



Succesvol netwerken als ondernemer

Ondernemen doe je niet alleen, maar met elkaar. Met je klanten, collega-ondernemers en met je eventuele medewerkers. Je kunt niet zonder een netwerk. Gelukkig zijn er ontelbare manieren om je netwerk uit te breiden en te versterken.

In deze minigids geven we tips om succesvol te netwerken en optimaal gebruik te maken van jouw (zakelijke) omgeving. Ook geven we tips voor een succesvolle pitch en samenwerkingsconstructies met andere ondernemers.

Blijf op de hoogte

We hopen dat je na het lezen van deze minigids inspiratie hebt gekregen om je netwerk uit te breiden of te versterken. Wil je meer informatie ontvangen? Volg ons dan op LinkedIn of bezoek onze website centraalbeheer.nl/zakelijk.

01

Werken aan je netwerk

Bij het woord netwerken denk je misschien al snel aan gesprekken voeren op ondernemersborrels met allemaal onbekende mensen. Dat is één manier, maar er zijn meerdere wegen die naar Rome leiden. Je kunt actief op zoek gaan naar nieuwe connecties, maar ook vanuit je eigen omgeving werken: je vrienden, oud-collega's, burens of sportmaatjes kunnen je eveneens helpen aan nieuwe opdrachten of klanten.



Floor van den Broek

Het hebben van een eigen netwerk is ontzettend belangrijk. Daar bouw je elke dag aan. Ik ga niet zozeer naar netwerkborrels, maar ik investeer zeker in de contacten die ik heb. Zonder netwerk moet je veel koude acquisitie doen en dat vind ik minder prettig.

Floor van den Broek, interieurontwerper en verhuurder flexwerkplek

De meeste opdrachten krijg ik via via. Soms van iemand die ik nog ken uit mijn tijd in loondienst, soms van een andere moeder op het schoolplein. Je helpt elkaar. Dat doen we bij de flexwerkplek ook. De één is op zoek naar een boekhouder, de ander kent er één.

Het grote voordeel is dat je oud-collega's al weten wie jij bent en wat je kunt. Het kan dus heel nuttig zijn om deze contacten warm te houden.

Ook je vakgenoten kunnen je helpen. Ga eens koffie drinken met mensen in je omgeving die in dezelfde sector werken en vraag om tips. Ken je niemand? Kijk dan eens op LinkedIn of er iemand in jouw netwerk is die je bij een succesvolle vakgenoot zou kunnen introduceren. De meeste ondernemers vinden het erg leuk om een beginnende collega te helpen.

Een zakelijk netwerk opbouwen kan vrij lastig zijn als je net begint. Gebruik daarom het netwerk dat je al hebt. Zorg dat de mensen in je omgeving weten dat je een bedrijf gaat starten en dat je op zoek bent naar potentiële klanten. Deel je activiteiten op social media en vertel over je bedrijf. Misschien heeft je teamgenoot bij voetbal, de buurman of je oud-klasgenoot net behoefte aan jouw dienstverlening. Of kent hij of zij iemand die dat heeft.

Collega's

Veel ondernemers krijgen hun eerste klanten of klussen vanuit het netwerk dat ze in loondienst of tijdens hun opleiding of stage hebben opgebouwd. Oud-collega's die voor zichzelf zijn begonnen of ondertussen bij een ander bedrijf werken, kunnen je inhuren of aanbevelen.





Stefan Zijlstra, eigenaar kitesurfwinkel

Je moet weten waar jouw doelgroep zich bevindt. Mijn doelgroep vind ik niet zozeer op netwerkborrels of bijeenkomsten. Wel op bijvoorbeeld het NK kitesurfen, waar ik in de jury zit. Daar komen ook vertegenwoordigers van alle merken naartoe. Voor mij is het heel zinvol om deze mensen te kennen.

Klantenbinding

Ben jij geen beginnende ondernemer meer? Schakel dan de tevreden klanten die je al hebt geholpen of de ondernemers met wie je eerder hebt samengewerkt in. Houd contact met je klanten of partners via social media en door af en toe je gezicht te laten zien of een mail of nieuwsbrief te sturen. Dat maakt de kans groter dat je klanten weer terugkomen, of jou aanbevelen bij iemand anders in hun netwerk.

Erop uit

Naast dat je handig gebruik kunt maken van het netwerk dat je al hebt, kun je er ook op uit gaan om actief op zoek te gaan naar nieuwe contacten. In sommige branches, zoals de bouw met alle verschillende specialisaties, is het heel belangrijk om veel contacten te hebben binnen

die sector. Bij elk groot project zijn immers weer aannemers, architecten, elektriciens, timmerlieden en installateurs nodig. Je kunt je netwerk binnen de branche vergroten door naar evenementen van brancheverenigingen te gaan of door beurzen en specifieke borrels te bezoeken.

Als jij een beroep hebt waarbij het juist belangrijk is om veel verschillende ondernemers te ontmoeten, zoals de zakelijke dienstverlening, kun je borrels of evenementen opzoeken die zich op een groot publiek richten. Als advocaat gaan borrelen met heel veel andere juristen is waarschijnlijk wel gezellig, maar de kans dat ze je gaan inhuren is niet zo groot. Als je ondernemers leert kennen die iets heel anders doen, denken ze wellicht aan jou als ze eens een advocaat nodig hebben.

Daarnaast kan het ook handig zijn om te gaan werken bij een flexwerkplek. Hier zitten diverse zzp'ers met wie je samen zou kunnen werken, of voor wie je een opdracht zou kunnen doen. ZZP Nederland organiseert ook af en toe evenementen voor éénpitters, die heel nuttig kunnen zijn en waar je veel anderen kunt ontmoeten. Door een nieuw contact meteen toe te voegen op LinkedIn of te gaan volgen op Twitter, maak je de connectie duurzamer en blijf je bij elkaar in beeld.

Online vindbaar

Om een netwerk op te kunnen bouwen, is het ook belangrijk om goed online vindbaar te zijn. Maak een website of Google-bedrijfsprofiel aan en schrijf je in op verzamelwebsites voor zzp'ers of voor bedrijven in jouw sector. Er zijn diverse online platforms die als een soort marktplaats fungeren en waar je kunt reageren op opdrachten.



Esther Mallant, P&O adviseur

De meest zachte manier van je netwerk uitbreiden is door je klanten te vragen wie in hun omgeving ook behoefte zou kunnen hebben aan jouw product of dienst. Ik vind het een heel mooi compliment als klanten mij voorstellen aan andere ondernemers voor wie ik zou kunnen werken.

Meer tips? In de minigids [Klantrelaties onderhouden](#), gaan we dieper in op klantenbinding.



Marianne Kleijer, architect

Ik kan wel naar architecten- of bouwborrels gaan, maar daar komen mijn klanten niet. Ik heb me aangesloten bij een ontbijtnetwerk waar de andere leden hele andere bedrijven hebben dan ik. Die denken aan mij, als iemand een architect nodig heeft. Als maar zoveel mogelijk mensen weten dat ik oude huizen renoveer, dan denken ze vanzelf aan me zodra een kennis zo'n monument op de kop heeft getikt. En dat kan iedereen zijn.

Social media kun je inzetten om te laten zien hoe deskundig je bent. Je kunt af en toe blogs plaatsen over ontwikkelingen in je vakgebied, interessante artikelen delen of tips geven. Ook kun je reageren op inhoudelijke discussies op Facebook en LinkedIn en zo nieuwe mensen leren kennen. Er zijn diverse ondernemersgroepen op deze platforms waarbij je je zou kunnen aansluiten.

Retail

Netwerken is anders als je een winkel hebt. Dan wil je dat mensen juist naar jou toekomen. Het is belangrijk om een goede relatie te hebben met de bewoners en de ondernemers in jouw buurt. Organiseer een openingsfeest of open dag om kennis te maken. Dan weten je buurtgenoten in ieder geval wat je verkoopt, en kunnen ze eventueel klant worden.

Je kunt je bedrijf ook onder de aandacht brengen van je doelgroep door naar evenementen te gaan die met jouw branche te maken hebben en daar veel mensen aan te spreken.

Misschien kun je ook je krachten bundelen met andere winkeliers in de buurt. Buurten als bijvoorbeeld de Negen Straatjes in Amsterdam of het Zeeheldenkwartier in Den Haag hebben samen één website en doen hun marketing als groep. Sluit je dus altijd aan bij de winkeliersvereniging en lokale mkb-netwerken. Je kunt ontzettend veel leren van elkaar en waarschijnlijk ook kosten besparen door dingen samen te doen.

Vindbaar

Online aanwezigheid is een randvoorwaarde in de retail, zeker als je een webshop hebt. Veel klanten oriënteren zich tegenwoordig online voor het aanbod en om prijzen te vergelijken. Als je je afzetmarkt wil vergroten, kun je dus altijd overwegen om (ook) een webshop te openen.

Je kunt social media inzetten om bezoekers naar je webshop te trekken. Ook is het belangrijk dat je website goed vindbaar is via zoekmachines. In de minigids '[Jouw eerste jaar als ondernemer](#)' lees je hier veel meer over.

Stefan Zijlstra, eigenaar kitesurfwinkel

Ik spreek best vaak met andere ondernemers in de buurt af om even koffie te drinken of te bellen. Dan kunnen we het hebben over praktische zaken waar we tegenaan lopen, zoals het voorraadsysteem of betalingen met creditcard.



02

Een goede indruk achterlaten

Mensen ontmoeten is waarschijnlijk niet zo'n probleem, maar hoe zorg je er voor dat mensen ook daadwerkelijk zaken met je willen doen? Hoe kun je je het beste opstellen bij een netwerkborrel? En hoe haal je bij kennismakingsgesprekken of pitches de opdracht binnen?

Een opdrachtgever of grote klant kijkt natuurlijk naar je product of dienst en wil weten of je deskundig bent, maar de gunfactor is ook belangrijk. Wees oprecht geïnteresseerd in de ander, luister aandachtig en geef welgemeende complimenten. Mensen moeten het prettig vinden om met je samen te werken.

Daarnaast is het natuurlijk ook belangrijk dat je je deskundigheid laat zien. Zorg dat je kort kunt uitleggen waarom je je vak zo interessant vindt en waarin je je hebt gespecialiseerd. Vermijd negatieve motivatie (ik werd ontslagen dus toen moest ik het maar als zzp'er proberen) en breng je verhaal positief (ik wil voor veel verschillende opdrachtgevers aan de slag gaan en dat kan als ondernemer beter dan in loondienst).

Marianne Kleijer, architect

Als je naar een netwerkborrel gaat: blijf niet langs de kant staan! Mensen komen daar om te netwerken, stap dus gerust op onbekenden af. Steek je hand uit!

Esther Mallant, P&O adviseur

Het belangrijkste als je klanten wilt werven is volgens mij dat je dicht bij jezelf blijft. Je hoeft geen hele gelikte pitch voor te bereiden. Ga gewoon een goed gesprek aan met mensen, stel hen vragen en vertel dan pas iets over jezelf. Het is echt een no-go als mensen alleen maar over zichzelf praten.

De netwerkborrel

Een belangrijk punt om in je achterhoofd te houden bij borrels of andere evenementen waar je nieuwe mensen ontmoet: netwerken werkt twee kanten op. Dus: zoek niet alleen naar mensen die jou aan een opdracht kunnen helpen, maar denk ook mee voor een ander. Een ondernemer die jij aan een klant hebt geholpen, denkt later wellicht weer aan jou.



Esther Mallant, P&O adviseur

Wat ik echt verschrikkelijk vindt tijdens netwerkborrels is als iemand je zijn of haar visitekaartje in de handen drukt, terwijl je diegene helemaal niet hebt gesproken. Netwerken gaat om echte connecties maken, niet om gegevens uitwisselen. Wat ook hinderlijk kan zijn, is als iemand tijdens het gesprek om zich heen kijkt of er nog meer interessante mensen zijn.

Stel op evenementen ondernemers aan elkaar voor. Dat is ook nog eens een heel vriendelijke manier om naar een volgende gesprekspartner te gaan. Je komt op zo'n borrel om veel verschillende mensen te leren kennen, dus wissel af en toe van gesprekspartner.

Neem de tijd voor de mensen die je aanspreekt, of die jou aanspreken, en probeer elkaar te leren kennen. Luister naar wat de ander te vertellen heeft. Pas als je allebei je verhaal hebt kunnen doen, kun je visitekaartjes uitdelen of online linken.

Als je het lastig vindt om onbekenden aan te spreken, kun je altijd een algemene vraag stellen (ben jij hier al eens eerder geweest?) of een opmerking maken over het evenement. Positiviteit werkt altijd beter dan negativiteit, dus begin met een compliment, zeg iets aardigs over de organisatie of de ruimte waarin je je bevindt. Blijf ook in kennismakingsgesprekken positief. Ga geen concurrenten bekritisieren, maar benadruk je eigen sterke kanten.

De pitch

Misschien mag je je bedrijf komen presenteren bij een grote opdrachtgever of klant. Dan is het belangrijk dat je een goede pitch hebt. Dat kan een elevator pitch zijn - jezelf verkopen in een minuut - of een meer uitgebreide pitch of presentatie.

Bereid je pitch goed voor, oefen voor vrienden, bekenden en andere ondernemers en vraag om hun feedback. Een grapje of een link naar de actualiteit is een goede binnenkomer om de aandacht te krijgen, maar het gaat natuurlijk om jouw verhaal.

Levensverhaal

Vertel je opdrachtgever waarom je doet wat je doet en wat jij met jouw onderneming voor diegene kunt betekenen. Een belangrijke wet in de marketing is **'people don't buy what you do, they buy why you do it'**. In dat 'levensverhaal van jouw bedrijf' kun je ook heel goed uitleggen wat jouw specialisaties zijn en hoe jij je onderscheidt van de concurrentie.

Ook tijdens een officieel gesprek met een potentiële klant is een connectie maken het allerbelangrijkst. Wees vriendelijk en geïnteresseerd in je gesprekspartners, luister naar wat ze zeggen en onthoud dit. Je pitch kan nog zo goed zijn, als je de gunfactor niet hebt gaat de opdracht alsnog naar een ander.

03

Duurzaam samenwerken

Ook als zelfstandige zonder personeel kun je samenwerken met anderen. Je kunt korte of lange partnerships aangaan met andere professionals, waardoor je allebei meer aan je klanten te bieden hebt. Daarnaast kun je samenwerken met collega's uit hetzelfde vakgebied, zodat je elkaar opdrachten kunt toeschuiven wanneer je het zelf te druk hebt.

Een boekhouder die samenwerkt met een specialist op het gebied van verzekeringen en pensioenen en een andere professional die verstand heeft van personeelszaken, kan zijn klanten veel meer bieden dan een boekhouder zonder samenwerkingsverbanden. Juist als zelfstandige heb je heel veel aan elkaars kennis, kunde en netwerk en kun je elkaar versterken.

Als jij een professional tegenkomt over wie je erg enthousiast bent, kun je zo'n samenwerkingsverband bespreekbaar maken. Betrek diegene eens bij een klant of bij een project en maak een eventuele samenwerking bespreekbaar. Investeer daarbij in de relatie. Als je elkaar goed kent en weet wat de ander aan kwaliteiten in huis heeft, kun je de juiste klanten naar hem of haar doorverwijzen en je partner ook naar jou.

Project

Je kunt ook op projectbasis met een andere ondernemer samenwerken. Bijvoorbeeld omdat een (aanbestede) opdracht te groot is voor jou alleen.

Als je samen een groot project aanneemt of echt voor langere tijd exclusief wilt samenwerken, is het verstandig om een contract op te stellen. Daarin leg je precies vast wie waarvoor verantwoordelijk is, welke risico's je draagt, hoeveel je allebei investeert en hoe jullie gaan samenwerken.

Marianne Kleijer, architect

Je hebt ondernemers om je heen nodig, die jij helpt en die jou ook willen helpen. Zo'n relatie heb ik met een notaris uit mijn netwerk. Ik vind hem de allerbeste dus ik verwijs graag mijn klanten naar hem door. Hij vindt dat blijkbaar ook van mij, want hij verwijst zijn klanten ook door naar mij.

Zoek ook uit hoe jullie allebei verzekerd zijn en waarvoor je aansprakelijk bent. Ook kun je afspreken exclusief samen te werken. Dus als jouw partner een advocaat nodig heeft belt hij of zij altijd jou, en als jij een makelaar nodig hebt, bel je altijd je partner.

Barters

Een andere manier van samenwerken is het maken van barterdeals. Hierbij ruil je een dienst met een andere ondernemer. Dus een websitebouwer maakt een website voor jou en in ruil daarvoor doe jij de catering op het bedrijfsfeest van de websitebouwer. Let wel op dat je ook voor deze ruilhandel een factuur moet uitschrijven en btw en belasting moet afdragen.

Esther Mallant, P&O adviseur

Je hoeft niet altijd met geld te betalen. Ik rijd bijvoorbeeld motor. Bij een motorzaak kan ik dus ook advies geven in ruil voor onderhoud. Als je een beetje creatief denkt, is er heel veel mogelijk.





04 Samenwerking vastleggen in een rechtsvorm

Heb je iemand gevonden met wie je wilt blijven samenwerken of ga je een groot project aan met een ander? Dan kun je als zzp'ers ook samen een BV, VOF, maatschap of coöperatie oprichten. Je treedt dan met één naam naar buiten, hebt een gezamenlijke boekhouding en je deelt de risico's. Voor een opdrachtgever is het vaak heel prettig om met één onderneming zaken te doen, in plaats van met verschillende éénpitters.

Hieronder kort de kenmerken en de voor- en nadelen van verschillende rechtsvormen. Op de websites van de [Kamer van Koophandel](#) en de [Belastingdienst](#) vind je meer informatie hierover.

BV

Kenmerken: Bij een BV heb je als eigenaar of eigenaren aandelen. Een BV is een rechtspersoon en wordt aangeslagen voor vennootschapsbelasting. Dit is 20% over de eerste €200.000, daarna 25%. Eigenaren die minimaal 5% van de aandelen hebben, zijn directeur-grotoaandeelhouder (dga) en moeten zichzelf minimaal €45.000 per jaar uitbetalen en hier inkomstenbelasting over afdragen. N.B. Er zijn uitzonderingen. Kijk hier voor op [Belastingdienst.nl](#). De winst wordt verdeeld over de aandelen (dividend).

- **Voordelen:** Vanaf ongeveer €150.000 winst per jaar biedt een BV een belastingvoordeel. En omdat de BV een eigen rechtspersoon is, is de BV (dus niet de eigenaren) aansprakelijk voor eventuele schulden. De aandelen van een BV zijn makkelijk overdraagbaar, dus de continuïteit van de BV komt niet snel in gevaar.
- **Nadelen:** Het oprichten van een BV is relatief ingewikkeld in vergelijking met andere rechtsvormen, zoals de eenmanszaak. Het gebeurt bij de notaris, waar ook een statuut dient te worden opgesteld met afspraken over bijvoorbeeld zeggenschap. Als je dga wordt, verlies je belastingvoordelen voor zelfstandigen. Voor een BV moet, in tegenstelling tot voor een eenmanszaak, ook ieder jaar een jaarrekening worden opgesteld en gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel.

Coöperatie

Kenmerken: Een coöperatie lijkt veel op de BV, alleen zijn er leden en geen aandeelhouders. Een coöperatie is dus ook een rechtspersoon, er wordt vennootschapsbelasting afgedragen.

- **Voordelen:** Een coöperatie is flexibeler dan een BV. Je kunt de winst naar eigen inzicht verdelen onder de leden, bijvoorbeeld naar rato van inbreng. De coöperatie kan naar keuze beperkt aansprakelijk of helemaal aansprakelijk zijn voor schulden.
- **Nadelen:** In principe moeten eigenaren van een coöperatie zichzelf ook minstens €45.000 uitbetalen. Je verliest dus de belastingvoordelen voor zzp'ers. Een ander nadeel kan zijn dat leden vrij makkelijk hun lidmaatschap kunnen opzeggen. Voor een coöperatie moeten daarnaast ook elk jaar jaarstukken worden opgesteld.

VOF

Kenmerken: Een Vennootschap onder Firma is een soort eenmanszaak met meerdere eigenaren. Het is geen rechtspersoon. Er is ook geen notariële akte nodig. Elk lid brengt iets in de VOF: dit kan geld zijn, maar ook goederen, arbeid of goodwill. Een VOF is een verzameling van eenmanszaken en/of BV's.

- **Voordelen:** Je kunt makkelijk een VOF en een eenmanszaak naast elkaar hebben, en per opdracht kiezen of je hem alleen of samen wilt oppakken. Je behoudt ook alle belastingvoordelen van de eenmanszaak.
- **Nadelen:** Alle leden kunnen aansprakelijk worden gesteld voor de schulden van de VOF (niet voor privéschulden van elkaar). Maakt je VOF-partner een grote fout, dan kan het zijn dat jij ook de financiële consequenties draagt. Als je in gemeenschap van goederen bent getrouwd, geldt dit dus ook voor je partner.

Maatschap

Kenmerken: Een maatschap lijkt erg veel op een VOF, maar is specifiek voor zelfstandigen met een vrij beroep. Je hebt een vrij beroep als je wordt ingehuurd om je individuele kwaliteiten, en dus niet makkelijk te vervangen bent. Arts, kunstenaar, tolk en advocaat zijn voorbeelden van vrije beroepen.

- **Voordelen:** In een maatschap ben je alleen verantwoordelijk voor schulden die je zelf bent aangegaan en voor een evenredig deel van de schulden in de maatschap. Dus je zal niet, zoals bij de VOF, alleen moeten opdraaien voor de hele zakelijke schuld.
- **Nadelen:** Je moet een maatschapsovereenkomst opstellen waarin je rechten en plichten vastlegt. En als één van de maten een overeenkomst sluit, zijn alle maten voor een gelijk deel aansprakelijk.

Afspraken vastleggen

Bij sommige rechtsvormen is het verplicht, maar bij elke vorm van samenwerking is het aan te raden om een document op te stellen waarin je afspraken maakt over ieders inbreng, aansprakelijkheid, verdeling van winst en bevoegdheden en toetreding/ uittreding. Het is aan te raden om dit document te laten opstellen of controleren door een onafhankelijke professional. Zo weet je allebei zeker dat er goede afspraken zijn gemaakt.

Denk ook na over wat er gebeurt bij arbeidsongeschiktheid of overlijden van één van je partners. Zowel privé als via de overkoepelende rechtsvorm kun je hier verzekeringen voor afsluiten. In de minigids '[Invloedrijke gebeurtenissen tijdens je ondernemerschap](#)' lees je meer over de arbeidsongeschiktheidsverzekering, bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering en de overlijdensrisicoverzekering.