

Komt een vrouw bij de coach HELP ME OUT!

Het onderste uit de kan halen in leven en werk, is een uitdaging.

Journalist Mariska Vermeulen bezocht coach Kelly Weekers – een aha-moment van jewelste.

■ Het erge is: ik wéét ergens wel wat Kelly en haar compagnon Moniek gaan zeggen. Want ik wéét dat ik steken laat vallen als het aankomt op ondernemen. Ik wéét dat ik lastige en slecht of te laat betalende klanten links moet laten liggen (of nou ja, op z'n minst nog een keer het gesprek met ze moet aangaan). Ik wéét dat ik na negen jaar ondernemen toch echt wel een *elevator pitch* paraat moet hebben waarin ik precies kan omschrijven waarom opdracht-

gevers voor mij en niet die duizend andere journalisten moeten kiezen. En ik weet al helemaal dat ik geen ideeën meer moet insturen naar dat ene blad dat a) niet bij me past b) slecht betaalt en c) soms het onmogelijke van me vraagt. Maar ondertussen pitch ik toch maar weer een idee bij ze, zodat ik zeker weet dat ik de maand erop weer een paar honderd euro rijker ben. Pure gemakzucht dus. Maar de laatste tijd wringt het. Ik schrijf de verhalen die ik wil schrijven, haal zelfs nieuwe klanten binnen, maar het voelt allemaal wel erg ad hoc. Soms probeer ik het wel hoor, om met een helikopterview naar mijn onderneming te kijken, en dan schrijf ik weer een mooi lijstje met doelen. Maar dan moet ik weer tig deadlines halen en komt het nooit tot een actieplan. En zo sukkel ik vrolijk voort.

Totdat ik niet meer zo vrolijk was. Want hoezo moet ik met een chef discussiëren over een luttele dertig euro onkosten? En hoezo mailt die ene hoofdredacteur mij keer op keer 'enorm blij' te zijn met mijn 'superartikelen', maar geeft ze geen cent erbij als ik erom vraag? Het antwoord is natuurlijk: omdat ik het accepteer. Te lang verschool ik me achter argumenten als 'maar de tarieven liggen nou eenmaal laag in deze branche' en 'ik vind dit werk zo leuk'. Want ik gloei na al die jaren nog steeds van trots als ik mijn artikel in een mooi tijdschrift zie staan. Maar wat me later duidelijk zal worden: bladen moeten trots zijn dat ze een artikel van *mij* in hun blad hebben staan. (Ja, ook ik moest hier even aan wennen...) →



I suck

Het is tijd mezelf, mijn werk en mijn ondernemerschap serieus te gaan nemen. En dus zit ik op een woensdagmiddag in Laren tegenover ondernemerscoach Kelly Weekers (je weet wel, van de succesvolle *#Happy life 365*-boeken) en haar compagnon Moniek van Rheenen. En ook al weet ik dat mijn ondernemerschap er niet al te best voorstaat, als de vrouwen me met mijn neus op de feiten drukken, schrik ik toch. Ik schaam me als ik geen pasklaar antwoord kan geven op de vraag wat nou precies mijn niche is. Ik worstel zelfs met basale vragen als wat ik wil bereiken met mijn bedrijf (eh, mooie artikelen schrijven?), hoe ik mezelf op een feestje presenteer (duidelijk veel te warrig) en wie mijn ideale klant is (ik noem serieus een glossy waar ik maanden te laat betaald krijg). Ik verbaas mezelf ermee: hoe kan het dat iemand die over het algemeen best geïnformeerd is na acht jaar ondernemen, niet eens haar eigen bedrijf goed kan omschrijven? Als ik vervolgens antwoord dat verschillende bladen verschillende tarieven voor mijn artikelen

hanteren, wordt nog een probleem pijnlijk zichtbaar: niet ik, maar mijn klant bepaalt op deze manier dus mijn uurtarief! Als de coaches vervolgens een rekensommetje maken en mij mijn bruto uurloon presenteren, weet ik niet of ik moet lachen of huilen. Ik weet wel dat de journalistiek geen vetpot is, maar houd ik per uur zó weinig over? Wat gaat hier in vredesnaam mis? Nou, dat



kunnen Kelly en Moniek mij haarfijn uitleggen: "Het gebeurt vaak dat mensen die heel goed in hun vak zijn, zelfstandig ondernemer worden en meters blijven maken in hun vakgebied, maar vergeten het ondernemersvak te leren. Jij werkt nu niet *dán* je onderneming, maar bent in je onderneming non-stop aan het rennen en ziet wel hoe het loopt. Maar op een gegeven moment ga je nat." Vrij vertaald: ik ben lekker bezig als journalist, maar ik suck als ondernemer...

Tijd = geld

Het is tijd voor een aanvalsplan. En dat begint met het neerzetten van het fundament van mijn bedrijf. Daarvoor moet ik eerst helder hebben wat ik überhaupt wil als ondernemer. Meer winst? Meer vrijheid? Meer ideale klanten? Meer winst lijkt me een mooi begin. Ik noem een bedrag, waarop Kelly meteen doorvraagt: is dat wat ik wil verdienen of wat ik denk dat haalbaar is in mijn branche? Het laatste, ik moet groter denken dus! Ik weet dat de dames veel ondernemers

uur verdiend – en ik kreeg nog complimenten voor dat artikel ook! Ik kan mijn uurtarief dan ook zélf nog enigszins verhogen door sneller te werken en dat betekent in mijn geval: met meer focus en minder perfectionisme (zoals Kelly zegt: "Tachtig is ook prachtig!"). Hoe dan ook, ondernemer Mariska weet wat haar te doen staat: *consider yourself dumped* zeggen tegen opdrachtgevers die te veel willen voor te weinig geld. Al is het best moeilijk om afscheid te nemen van klanten die zorgen voor een vaste inkomstenstroom. Ik bedoel: ik wil wel weglopen, maar waarnaartoe dan? Ik kan het de coaches bijna horen roepen: 'Naar je ideale klant natuurlijk!' Maar hoe vind ik die ideale klant? Of: hoe vindt die mij?

ONTHOUD DAT JE EEN EXPERT BENT EN DAT DAAR EEN PRIJSKAARTJE AAN HANGT

naar een ton per jaar hebben gecoacht, maar dat lijkt mij nog te optimistisch. Het zou kunnen als ik alleen nog maar commerciële klussen aanneem – die vormen nu al 25% van mijn inkomsten – maar ik ben een journalist in hart en nieren. Ik besluit 10.000 euro bovenop het eerdere bedrag te gooien. En dan rolt er een nieuw uurtarief uit. Vanaf nu moet ik dus bij elke opdracht een inschatting maken van de tijd die ik eraan kwijt zal zijn, daar mijn uurtarief op loslaten en dat bedrag eisen. Waarom deed ik dit in hemelsnaam niet eerder? Zo moet ik denken aan die ene klus waarbij ik verblind door passie voor het vak *dágen* kwijt was aan interviewkandidaten zoeken voordat ik überhaupt kon beginnen met schrijven. Aan de andere kant heb ik ook weleens in vier uurtjes met een soort hyperfocus een artikel geschreven en zo meer dan honderd euro per

Omdat ik het waard ben

Newsflash: ik word pas gevonden als ik mezelf unieker neerzet. Kelly: "Als ik jouw trackrecord nu hoor – want online zie ik dat niet – is het zonde dat je jezelf zo basic neerzet. Nu sta je bekend als journalist voor vrouwenbladen, maar daar zijn er honderden van. Dan denken opdrachtgevers inderdaad: als zij het niet doet, doet een ander het wel. Je hebt pas een goede onderhandelingspositie als je duidelijk maakt waarom ze *jóu* moeten hebben." Moniek voegt daaraan toe: "Je hebt ontzettend veel meters gemaakt en bent een echte vakvrouw. Je zet jezelf veel lager in de markt dan je waard bent – niet alleen financieel, maar ook wat je prestaties betreft. Je CV mag gezien worden! Het is toch van de zotte dat je opdrachtgevers superenthousiast zijn en je dus eigenlijk hun ideale freelancer bent, maar hetzelfde →

verdient als anderen! Zorg er dus voor dat je propositie helder wordt: waarmee help ik mijn opdrachtgevers, wie help ik wel én wie help ik niet. Want jouw artikelen zijn niet meer voor iedereen.”

Het raakt me dat deze vrouwen zo'n vertrouwen in mij en mijn werk uitspreken. Ook omdat een stemmetje in mijn hoofd zegt: maar bèn ik ook niet gewoon een van de vele journalisten? Is wat ik doe niet gewoon je werk goed doen? Kelly: "Mindset en vertrouwen in je eigen kunnen zijn heel belangrijk om

het afgelopen jaar passeren de revue en opeens heb ik beet! Alles wat ik schrijf, heeft als doel vrouwen te empoweren – of ik nou schrijf over bokstherapie, Women's Marches, soloreizen of beleggen. Ik begrijp nu ook haarfijn waarom dat ene artikel me laatst zo tegenstond: het deed helemaal niks om vrouwen te empoweren. Die nacht nog noteer ik: 'Ik empower vrouwen met eerlijke artikelen voor high-end magazines over carrière, psyche en inspirerende vrouwen.' Ik twijfel of deze *elevator pitch* niet te hoogdravend is voor de luchtige pen die ik vaak hanteer, maar toch: ik voel me nu al gesterkt! In de toekomst zal ik niet meer halfslachtig vertellen wat ik doe, maar een krachtige

IK WEET NU: DIT ARTIKEL MÓÉT IK IN TWEE DAGEN AFRONDEN OM DAT LEKKERE UURTARIEF TE BEHOUDEN

dat succes te gaan claimen. Wij kunnen nog zo draaien aan de knoppen van je strategie, maar als jij niet gelooft dat je waard bent wat je vraagt, doet je klant dat ook niet. Weet dat je een expert bent en dat daar een prijskaartje aan hangt. Er zullen zeker klanten zijn die niet akkoord gaan met jouw tariefverhoging, maar als je in jezelf gelooft ga je geen paniekvoetbal spelen, maar vertrouw je erop dat een andere klant wél op jouw voorwaarden ingaat." Maar dan moet ik dus wel eerst mijn niche en marketingboodschap veel duidelijker neerzetten.

Krachtige boodschap

Die nacht lig ik te malen in bed. Wat is nou eigenlijk mijn niche? Waarom moeten chefs voor mij kiezen? Wat maakt een artikel een echte Mariska Vermeulen? Alle artikelen van

indruk achterlaten bij opdrachtgevers én een bijbehorend prijskaartje presenteren. Jemig, als Kelly en Moniek me deze (bijna letterlijke) wake-upcall al na één intakegesprek hebben gegeven, wat kan een jaar training van hen dan wel niet voor me doen?

De weken erop werk ik met meer focus. Waar ik eerst nogal eens 'de creatieve freelancer' uthing (lees: tussendoor Netflixen en veel te lange koffiedates), weet ik nu: dit artikel móét ik gewoon in twee dagen afronden om dat lekkere uurtarief te behouden. De eerste stappen naar het denken en handelen als een ondernemer zijn dus gezet. En laten we wel wezen: *I learned from the best*. Want Kelly en Moniek hebben mij ook duidelijk gemaakt dat ik hun ideale klant ben. En ik denk zomaar dat ze mij voor een jaar coaching in de pocket hebben. 

Ook coaching?

Benieuwd of Kelly's coaching Succesvol Ondernemen ook bij jou past? Check kellyweekers.com/gratis-training, waarop je direct tips van Kelly krijgt en meer hoort over haar werkwijze. Liever lezen? Op 4 april 2020 komt Kelly's boek *Booming Business* uit.



