

Acquisitietips van een klussenvrouw

“Verkoop geen dienst, maar vertrouwen”

Thessa Koenders richt zich als zelfstandige klusvrouw op alleenstaande vrouwen die genoeg hebben van slonzige mannelijke klussers. Het bleek een gat in de markt. “Maar klanten vinden is nog altijd geen een-twee-drietje.” ■ tekst Rutger Vahl ■ fotografie Joris van Egmond

Het idee voor een klussenbedrijf voor en door vrouwen kreeg Thessa Koenders een paar jaar geleden. Ze liet haar eigen woning vernieuwen, maar knapte volledig af op het lompe gedrag van de mannelijke werklui. “Om de muur te kunnen stuken, hadden ze de stekkerdoos van het internet gewoon van de muur gerukt. Overal lagen peuken en mijn tuin, mijn heiligdom, was geruïneerd. Op een gegeven moment zag ik een klusser gewoon tegen een plant staan wateren!” Van andere vrouwen hoorde Koenders vaak soortgelijke verhalen. En van die vrouwen moet ze het hebben sinds ze anderhalf jaar geleden met haar eigen klussenbedrijf begon. Als ‘Doe Het Zelfstandige Vrouw’ richt ze zich op alleenstaande vrouwen, die liever even geen kerels over de vloer hebben. Het gaat om vrouwen die bijvoorbeeld net gescheiden zijn. Maar ook oudere dames bellen. “Bijvoorbeeld vrouwen die hun kinderen niet durven te bellen om even een nieuwe lamp in te draaien.”

Je hebt een gat in de markt gevonden. Stroomt het werk nu automatisch binnen?

“Nee, dat is zeker niet het geval. Er is veel concurrentie; alleen in mijn eigen wijk zitten al zeven klussenbedrijven. Vooral in de eerste maanden heb ik veel tijd gestoken in acquisitie. Soms was dat succesvol, soms ook niet. Ik liet een brochure maken die ik huis aan huis verspreidde in mijn dorp en daarbuiten. Daar kwam geen enkele reactie op! Ik probeerde ook Google AdWords, maar daar was ik op een gegeven vijftig euro per maand aan kwijt zonder dat er opdrachten uit voortkwamen. Maar wat me het meest geniel,

was het effect van mond-tot-mondreclame. Daar had ik veel meer van verwacht.”

Welke acquisitiemethoden waren wel succesvol?

“Voor het werven van nieuwe klanten is mijn website erg belangrijk. Via Google ben ik heel goed te vinden. Verder sta ik voor vijftig euro op Marktplaats.nl en heb ik sinds januari een aantal keer een advertentie in de plaatselijke krant gezet. Dat kost me slechts twintig euro per week, maar leverde me wel meteen potentiële klanten op. Wat ook goed werkt, zijn de stickers op mijn auto. Het gebeurt wel eens dat ik ergens parkeer en wordt aangesproken door iemand die om mijn visitekaartje vraagt. Klanten werven via sociale netwerken doe ik weinig, maar via LinkedIn ben ik wel in contact gekomen met andere klussenvrouwen. Met hen werk ik nu soms samen bij grotere projecten.”

Heb je ooit hulp ingeschakeld van buitenaf?

“Om als zzp'er een succesvolle start te hebben, is een goede voorbereiding allesbepalend. Dat beseftte ik maar al te goed. Daarom besloot ik, voordat ik van start ging, de hulp in te roepen van twee adviseurs. Eén persoon houdt zich bezig met mijn financiën en daarnaast heb ik contact met een vrouw die ik mijn ‘ambassadrice’ noem. Zij heeft veel ervaring in de bouwwereld. Ook haar leerde ik kennen via mijn LinkedIn-profiel. Ze is mijn coach, adviseur en klankbord. We spreken elkaar vier keer per jaar. Bij het opbouwen van mijn vaste klantenbestand heeft zij me enorm geholpen. Zo adviseerde zij mij om contact te zoeken met bouwbedrijven



Zzp'er Thessa Koenders geniet van een vaste financiële basis.

die mij zouden kunnen inhuren. Dat kwam niet bij mezelf op, want ik begon juist voor mezelf om zelfstandig te zijn. Maar door die contacten die ik opdeed tijdens vakbeurzen, kreeg ik al snel een vaste financiële basis. Ik heb nu drie stabiele opdrachtgevers die me geregeld bellen voor een klus. Daarnaast leer ik ook ontzettend veel als ik met andere klussers samenwerk op een project. Ik word hier als zzp'er dus niet alleen financieel, maar ook vakinhoudelijk beter van.”

Bezoek je ook wel eens netwerkbijeenkomsten?

“Eigenlijk maar zelden. Klanten vinden en netwerken zijn niet mijn grootste hobby's. Op een gegeven moment hoorde ik mezelf iets te vaak een iets te mooi verhaal vertellen. In het begin kwam ik er dan ook redelijk vaak. Mijn ambassadrice gaf me toen twee goede tips. Voer niet meer dan twee of drie gesprekken per bijeenkomst. Doe je er meer, dan is het te vluchtig en kun je niet tot een goed gesprek komen. En geef altijd twee kaartjes. Vraag je gesprekspartner dat tweede kaartje weg te geven aan iemand die behoefte aan jouw dienstverlening kan hebben.”

“Je opdrachtgevers moeten je kennen en sympathiek vinden”

Heb je nog advies voor andere ondernemers?

“Bij acquisitie gaat het er niet zozeer om dat je jezelf verkoopt, maar dat potentiële klanten vertrouwen in je krijgen. Dat is ook de reden dat mijn brochures niet veel opleverden. Zakendoen is iemand iets gunnen. Je opdrachtgevers moeten je kennen en je sympathiek vinden. Daarnaast moet je als startende zzp'er niet te snel nee zeggen tegen een opdracht omdat je denkt dat je deze niet aan kunt. Door mijn netwerk van andere klusvrouwen en bouwbedrijven heb ik altijd mensen achter de hand die mij bij moeilijke opdrachten kunnen ondersteunen. Door op die manier te werken, ben ik bij een klant binnengekomen voor wie ik nu al zeker tien klussen heb gedaan. En dan te bedenken dat ik die klant in eerste instantie wilde afbellen, omdat ik die opdracht te moeilijk vond!” ■