein luciferdoosje bent, zwevend boven een immense, bruisende vulkaan. Wanneer je op de rand van de vulkaan valt, zul je slechts een kleine vonk veroorzaken in de onmetelijke vlammenzee. Maar als je daarentegen landt op een droog takje aan de voet van de vulkaan en begint te smeulen kun je langzaam maar zeker een vuur ontsteken dat zich verspreidt en de hele omgeving in lichterlaaie zet. Zelfs de kleinste vonk van hoop en inzet kan leiden tot grootse prestaties en groei in je leven.

Er zijn 4 cruciale redenen waarom jij een ideale klant moet kiezen:

1. We krijgen elke dag meer dan 3000 prikkels online. Posts, appjes, nieuws, enz. Als je jouw doelgroep wilt raken en tot actie wilt aanzetten, dan heb je een krachtige boodschap nodig. En hoe kleiner jouw doelgroep, hoe specifiek en krachtiger je jouw boodschap kunt maken.

Je wilt dat jouw boodschap herkenning oproept. Dat iemand jouw post of website leest en denkt: "Wauw, het lijkt wel alsof ze m'n gedachten kan lezen. Dit ben ik!" Dat wekt enorm veel vertrouwen want als jij nu al zo goed weet hoe iemand zich voelt en denkt, dan is de kans groot dat je ook weet hoe je hem of haar kunt helpen.

2. Het vergroot je expert status daarmee schakel je een groot deel van de concurrentie uit en het zorgt ervoor dat jij hogere prijzen kan vragen. Een voorbeeld: Je hebt pijn in je rechter schouder en stapt een apotheek binnen voor een pijnstiller. Op de toonbank staat een doosje met als opschrift: pijnstiller. De prijs is 5€. Langs dat doosje staat nog een andere doosje met als opschrift: pijnstiller voor pijn in de rechter schouder. Prijs is 10€. Welk doosje ga jij kiezen? Dit is net hetzelfde wat er gebeurt wanneer jij kiest voor een ideale klant en zij jou vervolgens als de expert gaan zien.

kies jouw ideale klant

3. Je wil een volle agenda en daarom neem je waarschijnlijk alle shoots aan.

Van welke shoots krijg je nu echt energie. Wat doe je echt graag? Dit is cruciaal. Want jij bent je bedrijf. Als jij leegloopt door dingen te doen waar je niet gelukkig van wordt dan loopt je bedrijf ook leeg.

Kies daarom een ideale klant waar JJ blij van wordt. Denk niet o maar met dit soort van shoots ga ik meer werk hebben, of de anderen hier in de buurt hebben deze klanten al. Als jouw klanten je energie geven ga jij hier beter van worden en vooral ook je bedrijf.

4. Als jij niet kiest kan je ook niet gekozen worden. Als jij jouw ideale klant niet weet aan te spreken in de boodschap die je brengt op social media, op je website, of waar dan ook gaat die klant zich niet aangesproken voelen. Je kan iedere dag posts plaatsen. Jij kan een professionele website laten bouwen. Als de boodschap naar jouw ideale klant ontbreekt gaat het geen klanten opleveren.

Stap 2

Vraag de prijs die je waard bent!

Hoe bepaal jij nu je prijs?

Heb je de prijzen in je buurt vergeleken en daar een gemiddelde van genomen?

Of ben je er net onder gegaan met het idee dan kiezen ze wel voor mij?

Of durf je nog bijna niets te vragen omdat je net gestart bent?

Dit zijn de meest voorkomende antwoorden als ik het aan andere fotografen vraag.

Nu ga ik jou enkele vragen stellen?

Welke onkosten heb jij iedere maand en zijn die hetzelfde als de fotografen waar jij je mee vergeleken hebt?

Wil jij klanten die voor jou kiezen omdat ze fan zijn van je werk en omdat jouw persoonlijke aanpak hen aanspreekt of wil je klanten die voor je kiezen omdat je de goedkoopste bent?

Welk gevoel heb jij als je in de action iets spotgoedkoop kan kopen dat in een andere winkel misschien wel 7x zo duur is? Inderdaad? Het zal wel niet veel zijn want het is goedkoop.

Hoeveel omzet heb je nodig om jouw doel te bereiken?

Hoeveel winst hou je over iedere maand?

Ik kan je hier ongetwijfeld nog 100 vragen stellen waar je nu waarschijnlijk het antwoord nog niet op weet. Maar toch zijn ze belangrijk.

Als jij een succesvol fotografiebedrijf wil bouwen zal je exact moeten weten hoeveel daarvoor nodig is en vooral hoe je die prijs juist kan berekenen.

Bovendien kan duur zijn juist goed zijn voor je bedrijf.

Ik heb hier een hele podcast over opgenomen.

Beluister de aflevering hier



<https://open.spotify.com/episode/06wypSbW49UY6Kqk7pQvGT?si=3ZKhBsn2RFCVUUXMGqynag>

Step 3

Laat jezelf zien.

Mensen kopen niet zomaar dingen ze kopen van mensen

Eén van de grootste drempels voor velen is zichtbaarheid. Hierin ben je niet alleen. En toch is het heel belangrijk. We leven in een tijdperk waarin alles mogelijk is. Het koopgedrag van mensen is veranderd. We kopen niet zomaar iets. We willen er ook iets bij voelen.

Het is trouwens wetenschappelijk bewezen dat ons koopgedrag niet rationeel gebeurt maar emotioneel. Tegenwoordig speelt social media hierin een grote rol.

Denk maar eens even na. Als jij op de wc gedachteloos zit te swipen. Voor welke dingen hou jij het scherm even vast? Wat spreekt jou aan? De zoveelste aanbieding?

Nu hoor ik je zeggen ik ben fotograaf. Ik deel altijd mooie foto's. Daarvoor kiezen klanten mij toch?

Als ze bewust op zoek zijn naar een fotograaf wel ja. Alleen zijn jouw volgers niet op zoek naar een fotograaf als ze even hun mobieltje in handen hebben. Ze zijn vooral op zoek naar afleiding en vermaak.

Om even terug te komen op de vraag van juist. Voor welke stories hou jij het beeld even vast. Welke posts lees jij wel? Juist degene die je aanspreken. Niet de goed bedoelde aanbiedingen die eerder als spam voelen dan een koopje.

Je hoeft geen marketeer te zijn om de aandacht te trekken.

Je mag gewoon jezelf zijn. Show up. Laat zien wie je bent, waar je voor staat. Deel een kijkje achter de schermen. Vertel je klanten waarom ze foto's nodig hebben van hun opgroeiende kinderen. Ook al zijn ze niet op zoek naar een fotograaf, door jouw boodschap krijgen ze het gevoel dit nodig te hebben. Het emotionele stukje dat voor 90% beslist of we iets kopen zal zijn werk doen.

Stap 4

Een goede mindset is het halve werk

We hebben allemaal een geldverhaal of een mony-mindset of we dat nu leuk vinden of niet.

Ik ben de persoon die absoluut niet wil verkopen. Eerder, vind je het leuk koop maar, vind je dat niet ook goed. Laat mij maar lekker mijn ding doen en we zien wel. Maar ik wil niet aan je trekken.

Dit is wat veel ondernemers voelen. En dat is heel normaal als je ergens in loondienst bent, tenzij je in de sales zit. Je doet je werk en je wordt daar iedere maand gewoon voor betaald.

Als ondernemer moet je telkens zeggen koop maar bij mij want het is het waard. Wat daaronder zit is dat je telkens zegt "ik ben het waard" en dat is de weerstand die we voelen. Hoeveel je vraagt of wat je vraagt dat raakt je zelfwaarde. Wat vind je jezelf waard?

Het is een spiegel en de meeste mensen durven daar niet in te kijken.

Als jij een succesvol ondernemer wil worden is het van cruciaal belang dat je in die spiegel durft te kijken. We hebben allemaal ons eigen verhaal.

Er is geen goed of fout. Ieder verhaal kan herschreven worden als jij bereid bent om de eerste stap te zetten en te ontdekken wat jouw geldverhaal is.

Als fotograaf lever je creatief werk. Je bent ook een creatief persoon. Het is heel normaal dat je jezelf geen vragen stelt over je geldverhaal. Om te leren ondernemen mag je dit wel doen.

Met een goede mindset kan jij verkopen zonder opdringerig te zijn.
Zonder het gevoel te hebben dat je aan de mouw van je klant moet trekken.

Step 5

Onderneem actie

Ga zelf over tot actie.

Veel fotografen plaatsen mooie foto's en verwachten vervolgens dat klanten naar hen toekomen.
Ze ondernemen zelf weinig of geen actie.

Ik geef je hier enkele voorbeelden van acties die je kan ondernemen.

Organiseer een mini actie: Doe dit op een manier waarmee je niet het idee geeft dat je simpelweg een korting geeft. prijzen verlagen is namelijk een indirecte aanwijzing voor klanten dat de zaken niet goed gaan. Maak een actie waarmee je trouwe klanten beloond en nieuwe klanten aanspreekt.

Bouw een maillijst op waarmee je klanten kan inspireren

Ga samenwerkingen aan met andere ondernemers die dezelfde ideale klant hebben.

Organiseer samen iets waar jullie beide een win-win aan hebben.

Op die manier bereik je niet alleen je eigen klanten maar ook het klantenbestand van de andere ondernemer.

Laat je creatieve brein werken. Als jij denkt in mogelijkheden gaan er altijd nieuwe opportuniteiten zijn. Jouw brein zal naar mogelijkheden zoeken. Als jij niets doet is de kans groot dat er weinig gaat gebeuren.

Ook al is een actie geen groot succes geweest bekijk het dan van de positieve kant. Wat heb je eruit geleerd. Hoe kan je het de volgende keer beter doen of wat moet je niet meer doen.

Alles is beter dan niets doen.

Bovendien wil het niet zeggen dat iets van de eerste keer niet lukt het nooit zal lukken. Iets lukt niet als je het minstens 100x geprobeerd hebt. Waarschijnlijk één van de belangrijkste boodschappen in dit e-book is **GEEF NOOIT OP!!!**

extra bonus tips

1. Ik geloof in...

Ik zal altijd in nieuwe kennis investeren, maar ik ga ook door fases waarin ik bijna niemand volg. Ik ga mezelf dan altijd vergelijken en daardoor word je alleen maar lui, depressief of minder creatief. Kijk dus ook eens goed naar de mensen die je volgt. Inspireren ze je of blokkeren ze je en maken ze je onzeker? Ontvolg de mensen die je onzeker maken en ga je eigen spel spelen. Het is tijd voor JOU.

2. Ik laat me altijd coachen.

Ik heb ook zo m'n onzekerheden en gebrek aan kennis op bepaalde vlakken. Daarom heb ik me altijd laten coachen door iemand die al verder is dan ik en die mij groter ziet dan ik zelf. Hierdoor neem je 10x sneller de juiste stappen. Elke keer maak ik weer met trillende handen het bedrag over, maar het laat je zoveel sneller groeien en het maakt het ook vele malen leuker als je het niet alleen hoeft te doen.

3. Ik geloof in "Eerst ZIJN, dan HEBBEN".

Als je bijvoorbeeld een blokjesbuik wilt, dan zul je eerst die sit-ups moeten doen en anders eten. Zo is het ook met ondernemen. Ik gedraag me altijd alsof ik 1000 klanten heb. Waar ik in het begin dacht ik hoop maar dat ik werk genoeg heb. Denk ik nu soms, ik hoop maar dat ik tijd genoeg heb voor iedereen.

Ook helpt dit enorm om dingen niet groter te maken dan ze zijn. Stel, je maakt je ergens druk om. Sta dan eens stil bij de vraag: Hoe lang had ik me hier druk om gemaakt als ik al 1000 klanten had gehad? Als je mentaal snel kunt schakelen zal je bedrijf ook sneller groeien.

4. Ik zoom elke ochtend en avond uit.

Ik ben de afgelopen jaren veel dierbaren verloren en ik herinner mezelf elke dag aan het feit dat ik ongelofelijk dankbaar mag zijn dat ik leef. Je bent er in ieder geval nog. En alles waar je je nu druk om maakt, in hoeverre doet dat er nou écht toe? Ik zie mijn leven echt als een avontuur. Mijn ziel heeft toegang tot een fysiek lichaam met handen, voeten en een mond waar ik van alles mee kan. Ik benut het volop en denk bij elke post die ik plaats en waar ik over twijfel: Niemand die zich hier over 100 jaar nog druk om maakt, dus let's go. Ik zeg dan ook vaak tegen mijn klanten als ze uitdagingen ervaren of twijfels. Is het complex of máák je het complex?

