

ACHTERGROND & PROCES

Zo zijn de profielen tot stand gekomen

DE VRAAG

1. Wat zijn de variaties in de behoeften en drijfveren van de Bbz-ondernemers? Welke drempels ervaren zij in het proces rondom het Bbz en waar lopen zij tegenaan?
2. Hoe kunnen we het proces inrichten in de toekomst zodat de ondernemers en bijstandsgerechtigden optimaal worden ondersteund?

De klantprofielen, klantreizen en do's en don'ts per profiel dienen als middel om bovenstaande vragen te beantwoorden.

METHODIEK

Bij het doen van behoefte-onderzoek is het belangrijk een beeld te schetsen van de context en ervaringen van de gebruiker. De onderzoeksmethodiek contextmapping is in dit onderzoek gebruikt om de latente behoeften van ondernemers in kaart te brengen. Door de deelnemers vooraf associatieve opdrachten te laten maken met generatieve technieken, kunnen zij hun ervaringen en behoeften omtrent de dienstverlening van het Bbz goed verwoorden. Door deze inzichten te gebruiken in het (her)ontwerpen of verbeteren van de dienstverlening sluit deze beter aan bij wat de verschillende ondernemers nodig hebben.

Dit onderzoek is in 2018 uitgevoerd door service design bureau Muzus in opdracht van Divosa, gefinancierd door het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.



INTERVIEWS MET ONDERNEMERS

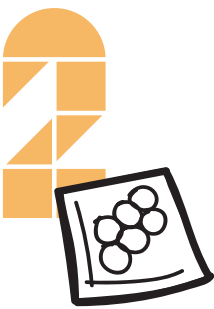
In totaal zijn 55 Bbz-ondernemers geïnterviewd in vier verschillende regio's* in Nederland. In iedere regio hebben razende reporters, getraind in de contextmapping methodiek, klantinterviews gedaan.

*Gemeente Amsterdam, R0Z Groep, Bureau Zelfstandigen Fryslan, Gemeente Lelystad.

FRAMEWORK

Het framework voor de profielen is vanuit de kwalitatieve data uit de interviews opgesteld. Op basis van verschillen en overeenkomsten in de behoeften zijn de assen bepaald: **inkomen of waardecreatie als doel** van de onderneming en de **mate van ondernemersvaardigheden**. Deze assen zijn in co-creatie met de begeleidingsgroep* aangescherpt.

*De begeleidingsgroep van dit onderzoek bestaat uit deelnemers van verschillende gemeenten in Nederland ten behoeve van de innovatieagenda van het Bbz.

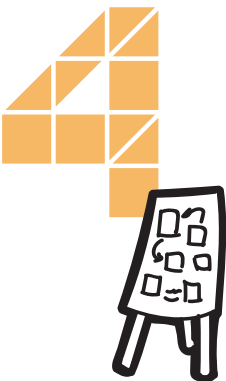


KANSEN VOOR INNOVATIE BBZ

In co-creatie met de begeleidingsgroep zijn vanuit de ondernemersprofielen en hun behoeften kansen bepaald om het Bbz te innoveren. Denk hierbij aan vroegsignalering, variëteit in coachingsaanbod of bekendheid van het Bbz onder ondernemers vergroten.

DO'S EN DON'TS

Ieder profiel vraagt een andere bejegening en aanpak. Door hier op aan te sluiten met de Bbz dienstverlening kunnen ondernemers beter ondersteund en geholpen worden. In co-creatie met de begeleidingsgroep zijn per profiel do's en don'ts opgesteld voor de verschillende stappen in de klantreis. Hiermee leveren de klantprofielen toepasbare input over hoe de dienstverlening er voor hen uit zou moeten zien en waar verbeterpunten zitten.



BBZ ONDERNEMERS IN BEELD



GEBRUIK VAN DE 6 PROFIELEN

De zes klantprofielen van Bbz ondernemers zijn gebaseerd op 55 interviews met Bbz-ondernemers. De klantprofielen zijn een representatie van de verschillende clusters van behoeften die binnen een groep leven. Deze behoeften zijn gebaseerd op échte verhalen van Bbz-ondernemers.

1) EVALUEREN VAN DE DIENSTVERLENING

Hoe sluit het Bbz proces in jouw gemeente of organisatie aan bij de verschillende klantprofielen? Zijn er bepaalde profielen die vaker langskomen? Hoe kun je de dienstverlening beter laten aansluiten bij de behoeften van deze verschillende profielen?

2) COMMUNICATIE AANSCHERPEN

Elk klantprofiel heeft een eigen focus en voorkeuren wat betreft communicatie en coaching. De klantprofielen kunnen gebruikt worden om de huidige communicatie aan te scherpen en verschillende boodschappen, kanalen en inhoud te gebruiken per klantprofiel.

3) NIEUWE DIENSTVERLENING ONTWIKKELEN

Naast het evalueren van de huidige dienstverlening kunnen de klantprofielen ook dienen als inspiratie: Welke nieuwe dienstverlening en aanbod in coaching kun je ontwikkelen om aan te sluiten bij de verschillende behoeften van klanten?

GOED OM TE WETEN

INDELING OP BASIS VAN BEHOEFTE EN GEDRAG

De profielen zijn ingedeeld op basis van behoeften en gedrag. De behoeften en het gedrag van een Bbz ondernemer worden mede bepaald door factoren uit de context, zoals bijvoorbeeld het netwerk, de voorgeschiedenis of de omgeving. Veranderingen in de context kunnen ook voor andere behoeften en gedrag zorgen. De klantprofielen bieden handvatten om vanuit de behoeften en bijbehorend gedrag naar het Bbz proces te kijken, dit te evalueren en te innoveren.

EEN ONDERNEMER KAN IN MEERDERE PROFIELEN VALLEN

Een persoon zal overwegend het meest binnen één ondernemersprofiel vallen, maar kan wel kenmerken vertonen van andere ondernemersprofielen. Door de tijd heen, door omstandigheden of levensfase kunnen ondernemers naar andere profielen verschuiven. Deze verschuivingen zorgen voor andere behoeften, en vragen een andere aanpak of coachingsaanbod.

UITZONDERINGEN EN MAATWERK

De ondernemersprofielen beschrijven het grootste deel van de Bbz-ondernemers. Bij deze ondernemersprofielen is gekeken naar gemeenschappelijke behoeften en gedrag onder ondernemers. Er zal altijd sprake zijn van klanten die door hun situatie (tijdelijk) niet in de profielen vallen en maatwerk vragen. Daarin zit natuurlijk ook de toegevoegde waarde van professionals.

Bbz Klantprofielen

Zes ondernemersprofielen die gebruik maken van de Bbz-dienstverlening

GEPASSIONEERDE KANSENJAGER

KREDIET/AANVULLING MAKER START-UP

De **Gepassioneerde Kansenjagers** leveren een product of dienst waarvan zij denken dat zij deze beter zelf op de markt kunnen zetten. Dat levert meer op en stelt hen in staat om het precies zo te ontwikkelen zoals zij willen. Dat is best spannend, maar ze voorzien een goed verdienmodel en hopen zich zo tussentijds te ontwikkelen als ondernemer. Met enkele slimme tips en zowel persoonlijke aanvulling als starterskrediet is deze doelgroep gebaat.

TALENTVOLLE SOLIST

INKOMENSAANVULLING CREATIEF ZAKELIJK ONERVAREN

De **Talentvolle Solisten** hebben specifieke vaardigheden waar zij in uitblinken. Zij zijn tot de conclusie gekomen dat deze niet tot hun recht komen onder een baas. Dat kan te maken hebben met hun professie, maar ook met hun eigenwijze karakter. Praktische tips in het positioneren van hun diensten en een financiële overbrugging zijn erg welkom. Tot deze groep behoren ook creatievelingen die niet kunnen excelleren in een kantooromgeving.

NOODGEDWONGEN EENPITTER

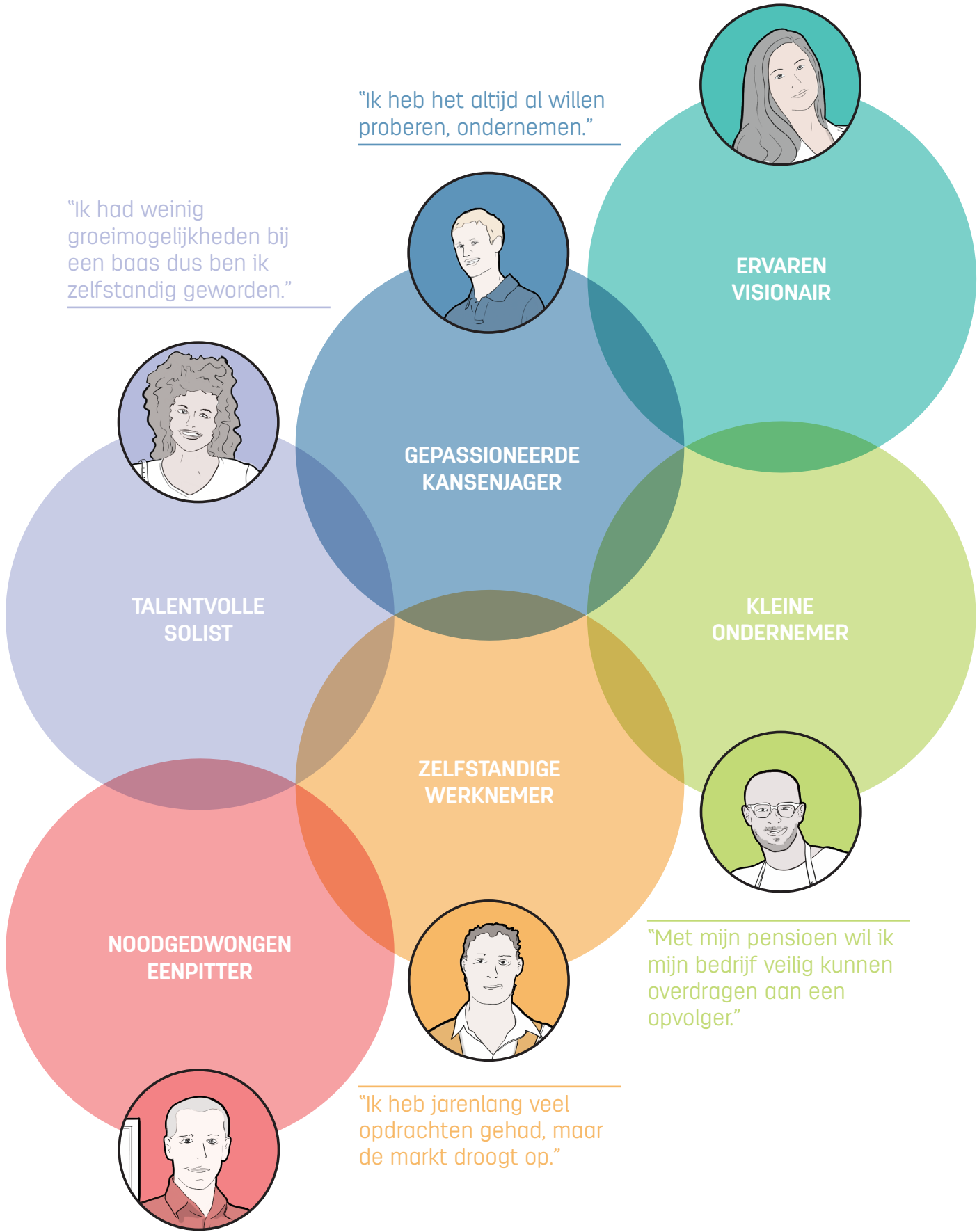
INKOMENSAANVULLING SENIOR ONERVAREN

De **Noodgedwongen Eenpitters** zijn door een reorganisatie buitenspel komen te staan. Eigenlijk willen ze liever in loondienst verder, maar de markt, hun communicatieve vaardigheden en/of leeftijd maken dit een uitdaging. Ook kan het liggen aan hun digitale vaardigheden, verouderde kennis en verminderde flexibiliteit. Daarom proberen zij er het beste van te maken en te starten met een eigen onderneming. Hiervoor kunnen zij basis ondernemersvaardigheden gebruiken en een aanvulling van hun inkomen tot bijstandsniveau.

waardecreatie als doel

inkomen als doel

(nog) geen ondernemersvaardigheden ondernemersvaardig



"Ik wil iemand spreken die mijn markt begrijpt."

ERVAREN VISIONAIR

WERKNEMERS KREDIET ERVAREN ZAKELIJK

Deze doelgroep is ondernemer pur sang. Ze hebben een visie en dromen groot. Daarin durven ze risico te nemen en hebben personeel, budget en middelen nodig. Ze beschikken over ondernemersvaardigheden en kunnen leidinggeven. Door een reeks tegenslagen hebben ze nu investeringskrediet nodig. Er is een solide plan over hoe ze dit gaan inzetten en weer gaan aflossen.

KLEINE ONDERNEMER

LOKAAL KREDIET FAMILIE EIGENAAR

Deze doelgroep bezit een kleine onderneming, bijvoorbeeld in de horeca of detailhandel. Hiermee zijn de **Kleine Ondernemers** zelfvoorzienend en kunnen zij hun gezin onderhouden. Met een nuchtere kijk op het ondernemerschap willen zij het familiebedrijf toekomstbestendig maken. Omdat de markt verandert en grote uitgaven gedaan moeten worden, hebben zij tijdelijk ondersteuning nodig. Deze ondernemers ambiëren geen groei, maar juist stabiliteit.

ZELFSTANDIGE WERKNEMER

INKOMENSAANVULLING VAST NETWERK ZZP'ER

De **Zelfstandige Werknemers** verdienen hun geld als zzp'er. Hierbij leveren zij een dienst waarbij over het algemeen weinig materiële investeringen benodigd zijn. Ze werken voor verschillende opdrachtgevers en zijn eigen baas. Dat doen ze al jaren zo, maar de afgelopen jaren kwamen steeds minder aanvragen binnen. Daarom kloppen zij aan voor financiële ondersteuning. Tot deze categorie behoort ook de doelgroep die deels gedwongen zijn diensten als externe aanbieder, bijvoorbeeld in de logistiek en zorg.

MIJN BEHOEFTE

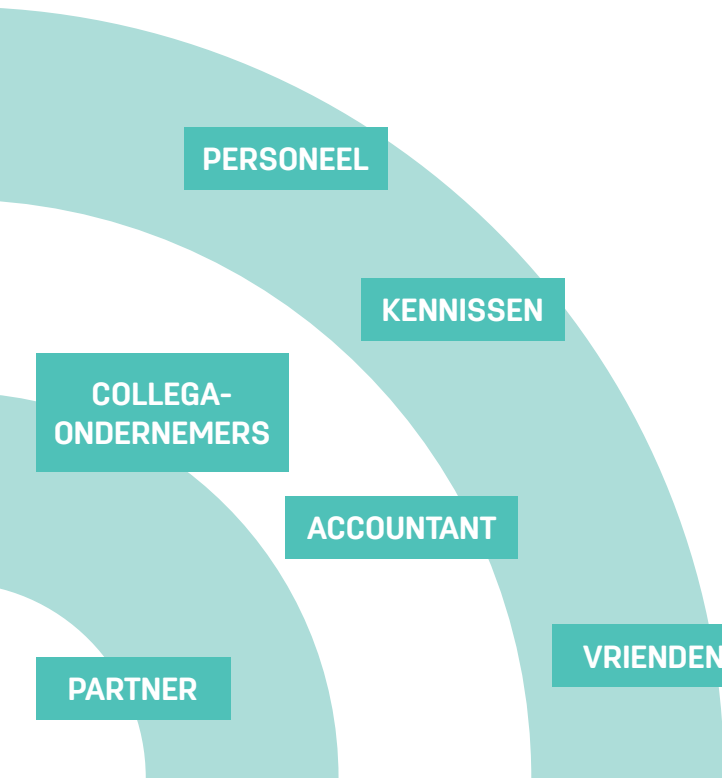
ZO BEREIK JE MIJ
Deze groep kent de markt goed en weet waar op gelet moet worden als er zaken worden gedaan. Ze zijn op zoek naar iemand die eenzelfde optimistische houding heeft. De boekhouder of accountant raadt deze groep bijvoorbeeld aan om naar het Bbz te stappen.

“Dit is een probleem dat ik moet oplossen en het Bbz is daarvoor dé manier. Ik ben er zelf achteraan gegaan en zorg ervoor dat ik alles goed op orde heb.”

ZO HAAK IK AF
Zij accepteren geen advies van mensen die de markt niet kennen of zelf nooit een bedrijf hebben gehad. Ze werken transparant mee aan het traject en bewaken hun tijd goed. Er is een aversie tegen banken.

MIJN NETWERK

EEN GROOT NETWERK MET ONDERNEMERS
Door jaren ervaring heeft de **Ervaren Visionair** een sterk netwerk van ondernemers en zakelijke kennissen opgebouwd. Dit netwerk zetten zij in ten behoeve van het bedrijf, bijvoorbeeld voor groei.



MIJN BEJEGENING

ZO BEHANDEL JE MIJ
Deze groep wil serieus genomen worden en constructief kunnen sparren met iemand die hun visie begrijpt. Ze weten wat ze willen en vragen hierom. Ongevraagd advies wordt ter kennisgeving aangenomen.

“Mijn businessplan werd beoordeeld door mensen die de markt niet kenden en ook geen ervaring met ondernemen hadden.”

“Ik had het fijn gevonden om met ondernemers te praten die ook ooit in deze situatie hebben gezeten. Dan kun je ervaringen uitwisselen.”

DIT KAN IK OOK ZIJN

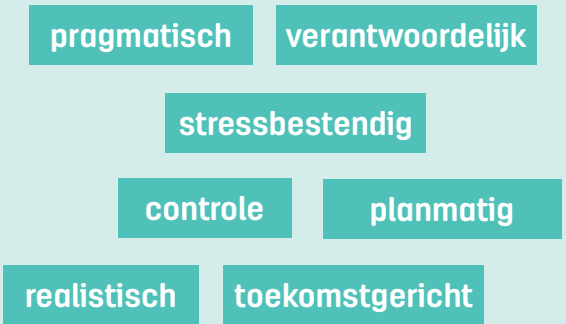
OPRICHTER VAN EEN START-UP
In deze groep vallen ook start-ups met een veelbelovend idee, die nog niet winstgevend zijn. Door een ondersteuning in het levensonderhoud krijgt deze ondernemer de kans om het bedrijf op te zetten en winstgevend maken.

“Hoewel de tijden even mager waren, was het een paar maanden later mogelijk ineens hard te groeien en veel mensen aan te nemen.”

OPSCHALEN
De aanschaf van nieuwe materialen is vaak te duur om in één keer te doen. Soms is het echter nodig om te kunnen blijven bestaan. Door deze bedrijven met een krediet te ondersteunen, kan de ondernemer het bedrijf professionaliseren en weer levensvatbaar maken.

ERVAREN VISIONAIR

“Het Bbz was het laatste redmiddel. Handelsbanken en andere investeerders kijken alleen maar rendement en gaven niet thuis.”



DIT BEN IK

ONDERNEMER IN HART EN NIEREN
De **Ervaren Visionair** is een ondernemer pur sang. Ze hebben een visie en dromen groot. Ze durven risico te nemen en dragen verantwoordelijkheid voor personeel en financiën. Zij nemen graag de leiding en hebben de nodige ondernemersvaardigheden. Door een reeks tegenslagen hebben zij nu krediet nodig en is er een plan opgesteld hoe ze dit kunnen inzetten en aflossen.

“Ik heb vertrouwen in mijn onderneming en mijn product. Ik voel gewoon dat het gaat lukken.”

MIJN BBZ-TRAJECT
De **Ervaren Visionair** staat constructief in het proces. Ze communiceren goed met alle partijen en willen zo snel mogelijk weer aan de visie van hun bedrijf kunnen werken.

MIJN ONDERNEMING

GROEIEN ALS DOEL
De onderneming die deze groep is gestart heeft groeipotentieel. Met de juiste partners kunnen ze snel groeien. Ze geloven in hun eigen kunnen en weten zich - ondanks verkeerde keuzes in het verleden of onverwachte problemen van buitenaf - tot nu toe staande te houden.

TYPE
Als BV leveren ze bijvoorbeeld producten of diensten aan een breed publiek.

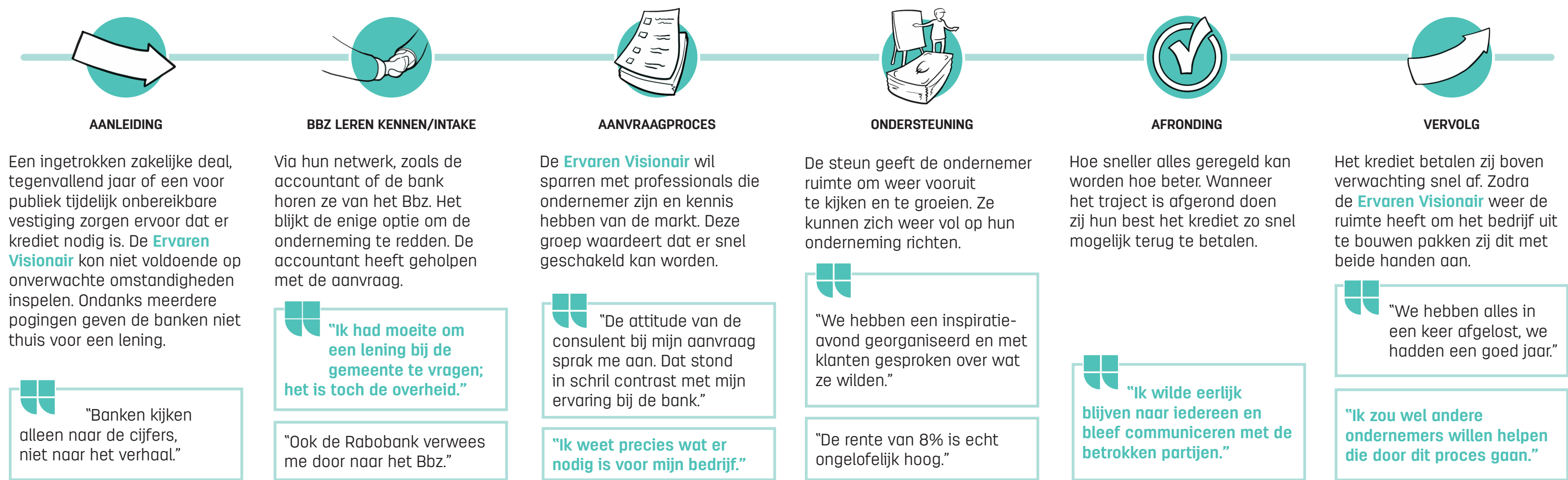
GROOTTE
Zij hebben vaak ervaring met werknemers.

“Ondernemen is vooruitkijken. Schat in hoe het bedrijf zich ontwikkelt.”

“Je hebt niets aan mensen die het alleen maar met je eens zijn.”



MIJN PROCES



DO'S

Bespreek de mogelijkheden van het Bbz bij branche-organisaties, banken en Qredits.	Maak duidelijk dat het Bbz ook voor gevestigde ondernemers is.	Benoem de mogelijkheid om versneld af te lossen. Deze groep kan hier gebruik van maken. Schakel snel als de ondernemer hierop stuurt.	Betrek experts om de Ervaren Visionair op maat te kunnen ondersteunen.	Benoem de mogelijkheid om versneld af te lossen. Deze groep zal zich hier extra voor inzetten.	Benader de Ervaren Visionair om ambassadeur te worden.
	Benoem beknopt en helder de voorwaarden en het proces. Laat deze groep zelf benodigheden uitzoeken en aanleveren.	Ga goed voorbereid het gesprek aan, verdiep je in de markt.	Wijs deze groep op de mogelijkheid van een keuzejaar.	Vraag of deze groep nog ergens behoefte aan heeft. Ze hebben geen probleem dit zelf aan te geven.	

DON'TS

	Wees niet te belerend bij het geven van feedback.	Verplicht deze groep niet tot deelname aan trainingen en workshops op instapniveau.	
	Koppel deze groep niet aan een beginnende professional. De Ervaren Visionair wil spreken met iemand met ervaring.		

MIJN BEHOEFTE

ZO BEREIK JE MIJ
Via internet en social media kun je hen bereiken. Start-up programma's en incubators zijn bronnen van inspiratie voor de **Gepassioneerde Kansenjager**.

ZO HAAK IK AF
De **Gepassioneerde Kansenjager** wil graag zelf de regie houden. Als ze het gevoel hebben dat ze controle over hun onderneming verliezen, haken ze af. Ze kloppen niet graag aan voor financiële hulp, al helemaal niet bij de gemeente.

“Ik vond het erg moeilijk dat ik elke maand moest bellen voor een voorschot om te kunnen voorzien in mijn levensonderhoud. Daar ben ik zo snel mogelijk mee gestopt.”

MIJN NETWERK

GROOT EN INFORMEEL
De **Gepassioneerde Kansenjager** heeft een groot netwerk, echter weinig hebben kennis van zijn specifieke markt en de situatie waar zij zich in bevinden.



MIJN BEJEGENING

ZO BEHANDEL JE MIJ
Door kalm en zakelijk te blijven tijdens het gesprek win je het vertrouwen van de **Gepassioneerde Kansenjager**. Objectief de zaak van alle kanten bekijken en samen op zoek naar oplossingen. Als emoties opkomen is het belangrijk deze de ruimte te geven. De onderneming is hun 'kindje'.

“Je zit er sowieso emotioneel in. Het is gewoon heftig. Gelukkig zit er iemand die gewoon luistert. Die heel direct is, goede vragen stelt en simpel de opties op tafel legt.”

Ondanks hun praktische ervaring kunnen de **Gepassioneerde Kansenjagers** ondernemersadvies gebruiken. Zij zullen dit gretig aannemen als dit toegespitst is op hun markt.

DIT KAN IK OOK ZIJN

ONDERNEMEN MET STARTKAPITAAL
Bijvoorbeeld een ondernemer die met geld uit een erfenis een eigen zaak is gestart. Hiermee kon hij de benodigde investeringen doen, maar maakte een miscalculatie in de vaste lasten en is in de schulden terecht gekomen.

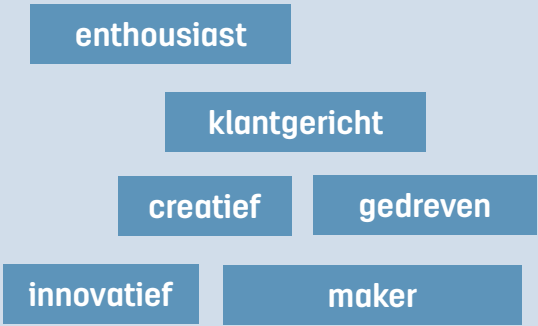
“Ik kreeg de kans om zelfstandig ondernemer te worden met de erfenis van mijn oom, die liet centjes na.”

“Mijn idee werd overal heel goed ontvangen, maar het duurde te lang voordat ik geld ging verdienen. Na een half jaar heb ik aangeklopt voor steun bij het Bbz. Toen bleek het toch niet levensvatbaar.”

OPRICHTER VAN EEN START-UP
Bevlogen over een idee is deze groep het diepe in gesprongen. Nadat het spaargeld op is, maakt het bedrijf niet genoeg winst om in het levensonderhoud te kunnen voorzien. Zij hebben een aanvulling op hun inkomen nodig.

GEPASSIONEERDE KANSENJAGER

“Een goed idee is het halve werk.”



Divosa **MUZUS**
© Muzus in opdracht van Divosa, 2018



DIT BEN IK

ONDERNEMEN OM ZICH TE ONTWIKKELEN
Deze groep ziet te weinig groeimogelijkheden wanneer zij in loondienst blijven. De enige manier om verder te komen is voor zichzelf beginnen. In het bedrijf werken zij voor eigen klanten. Met een nieuw product in een dynamische markt zien zij de toekomst hoopvol tegemoet.

“Ik had voldoende werkinzet en verkooptalent, maar mijn verantwoordelijkheid bleef beperkt onder een baas.”

MIJN BBZ-TRAJECT
De **Gepassioneerde Kansenjagers** zijn geholpen door te bemiddelen bij de opgebouwde schulden en een tegemoetkoming voor levensonderhoud. Als zij zich melden is het urgent en is er dringend een voorschot nodig.

“Ik had alles geprobeerd en geen geld meer over toen ik aanklopte bij het Bbz.”

MIJN ONDERNEMING

GECONTROLEERDE GROEI
De **Gepassioneerde Kansenjager** is zelf de spil in het bedrijf. Het bedrijf is veelbelovend en ze zien groeimogelijkheden voor de toekomst. Wel willen ze zelf de touwtjes in handen blijven houden. Op den duur hopen ze personeel aan te kunnen nemen, dat hen kan ondersteunen.

“Ik heb gewoon echt een leuk bedrijf, maar wil het ook zo houden. Groei is goed, maar ik wil wel de controle houden.”

TYPE
Zij staan geregistreerd met een eenmanszaak of V.O.F. en willen eventueel toegroeien naar een B.V.

GROOTTE
Het bedrijf draait om hen, soms werken ze samen met zzp'ers of nemen zij een enkele werknemer in dienst.

“We hebben al eens personeel gehad, maar dat kostte te veel en toen hebben we ze helaas weer moeten laten gaan.”

MIJN PROCES



DO'S

Wees online en op social media zichtbaar om deze ondernemer te bereiken.	Treed zonder oordeel de ondernemer tegemoet. Benoem dat het geen schande is om aan te kloppen voor ondersteuning.	Neem samen de bedrijfsvoering door om gaten in het business model te ontdekken.	Help prioriteiten te stellen. Maar duidelijk dat een aantal zaken moeten veranderen en dat er quick wins kunnen worden gerealiseerd.	Bespreek vooraf wat er gedaan kan worden om een nieuwe aanvraag te voorkomen.	Help de Gepassioneerde Kansenjager met het uitbreiden van zijn netwerk, koppel deze groep aan relevante partijen.
	Durf kritische vragen te stellen om de doelen van de Gepassioneerde Kansenjager te toetsen.	Bied verschillende opties aan. Deze groep wil graag de regie behouden. De onderneming is het 'kindje' van deze groep.	Richt je met name op het op orde brengen van de administratie.		

DON'TS

	Fysieke formulieren die moeten worden opgestuurd. Digitaal werken heeft sterk de voorkeur.	Voorkom trage dienstverlening.
--	--	--------------------------------

MIJN BEHOEFTE

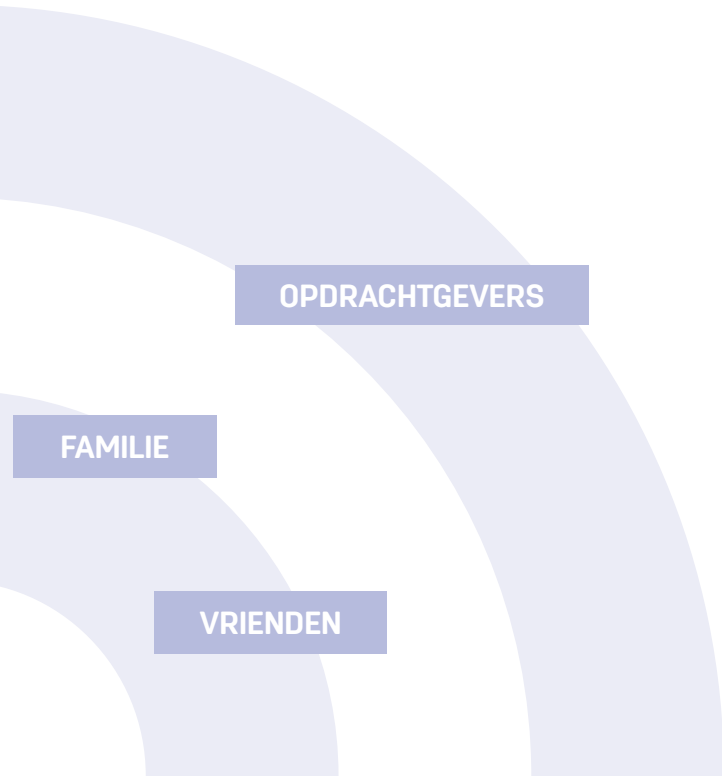
ZO BEREIK JE MIJ
De **Talentvolle Solisten** mengen zich weinig in ondernemerskringen en zijn daardoor lastig te vinden. Als zij zich bij de gemeente melden voor een uitkering kunnen ze worden doorverwezen naar het Bbz. Het kan zijn dat zij uit persoonlijke kring of een andere context een tip krijgen.

“Ik ben te vinden in de lokale cultuursector.”

ZO HAAK IK AF
Zij hebben het gevoel dat weinig mensen hen echt begrijpen. Als dit wordt bevestigd bij het Bbz kunnen ze zich weer afzonderen. Door empathisch te zijn kan het vertrouwen gewonnen worden.

MIJN NETWERK

KLEIN BEREIK
De **Talentvolle Solisten** hebben een relatief klein zakelijk netwerk. Ze werken veel zelfstandig en zijn zo min mogelijk afhankelijk van anderen. Hierdoor lopen ze ook kansen mis.



MIJN BEJEGENING

ZO BEHANDEL JE MIJ
Deze doelgroep is gebaat bij basis ondernemersvaardigheden en nemen die graag aan, zolang ze ook hun eigen verhaal kunnen doen. Wees pro-actief in het aanbieden van coaching, dit kan veel effect hebben. Probeer na te gaan welke ondernemersvaardigheden deze groep al beheerst.

“Het is heel belangrijk dat je je persoonlijke verhaal kunt doen en dat er wordt geluisterd.”

“Het werd in één keer geregeld in plaats van in een ellenlang proces. Je wilt een schone lei en er werd direct werk van gemaakt.”

DIT KAN IK OOK ZIJN

KUNSTENAAR
In deze groep vallen ook kunstenaars die niet genoeg verdienen met het maken van kunst. Daarom moeten ze op zoek naar andere bronnen om in het levensonderhoud te kunnen voorzien.

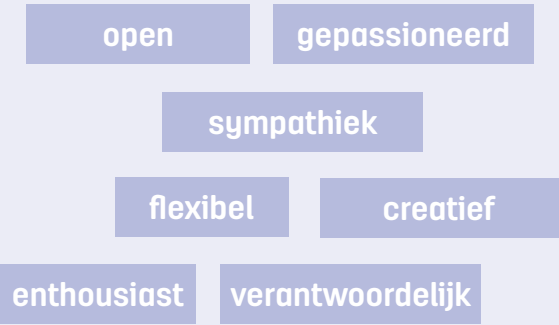
“Kunst moet ik loslaten om toch een inkomen te krijgen.”

ONGESCHIKTE WERKNEMER
In deze groep vallen ook mensen die niet goed in een bedrijfscultuur functioneren en daardoor de stap hebben gemaakt naar het ondernemerschap. Het gebrek aan netwerk- en ondernemersvaardigheden zorgt er nu voor dat ze weinig klanten aan zich weten te binden.

“Collega’s en leidinggevenden lopen mij alleen maar in de weg. Corporate culture is niets voor mij.”

TALENTVOLLE SOLIST

“Ik doe nu wat ik het liefst doe.”



DIT BEN IK

GELD IS NIET HET HOOFDDOEL
Voor deze groep is het belangrijk om hun hart te volgen en vanuit hun passie te werken. Geld verdienen vinden zij minder belangrijk. In deze groep vallen ook mensen die jarenlang werkzaam zijn geweest in het bedrijfsleven, resulterend in een burn-out en daarna voor zichzelf zijn begonnen. Ze wonen vaak klein en hebben weinig vaste lasten.

“Geld is geen hoofddoel, ik wil doen waar ik passie voor heb.”

MIJN BBZ-TRAJECT
De opdrachten leveren hen te weinig op om zichzelf te kunnen onderhouden. Daarom zijn zij op het Bbz aangewezen om tijdelijk hun inkomsten aan te vullen. Zij hebben lang gewacht alvorens aan te kloppen.

“Het water staat je aan de lippen. Je wilt snelheid dus alle dienstverlening voelt traag.”

MIJN ONDERNEMING

ONTPLOOIING
Ze werken als eenpitter en volgen hun gevoel. Ze hebben een bedrijf aan huis of ergens een klein atelier en vinden het fijn zich af te zonderen als er gewerkt wordt. Het huis of atelier is de etalage en van daaruit worden er producten verkocht.

TYPE
Zij staan geregistreerd als eenmanszaak.

GROOTTE
Alleen komen zij het best tot hun recht.

“Thuis in mijn atelier kan ik 99% geconcentreerd werken.”

“In zijn totaliteit had ik geen helder beeld van de inkomsten en uitgaven.”

MIJN PROCES



DO'S

Werf deze doelgroep bij creatieve broedplaatsen door het geven van een presentatie (eventueel door ervaringsdeskundigen).	Door het inzetten van ambassadeurs (bijvoorbeeld ervaringsdeskundigen) kan de bekendheid van het Bbz worden vergroot.	Leg het proces uit zodat de Talentvolle Solisten weten wat ze te wachten staat. Ga hier rustig stap voor stap doorheen.	Wijs de Talentvolle Solisten erop dat een boekhouder belangrijk is. Benoem waar ze op moeten letten.	Bespreek hoe het proces is geweest. Vraag wat deze geleerd heeft en hoe ze het ondernemen nu gaan aanpakken.	Stimuleer Talentvolle Solisten om te gaan netwerken. Probeer koppelingen te maken door netwerkactiviteiten te faciliteren.
	Luister naar wat de Talentvolle Solisten nodig hebben en leg de spelregels van het Bbz op eenvoudige wijze uit.		Bied trainingen aan. Hiermee wordt de basis voor ondernemerschap gelegd.	Benoem dat bij verlenging dat de situatie opnieuw beoordeeld wordt. Controleer dat het proces en de uitkomsten duidelijk zijn.	

DON'TS

Ga in deze fase niet te veel in op details. Dit werkt vooral verwarrend en maakt het complexer dan nodig.	Vaktermen en jargon dienen te worden gemeden. Een zakelijke benadering sluit niet aan bij de behoefte van Talentvolle Solisten .		Laat het contact niet koud worden. Neem regelmatig contact op om te voorkomen dat de Talentvolle Solisten uit het zicht verdwijnen.	Ondersteun deze groep niet eindeloos. Wees duidelijk over de grenzen van het Bbz.
---	---	--	--	---

MIJN BEHOEFTE

ZO BEREIK JE MIJ
De **Kleine Ondernemer** hoort via bevriende ondernemers van het Bbz. Het liefst hebben zij persoonlijk contact, spreek zo veel mogelijk met hen af op de zaak.

“De consulent kwam al heel snel langs in mijn winkel. Dat vond ik erg prettig, hij kreeg gelijk een goed gevoel voor waar ik het over had. Daarna liep het contact een stuk vlotter.”

ZO HAAK IK AF
De **Kleine Ondernemer** is een traditionele ondernemer met veel ervaring. Kom niet met open deuren of met jargon.

“Mijn eerste contactpersoon had net zijn studie afgerond, wat weet hij nou van ondernemen?”

MIJN NETWERK

KLEINE, PERSOONLIJKE KRING
De **Kleine Ondernemer** moet het hebben van de goodwill uit zijn omgeving. Advies en hulp komt van ervaren én onervaren partijen.



MIJN BEJEGENING

ZO BEHANDEL JE MIJ
Houd er rekening mee dat het een grote stap is om aan te kloppen bij de gemeente. Erken dit en geef hen de ruimte hun verhaal te vertellen. Hoewel het nu slecht gaat hebben zij vaak al heel wat jaren een succesvol bedrijf gehad. Probeer in te schatten in hoeverre zij op de hoogte zijn van nieuwe trends en ontwikkelingen.

“Ik voelde er niets voor om bij de gemeente mijn hand op te houden. Pas toen het echt niet meer anders kon heb ik het Bbz een kans gegeven.”

“Het aanleveren van alle bestanden en formulieren is een intensief proces. Ik had hier graag een overzicht van gehad, zodat ik beter wist wat ik kon verwachten.”

DIT KAN IK OOK ZIJN

MAATSCHAPPELIJKE FUNCTIE
De **Kleine Ondernemer** kan ook enkele werknemers in dienst hebben. Het personeel voelt als familie. Het is moeilijk hen los te laten en deze groep doet er alles aan zodat iedereen kan blijven werken. Ze vergeten hierbij zichzelf.

“Met mijn bedrijf ben ik verantwoordelijk voor andere gezinnen.”

SEIZOENSWERK
In deze groep vallen ook seizoensgebonden familiebedrijven zoals tuinders. Door een aantal tegenvallende jaren is het moeilijk om het hoofd boven water te houden.

KLEINE ONDERNEMER

“Ik wil zo niet stoppen. Bovendien, wat zou ik anders moeten?”



DIT BEN IK

VAN DE OUDE STEMPEL
De **Kleine Ondernemer** is vaak jarenlang een spil geweest in de gemeenschap, bijvoorbeeld met een fietsenzaak waar zoons ook werkzaam zijn. Zij vinden het heerlijk om in het eigen bedrijf te werken en onderhouden goede relaties met de partners met wie zij samenwerken. Externe omstandigheden hebben ervoor gezorgd dat zij in de schulden zijn geraakt en hulp nodig hebben om het hoofd boven water te houden.

“Het past bij mij om bescheiden te blijven. Dat vind ik fijn en zo kan ik doen wat ik zelf wil.”



MIJN ONDERNEMING

SLINKENDE MARKT
De bedrijven van deze groep ondernemers zijn vaak overgeleverd aan de prijzen van grote bedrijven. Externe factoren hebben vaak grote invloed op de financiële positie van het bedrijf, zoals bijvoorbeeld een concurrent die een vestiging in de buurt opent.

TYPE
Bijvoorbeeld een winkel in een V.O.F. met twee vennoten.

GROOTTE
Dit zijn vaak familiebedrijven. De zonen helpen doorde-weeks en in het weekend personeel.

“Mijn vader had met deze fietsenzaak echt een sociale functie. Dat zie je tegenwoordig veel minder.”

“Door de komst van het internet is er veel veranderd. Klanten zijn veel mondiger en loyaliteit is verdwenen.”

MIJN PROCES



DO'S

Verbeter de bekendheid van het Bbz bij boekhouders en administratiekantoren.	Benadruk niet de problemen maar denk in mogelijkheden.	Zet in op persoonlijk contact en advies. Ga langs bij de zaak. Houd rekening met openingstijden.	Bied deze groep vraaggestuurde informatie. Niet alle informatie is nodig.	Ondersteun bij het maken van keuzes bij bedrijfsveranderingen. Benoem de mogelijkheid van het IOAZ.	Wijs op de inzet van een OKB traject.
	Gebruik praktische terminologie en vermijd jargon. Dan schrik je de Kleine Ondernemer niet af.	Leg uit waarom het aanleveren van gegevens nodig is en wat dit kan opleveren.	Houd de wens (bijvoorbeeld tot overdracht) van deze groep in het oog. Betrek ook andere directe betrokkenen.		Bemiddel in het matchen van bedrijfsovername.

DON'TS

Wees niet (onbedoeld) verwijtend. Dit schiet al snel in het verkeerde keelgat.	Te makkelijk concluderen dat het bedrijf niet levensvatbaar is. Vaak is deze groep al jaren actief en succesvol geweest.	Onaangekondigd grote veranderingen voorstellen. Deze groep zal dan in de weerstand schieten.	Voorkom dat je niets meer laat horen.	
	Enkel digitaal en op afstand communiceren. Een persoonlijke touch heeft sterk de voorkeur.			

MIJN BEHOEFTE

ZO BEREIK JE MIJ
De **Zelfstandige Werknemer** begeeft zich al jaren tussen andere freelancers. Via hun eigen netwerk of platforms voor zelfstandigen kan deze groep worden bereikt. De boekhouder kan ook een ingang zijn.

“Tijdens de lunch in het bedrijfsverzamelgebouw doe ik veel nieuwe ideeën op.”

ZO HAAK IK AF
Voorkom dat je de situatie bij de **Zelfstandige Werknemer** inwrijft. Zij weten dat de situatie niet ideaal is en zijn bereid hier aan te werken.

MIJN NETWERK

GEEN TIJD OM TE NETWERKEN
Hun netwerk is hun bestaansrecht en de bron van groei. Het is een uitdaging om naast de dagelijkse werkzaamheden acquisitie te doen, zeker als de zaken niet zo goed gaan.



MIJN BEJEGENING

ZO BEHANDEL JE MIJ
Bevestig dat de **Zelfstandige Werknemer** op het juiste adres is. Stel hen gerust en geef aan dat hun gegevens in goede handen zijn. Vergeet niet de impact van de financiële situatie op hun gemoedstoestand.

“Er was paniek, drama, gesprekken met vrienden. Ik zei tegen vrienden; ik ken de markt niet meer!”

“Het is natuurlijk niet leuk als je jezelf niet kan redden. Het is een heel dubbel gevoel om naar de gemeente te gaan voor geld.”

DIT KAN IK OOK ZIJN

ARBEIDSONGESCHIKTHEID
In deze groep vallen ook ondernemers die zich niet hebben verzekerd voor arbeidsongeschiktheid. Wanneer zij onder bijstandsniveau terechtkomen, horen zij bijvoorbeeld via de sociale dienst van het Bbz. Via deze weg hoeven zij niet te solliciteren en kunnen ze blijven doen wat ze al deed.

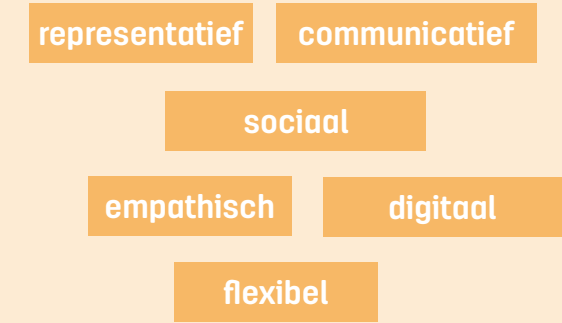
“In het Bbz-traject kon ik even op adem komen. Aan het einde was ik een stuk minder overspannen en kon ik weer aan het werk.”

OPGEDROOGD NETWERK
In deze groep vallen ook ondernemers waarvan veel zakelijke contacten met pensioen gaan. Hiervoor zijn nieuwe, jonge, gezichten terug gekomen en zij hebben hun eigen netwerk. Zo drogen de lijntjes naar opdrachten langzaam op.

“Al die nieuwe redacteuren nemen ook hun eigen mannetjes mee. Daardoor bellen ze mij niet meer.”

ZELFSTANDIGE WERKNEMER

“Mijn hoofddoel is om opdrachten te blijven doen. Ik hou van de vrijheid die ik heb door voor mezelf te werken.”



“Ik streef naar vrijheid én continuïteit.”



DIT BEN IK

PRIVÉ EN ZAKELIJK KOMEN SAMEN
De **Zelfstandige Werknemer** werkt voor meerdere klanten tegelijk, in verschillende contractvormen. Ze zijn flexibel en proberen zoveel mogelijk maatwerk te bieden. Door het afhaken van verschillende grote klanten zijn zij nu financieel in zwaar weer terechtgekomen. Dat heeft zijn weerslag op het privéleven, wat ook door de omgeving wordt opgemerkt.

“Werk en privé zijn bij mij nauw verbonden.”

“Om me goed te kunnen voelen heb ik ontspanning nodig. Ik vind het heel belangrijk dat ik mijn hoofd kan verzetten.”

MIJN BBZ-TRAJECT
De **Zelfstandige Werknemer** komt niet meer rond van de opdrachten. Ze hebben een aanvulling nodig op het inkomen om in levensonderhoud te kunnen voorzien.

MIJN ONDERNEMING

ERVAREN ZELFSTANDIGE
Veel van de ondernemers in deze groep werken al jaren voor zichzelf. Als zelfstandige weten ze eigenlijk niet beter dan om tijdelijke opdrachten te doen. Voor een aantal vaste klanten werken ze al jaren en worden ze steeds opnieuw gevraagd voor tijdelijke klussen.

TYPE
Eenmanszaak die veel samenwerkt met vaste partners die andere expertises inbrengen.

GROOTTE
Deze groep is gehecht aan hun vrijheid en zij hebben dan ook geen 9 tot 5 mentaliteit.

“Ik heb veel verschillende dingen tegelijk lopen.”

“Het is een uitdaging om naast je werk acquisitie te blijven doen.”

MIJN PROCES



DO'S

Gebruik campagnes en landelijke platforms om bekendheid te vergroten en de Zelfstandige Werknemer te bereiken.	Toon begrip voor de situatie en bied een luisterend oor. Voor deze groep is werk en privé nauw verweven. Dit is dus een persoonlijke zaak.	Laat de aanvrager niet zweven in onzekerheid, geef duidelijkheid over het proces.	Bel deze groep regelmatig na. Onderzoek waar deze groep ondersteuning kan gebruiken. Luister naar de vraag, maar observeer zelf ook.	Kijk bij de afronding naar de nabije toekomst, dat is ver genoeg. De lange termijn kan nog intimiderend zijn.	Vraag wat de Zelfstandige Werknemer nu gaat doen en ga na wat het Bbz nog voor de ondernemer kan betekenen.
Gebruik branche-organisaties op om in contact te komen met deze groep. Vergroot ook bekendheid bij boekhouders.	Urgentie is vaak geboden omdat deze groep lang wacht met het zoeken van hulp. Help deze ondernemer zo snel mogelijk.	De vraag gegevens te delen leidt tot weerstand. Leg uit waarom het nodig is dit te doen en benadruk de vertrouwelijke aard.	Zet in op verandering van mindset, stimuleer om veranderingen door te voeren.	Maak samen een duidelijk plan en schep vertrouwen richting de toekomst. Met kleine stappen kan de Zelfstandige Werknemer weer groeien.	Ervaringsdeskundigen kunnen worden ingezet als ambassadeur om vakgenoten eerder op het Bbz te wijzen.

DON'TS

Benadruk niet dat het om bijstand gaat. Als hier te veel nadruk op ligt dan haakt deze groep af. Ze zijn erg gesteld op hun zelfstandigheid.	Stap niet over de emoties heen, het is een persoonlijk en zwaar verhaal. Zoek eventueel hulp op dit vlak.	Voorkom dat deze groep denkt dat het probleem direct is opgelost met het toekennen van het Bbz traject.
Vermijd het benoemen van details en jargon (in dit vroege stadium). Bespreek vooral wat het Bbz voor ze kan betekenen.		

MIJN BEHOEFTE

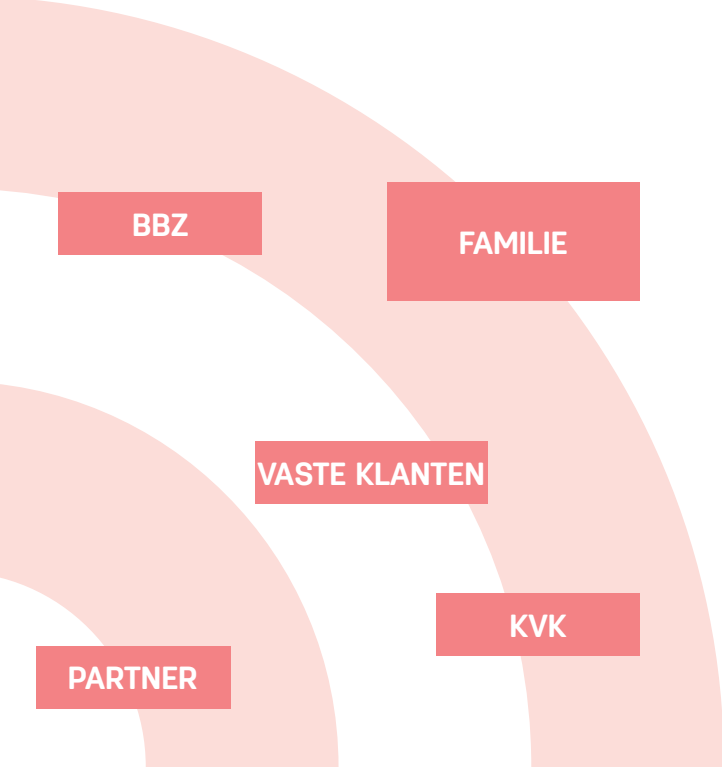
ZO BEREIK JE MIJ
De **Noodgedwongen Eenpitters** zijn bekend bij (gemeentelijke) instanties, zoals bij de Sociale Dienst en het UWV. Ook kan deze groep gevonden worden bij workshops van de Kamer van Koophandel.

“Ik heb tig sollicitaties gedaan, maar zonder resultaat. Toen hoorde ik bij het UWV dat het Bbz ook een optie was.”

ZO HAAK IK AF
De **Noodgedwongen Eenpitter** zou liever in loondienst werken, maar wordt niet meer aangenomen. Ontzorg hen en kijk wat er nodig is zodat zij zich kunnen richten op de werkzaamheden als ondernemer. Zo blijven ze uit de uitkering en behouden ze hun eigenwaarde.

MIJN NETWERK

KLEINE KRING
De **Noodgedwongen Eenpitter** heeft weinig mensen om zich heen met ondernemerservaring. Vrienden proberen mentaal te steunen, maar weten vaak niet hoe ze kunnen helpen. De partner is vaak de steun en toeverlaat.



MIJN BEJEGENING

ZO BEHANDEL JE MIJ
In communicatie met de **Noodgedwongen Eenpitter** is het belangrijk een sturende rol aan te nemen. Actief meedenken en ondersteunen op zakelijk vlak wordt erg gewaardeerd. Door vanaf het begin een vaste contactpersoon te hebben kunnen ze een grote ontwikkeling doormaken.

“Tijdens de workshops heb ik veel nieuwe dingen geleerd.”

“De ondernemerscoach heeft geholpen door zijn ervaringen te delen. Ik kon op hem terugvallen.”

DIT KAN IK OOK ZIJN

ONGEPLAND ALLEENSTAAND
Als bijvoorbeeld door omstandigheden de kostwinner wegvalt of er na een scheiding brood op de plank moet komen is voor sommigen de weg naar zelfstandigheid de enige optie. In deze groep vallen ook mensen die een hobby omvormen tot een kleine onderneming zodat men in het levensonderhoud kan voorzien. Om dit van de grond te krijgen is financiële ondersteuning in levensonderhoud en goede coaching nodig.

“Ik had mijn bedrijf al een tijdje, maar het was altijd een hobby. Nu moet ik er de kost mee verdienen en hangt er ineens veel vanaf.”

NOODGEDWONGEN EENPITTER

“Voor mezelf beginnen was een sprong in het diepe.”



DIT BEN IK

HET LIEFST IN LOONDIENT
De **Noodgedwongen Eenpitters** hebben vaak langere tijd in loondienst gewerkt. Zij zijn geen geboren ondernemers, maar zien geen alternatief. Deze ondernemers zijn een klein bedrijfje begonnen waarmee inkomsten kunnen worden gegenereerd, met ondersteuning van bijvoorbeeld hun partner.

“We hebben het echt met zijn tweeën gedaan, mijn partner en ik.”

MIJN BBZ-TRAJECT
Vaak heeft deze groep talloze sollicitaties verstuurd, maar zonder succes. Het is lastig weer in loondienst te komen. Daarom gaat deze groep zijn vroegere werkzaamheden vaak zelfstandig uitvoeren, met een aanvulling vanuit het Bbz. Deze ondersteuning houdt hen enthousiast, actief en productief.

MIJN ONDERNEMING

EEN NIEUWE START
Het bedrijfje is alle opzichten kleinschalig. Het zakelijke instinct van de **Noodgedwongen Eenpitter** is beperkt. Ze nemen weinig risico en maken voorzichtig nieuwe stappen. In eerste instantie houden zij vast aan wat ze al kennen.

TYPE
Zij zijn echte eenpitters en werken vanuit huis.

GROOTTE
Als er veel werk is helpt de partner mee.

“Als je minder kosten maakt, verdien je meer. Die aanwijzing kreeg ik van een vriend.”

“Ik loop er tegenaan dat ik mezelf te goedkoop in de markt zet.”



MIJN PROCES



DO'S

Bied preventieve coaching en advies voor ondernemers die in het Bbz dreigen terecht te komen.	Gebruik termen en taal die aansluiten bij deze groep. Zorg dat ze zichzelf erin herkennen.	Neem deze groep aan de hand mee door het proces. Ondersteun ze bij het maken van een ondernemersplan en geef ze hiervoor de tijd.	Coach deze groep intensief om de ondernemersvaardigheden te verbeteren.	Zoek zelf het contact en vraag hoe het ervoor staat. Benoem de mogelijkheid tot verlenging.	Coach ze met het oog op de lange termijn. Stuur op klantenwerving en levensvatbaarheid van het bedrijf.
Signaleer vroeg of iemand de dienstverlening nodig heeft. Probeer via instanties deze mensen te vinden.	Creëer bekendheid via startersdagen van de KvK en/ of het UWV.	Laat deze groep zijn verhaal doen, het is belangrijk dat ze dat met iemand kunnen delen. Onderzoek ook of er nog andere factoren een rol spelen.	Gun deze groep de tijd om alle nieuwe informatie te laten bezinken.	Geef deze groep de mogelijkheid om terug te komen voor advies als het even niet lukt.	Biedt de mogelijkheid om kennis op te frissen. Ondernemers kunnen zo ook na het Bbz-traject op de hoogte blijven.

DON'TS

	Te veel nadruk leggen op geldproblemen zorgt voor veel ongemakkelijkheid bij de ondernemer.	Vermijd een zakelijke aanpak. De situatie is voor deze groep erg persoonlijk.	Laat verwijten en beschuldigingen (bij deze groep) achterwege.	Verwacht niet dat deze groep snel (om)geschoold kan worden tot ondernemer, hoe graag ze dat ook willen.	Laat geen vaagheid ontstaan rondom de levensvatbaarheid van het bedrijf. Wees duidelijk in je oordeel over het voortbestaan van het bedrijf.
	Meld niet alleen wat verkeerd is gegaan.	Jaag de Noodgedwongen Eenpitter niet op. Tijdsdruk zorgt voor veel stress.	.		Eindeloos ondersteunen is ongewenst. Wees duidelijk in de communicatie en schep geen verwachtingen die er niet zijn.