



**E-book**

# **Een 100k+ webbureau**

**Auteur** : Andy Egwumba  
**Datum** : 01-01-2022  
**Versie** : 1.0



## Contents

<b>1</b>	<b>Introductie</b>	<b>3</b>
1.1	Voor wie dit is geschreven	3
1.2	Wat ik hier in ga bespreken	3
1.3	Waar je over gaat leren	3
<b>2</b>	<b>Stap 1: Het beginnen van jouw webbureau</b>	<b>4</b>
2.1	Inschrijven bij de KVK	4
2.2	Belasting	4
2.3	Boekhouding	5
2.3	Juridisch zeker zijn	6
2.4	Bepaal je markt	8
2.5	Lean Business Model Canvas	9
2.6	Salesplan	10
2.7	Continuïteit in je business	11
2.8	Vorbereiding is alles	13
<b>3</b>	<b>Stap 2: Het runnen van jouw webbureau</b>	<b>14</b>
3.1	De klant staat centraal	14
3.2	Onboarding klant	15
3.3	Projectmanagement	16
3.4	Zelf doen of uitbesteden	17
3.5	De prijs van een website	19
3.6	Groeien met de juiste partners	22
3.7	Leveranciers	23
3.8	Platformen	25
<b>4</b>	<b>Afronding</b>	<b>26</b>



# 1 Introductie

## 1.1 Voor wie dit is geschreven

Dit e-book is voor personen die een succesvol webbureau willen beginnen en runnen met een omzet tussen de €100.000 en €300.000.

Het e-book is geschreven door Andy Egwumba. Eigenaar van De WP Boer met op het moment van schrijven 8+ jaar ervaring in het runnen van een Agency business.

## 1.2 Wat ik hier in ga bespreken

Het runnen van een webbureau dat websites bouwt in de range van €5.000 tot €30.000.

De valkuilen die hierbij komen kijken, de lessen die wij geleerd hebben, en de ervaring die wij hebben opgebouwd om van zzp'er naar een webbureau met 9+ man te gaan.

## 1.3 Waar je over gaat leren

Een succesvol webbureau heeft het volgende:

- Een aanloop van nieuwe klanten
- Maandelijks terugkerend inkomen vanuit huidige klanten
- Succesvol projectmanagement van websites en webshops
- Verwachtingen van klanten begrijpen en managen
- De juiste tools om processen te optimaliseren
- Een partnernetwerk
- Strakke bedrijfsprocessen
- Goede boekhouding en verstand van de financiën

Dit e-book geeft jou de handvatten om het goed te doen en bespaart jouw jaren aan struikelen en het wiel opnieuw uitvinden.



## 2 Stap 1: Het beginnen van jouw webbureau

### 2.1 Inschrijven bij de KVK

Het inschrijven van jouw webbureau doe jij bij de Kamer van Koophandel. Als eerste maak jij [hier](#) een afspraak en kies je voor “Nieuw bedrijf inschrijven”.

#### Wat wil je inschrijven?

**Nieuw bedrijf inschrijven**

een nieuwe eenmanszaak, vof, maatschap, bv, nv  
of andere rechtsvorm inschrijven

>

Daarna kies je de juiste rechtsvorm. Voor eenpitters of kleine bedrijven zal dit snel een “Eenmanszaak” zijn.

Maak je niet druk om eventuele vragen tijdens je afspraak. Na het maken van de afspraak ontvang je een bevestigingsmail waar precies in staat wat je moet meenemen. De werknemers van de KvK zullen je tijdens de inschrijving bij alle vragen helpen en begeleiden.

### 2.2 Belasting

Als bedrijf heb je belasting af te dragen over jouw omzet. De omzetbelasting 21% en wordt gelinkt aan jouw btw-identificatienummer. Dit btw-identificatienummer ontvang je per post nadat je bent ingeschreven bij de KvK.

Belastingen, zoals ieder kwartaal de omzetbelasting, geef je aan via het portaal [Mijn Belastingdienst Zakelijk](#).

In het geval jij een eenmanszaak hebt, houd er dan rekening mee dat de winsten uit jouw eenmanszaak als inkomen worden gezien. Over deze winst draag je 1x per jaar 37,07% of 49,50% op basis van je inkomen aan



de belastingdienst af. De omzetbelasting is dus niet de enige belasting!

Tarieven box 1:

AOW-leeftijd in 2022 nog niet bereikt

Schijf	Belastbaar inkomen	Percentage
1	tot € 69.399	37,07%
2	vanaf € 69.399	49,50%

## 2.3 Boekhouding

Voor een startend bedrijf, helemaal als webbureau, is de boekhouding in het begin zeer goed zelf te doen. Voor kleine bedrijven heb je boekhoud oplossingen zoals [MoneyBird](#) of [e-boekhouden](#). Deze boekhoud oplossingen automatiseren je boekhouding.

Het is mijn advies om in het begin alleen een boekhouder te gebruiken voor advies/consultancy en een accountant voor je jaarrekening. Bij het opstarten van je bedrijf is mijn advies om maximaal 2 consultancy gesprekken te hebben, zodat je boekhouding vanaf het begin goed staat en jij het zelf begrijpt. Wat ik je alvast meegeef, is dat aan facturen eisen zitten en die lees je [hier](#).

Als ondernemer is het belangrijk om je eigen cijfers exact te kennen en te begrijpen. Dit zorgt ervoor dat je altijd weet hoe het bedrijf ervoor staat en geeft je een fundering voor je volgende keuze.

Jouw bedrijfsfinanciën vertellen jou alles over je onderneming. Waar je geld naartoe gaat. Waar je geld vooral niet vandaan komt. Waar kansen liggen om meer geld te maken.

Deze inzichten creëren rust en controle in je onderneming. Rust en controle zorgen er weer voor dat jij heldere keuzes kan blijven maken.

### **Wanneer laat je de boekhouding aan een boekhouder/accountant over?**

Wanneer het teveel voor jou wordt. Dit zal na 2-3 jaar, naarmate je meer klanten en personeel hebt, waarschijnlijk een rol beginnen te spelen.

Het is van belang dat je eerst zelf leert om cijfers te kunnen lezen en begrijpen.



## 2.3 Juridisch zeker zijn

Als ondernemer is het belangrijk om de randzaken vanaf het begin goed geregeld te hebben. Het gaat dan om contracten en verzekeringen. Je hebt minimaal nodig:

- Algemene voorwaarden
- Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering
- Rechtsbijstandverzekering

### **Algemene voorwaarden**

Dit document is de basis van jouw relatie met jouw klant. In dit document staat exact beschreven wat jij verwacht van de klant en wat de klant van jou mag verwachten op het gebied van afspraken en dienstverlening. [Hier](#) kan je de algemene voorwaarden van De WP Boer vinden als voorbeeld. Je hebt partijen als [MKB recht](#) die op maat gemaakte juridische documenten maken. Mijn advies is om niet te kiezen voor een standaard contract van 30 euro.

Eenmalig €100 - €300 euro investeren voor juridische zekerheid is misschien wel de beste investering die je in het begin maakt. Het heeft mij bij één van mijn eerste klanten €10.000 aan schade gekost, omdat ik de algemene voorwaarden niet had aangereikt en daardoor geen juridische poot had om op te staan.

De algemene voorwaarden stuur je naar de klant voordat de eerste keer werkzaamheden beginnen. Mijn advies is om dit bij de offerte mee te sturen. In [MoneyBird](#) kan je dit automatisch instellen.

**Tip:** zet een link naar jouw algemene voorwaarden in de disclaimer van je mail. Deze url wijst naar een pdf van de algemene voorwaarden. Het bestand moet te downloaden zijn, anders is het juridisch niet houdbaar.

Op deze manier verstuur jij je AV met iedere mail mee. Je kan de pdf-versie van de algemene voorwaarden op je website uploaden en die url gebruiken, zodat je zeker weet dat het document altijd beschikbaar is.



### **Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering**

Deze verzekering dekt jouw aansprakelijkheid tijdens je werkzaamheden. De investering is tussen de 100 en 300 euro per jaar. Dit is niet verplicht, echter als jij bij de klant een kop koffie over zijn of haar MacBook Pro morst, dan ben jij gedekt.

### **Rechtsbijstandverzekering**

Deze verzekering spreekt voor zich en zorgt ervoor dat jij zonder extra kosten gebruik kan maken van juridische bijstand. De investering is tussen de 100 en 300 euro per jaar. Met zaken doen is er altijd een kans dat er een conflict ontstaat met je leveranciers, partners of klanten.

Bekende verzekeraars zijn: [Centraalbeheer Achmea](#), [NN](#), [Allianz](#), [Rabobank](#).

### **Opdrachtovereenkomst (aanrader)**

Een opdrachtovereenkomst sluit je tussen jou en de opdrachtgever. Deze overeenkomst gebruik jij om jezelf de werksituatie te garanderen zoals jij deze wenst.

Wens jij dat een klant binnen 7 dagen test? Zet dat er in.

Wens jij betalingen binnen 14 dagen? Zet dat er in.

Draag je het project (intellectueel eigendom) pas over na volledige betaling? Zet dat er in.

Wil je maar 3 maanden garant staan voor het opgeleverde werk? Zet dat er in.

Enzovoort...

Zelf heb ik ervaren hoe het is als je geen opdrachtovereenkomst hebt en werkt op basis van vertrouwen. Klanten kunnen 5-6 jaar later nog aanspraak proberen te maken op werk wat je eerder geleverd hebt. De verkeerde klant zal het onderste uit een lege kan proberen te halen, en die lege kan ben jij.

Met een opdrachtovereenkomst zorg jij ervoor dat er duidelijke grenzen zijn en er alleen gebeurt waar jij toestemming voor geeft.

Vooral in het begin zit je vaak vol energie en wil je het liefst z.s.m. werken en geld verdienen. Dit gun ik je van harte, zorg er alleen voor dat het je op

de lange termijn niet meer kost dan dat het jou nu oplevert. Daar zorgt o.a. de opdrachtovereenkomst voor.

## 2.4 Bepaal je markt

Het is eenvoudig om te zeggen dat “iedereen” een website nodig heeft. Zolang jij nog geen vast merknaam bent is het mijn advies om te beginnen met een monopolie in een hele kleine markt.

Wordt de beste website bouwer voor bijvoorbeeld startende online kledingmerken die gefocust zijn op streetwear. Maak een afspraak met 10 bestaande e-commerce bedrijven die hun eigen kledingmerk verkopen en vind uit wat hun problemen zijn.

Je kan vragen stellen als:

- Welke problemen ervaar je met je huidige webbouwer?
- Hoe zou het runnen van een webshop er in de ideale wereld er voor jou uit zien?
- In welke behoeftes wil jij graag voorzien worden door je webbouwer?
- Wat zijn de problemen waar jij nu tegen aanloopt
- Welke leermomenten zou jij een jongere versie van jouzelf nu meegeven als het gaat om het beginnen van een webshop?
- Zijn er punten waar je meer begeleiding of input vanuit je webbouwer zou willen?
- Wat zou het voor jou en je bedrijf doen als dit allemaal opgelost wordt?
- Hoe ziet in jouw ideale wereld de relatie tussen jou en je webbouwer er uit?

Vraag wat ze er als investering voor over zouden hebben als oplossing X alle problemen of een aantal oplost.

Zolang jij luistert, zal de markt exact vertellen wat je aan hen kan verkopen en voor welke prijs.

Zij hebben een probleem en nu jij dat probleem begrijpt, kan je de oplossing aan hen aanbieden. De oplossing is voor jouw markt van waarde, waardoor jij er geld voor ontvangt.





Misschien kom je er achter dat het probleem niet groot genoeg is om er echt een verdienmodel van te maken. Dan ga je verder en kijk je naar andere problemen in die markt of kies je zelfs een geheel nieuwe markt.

En nee, je hebt niet de hele markt nodig om veel geld te verdienen. Wordt de beste in die kleine markt en het is aan jou om daarna slim te groeien.

## 2.5 Lean Business Model Canvas

Een Lean Business Model Canvas is een soort ondernemingsplan, maar zeer uitgekleed.

Een BMC helpt concreet te maken wat je doet, voor wie je het doet en welke oplossingen je biedt voor hun problemen.

Dit is een voorbeeld van toen wij met De WP Boer begonnen:

<p><b>PROBLEM</b> Dure opstartkosten Geen service bij de website/webshop Alleen website kunnen afnemen. Overige diensten als SEO moeten bij een andere partij worden afgenomen.</p> <p><b>EXISTING ALTERNATIVES</b> Wordpress + Woocommerce Shopify Magento Facebook Instagram Website/webshop leasen</p>	<p><b>SOLUTION</b> Support contracten Maandelijks bedragen Webontwikkeling, SEO, Digital Content abonnementen</p> <p><b>KEY METRICS</b> 20 maandelijks betalende klanten in november Mensen nemen contact op omdat ze over de goede service hebben gehoord Kunnen uitbreiden naar een volledige focus op Digital Content</p>	<p><b>UNIQUE VALUE PROPOSITION</b> Ervaring met het beginnen van verschillende bedrijven Grote pool van freelancers waar mee samengewerkt wordt Proactief meedenken in het groeien van jouw onderneming Directe lijnen met de ontwikkelaars Geen opstartkosten, je cashflow investeren in de groei van je onderneming</p> <p><b>HIGH-LEVEL CONCEPT</b> One stop shop voor online ondernemingen</p>	<p><b>UNFAIR ADVANTAGE</b> Bestaande klanten Ervaring met geleverde service bij webapplicaties van 10k+ Ervaring opgedaan bij meerdere IT bedrijven Netwerk met freelancers die aanbieden wat ik nodig heb</p> <p><b>CHANNELS</b> Facebook organic + ads Instagram organic + ads Snapchat organic + ads LinkedIn organic + ads Website AdWords Mond op mond reclame Ecommerce beurzen</p>	<p><b>CUSTOMER SEGMENTS</b> MKB E-commerce eigenaren</p> <p><b>EARLY ADOPTERS</b> Ambitieuze 20-40 jaar Startende ondernemer</p>
<p><b>COST STRUCTURE</b> Huur kantoorruimte (€484 pm) Abonnement voor rankingCoach (€25 pm) Abonnement voor Vyond (€600 per jaar) Abonnement voor Canva (€10 pm) Abonnement bunnq (€13 pm) Abonnement MoneyBird (€36 pm) Loon (€1000 pm) Marketing €500 pm</p>		<p><b>REVENUE STREAMS</b> 30 dagen proberen, daarna website 39,99 / 59,99 / 89,99 p/m 30 dagen proberen, daarna exact koppeling 49,99 p/m 60 dagen proberen, daarna webshop 99,99 / 199,99 / 299,99 pm 30 dagen proberen, daarna Digital Content Service 199,99 pm 30 dagen proberen, daarna SEO service 149,99 pm Direct website kopen 499, 699, 899 Direct Webshop kopen 699, 999, 1499 Maatwerk dienst a €55,- per uur Support uren a €65,- per uur</p>		

### Waarom een BMC belangrijk is

Om te bepalen welke keus jij vandaag gaat maken, is het belangrijk om te weten waarom je die keus maakt. Een BMC helpt je bij het in kaart brengen van je onderneming en de doelen die jij wilt behalen.

Een BMC daagt jou uit om na te denken over hoe je onderneming er uit gaat zien. Het voordeel hiervan is dat jij concreter aan de wereld kan communiceren wat je doet, voor wie je het doet en waarom je het doet.

Dit zorgt ervoor dat klanten jou beter kunnen vinden, omdat jij een duidelijke propositie in de markt hebt.

Voor het maken en bijhouden van een of meerdere Lean Business Model Canvas gebruiken wij [Leanstack](#). Leanstack is gratis en ze begeleiden je in het maken van een BMC!

## 2.6 Salesplan

Jouw business staat of valt met een salesplan. Zet jezelf een doel dat aan het eind van het jaar behaald is. Reken de cijfers daarna met terugwerkende kracht uit.

Stel jij wilt €175.000 euro omzet maken als eenpitter. Dat klinkt misschien ver weg, alleen als je het uitwerkt dan zie je dat het heel dicht bij is.

Zie het volgende voorbeeld:

<b>Doel</b>	<b>Gem. omzet per klant / per jaar</b>	<b>Benodigd aantal klanten per jaar</b>	<b>Target aantal klanten per maand</b>	<b>Target aantal klanten per week</b>	<b>Benodigd aantal warme leads per maand (70% succes)</b>	<b>Benodigd aantal warme leads per week (70% succes)</b>
€ 175.000	€ 20.000	8,75	0,72	0,16	1,04	0,24

Voor een omzet van €175.000 heb je 8,75 klanten per jaar nodig. Iedere klant levert gemiddeld €20.000 per jaar aan omzet op.

Op basis van 70% succes per warme lead heb je 1,04 warme leads per maand nodig om je doel van 8,75 klanten en €175.000 omzet per jaar te behalen.

Ziet er opeens heel uitvoerbaar uit.



Een aantal voorbeelden van hoe je gemiddeld €20.000 per nieuwe klant kan omzetten:

### **Webshop (€24.000)**

Project - €15.000

Latere toevoegingen - €6.600

Hosting - €1.200 per jaar

Onderhoud/support (SLA) - €1200 per jaar

### **Website (€16.000)**

Project - €8000

Latere toevoegingen - €2000

Hosting - €600 per jaar

Onderhoud/support (SLA) - €1200 per jaar

SEO abonnement - €4200 per jaar

### **Wat er minimaal in je sales plan komt**

- Beschrijf jouw product/dienst.
- Beschrijf jouw markt en doelgroep.
- Beschrijf jouw visie en missie.
- Formuleer jouw doelen.
- Beschrijf de activiteiten die nodig zijn om jouw doelen te bereiken.
- Beschrijf de middelen die nodig zijn om jouw doelen te bereiken.
- Organiseer de te ondernemen activiteiten.

## **2.7 Continuïteit in je business**

Het bouwen van alleen websites/webshops levert geen bestaanszekerheid op. Het doel is dat je een continuïteit in je omzet creëert. Dat je een bepaalde mate van zekerheid bereikt om bijvoorbeeld €10.000 euro per maand aan inkomsten te hebben.

Continuïteit kan je als webbureau in het begin o.a. op de volgende manieren opbouwen:

- Hosting per website/webshop

- Supportcontracten (Website ondersteuning voor je klant)
- Onderhoudscontracten (denk aan plugins/thema's/code updaten)

### **Hosting, support en onderhoud zijn maandelijks terugkerende werkzaamheden.**

Je klanten betalen dit per maand/kwartaal/halfjaar/jaar. Mijn advies is om dit per jaar te doen, zo ontvang jij in 1x een grotere kapitaalinjectie om mee door te investeren.

Iedereen die bij jouw klant wordt, sluit je minimaal aan op één contract. Het is gewoonweg **NIET** rendabel om alleen een website voor iemand te maken en geen terugkerende betalingen te ontvangen.

Klantcommunicatie is misschien wel de grootste, en vooral niet gebudgetteerde, kostenpost van een webbureau. Indien je een project wilt doen en die klant wilt geen hosting/support/onderhoud afnemen, maak dan heel duidelijk aan de klant dat jij geen nazorg levert. Nogmaals is mijn advies om een soortgelijk project niet aan te nemen.

### **Continuïteit d.m.v. opdrachten.**

Naast hosting, support en onderhoudscontracten creëer je ook op andere manieren continuïteit. De voornaamste manier is door terugkerend werk te creëren vanuit klanten.

Mijn advies is om een systeem (proces) op te zetten, waardoor je klanten minimaal 1x per maand spreekt. Maak het duidelijk dat deze contactmomenten om de voortgang van de website gaan en voor jullie om de problemen van de klant te begrijpen.

Zelfs als een klant hier niets in ziet, raad ik het je aan om dit in het begin toch te doen. Vaak is een klant zeer onbewust van alle kansen die hij/zij laat liggen. Het is aan jou om deze kansen te spotten!

Door het bespreken van problemen creëer je ruimte om in oplossingen te denken. Oplossingen zijn van waarde voor je klant, en je klant heeft geld over voor toegevoegde waarde.

Jij vergroot de kans op zekerheid van inkomsten en continuïteit d.m.v. terugkerend werk.



## 2.8 Voorbereiding is alles

Je hebt nu het opzetten en beginnen van een webbureau afgerond.

Als je de stappen hebt uitgevoerd dan heb je nu het volgende bereikt:

- Jouw webbureau ingeschreven bij de KvK
- Je hebt een btw-identificatienummer
- Je bent bewust over de verschillende belastingen en dat +- 60% van iedere verdiende euro naar de belastingdienst gaat
- Je hebt je boekhouding ingericht en geautomatiseerd
- Juridisch heb je de basis op orde en hoef je daar geen zorgen om te maken
- Je hebt je markt en niche gekozen
- Je hebt je sales doel bepaald
- Je bent bewust over continuïteit en hoe je dit kan creëren

Deze basis geeft jou en de klant een fundament om bewust te begrijpen waarom jij de investering vraagt voor de waarde die jij hen levert.

Klantcommunicatie is duur en kost naast geld soms ook verloren energie.

Klantcommunicatie kan je verminderen door betere

verwachtingsmanagement te leveren. Betere verwachtingsmanagement lever je door iedereen voor te bereiden.

Vorbereiding is **key** om een succesvol webbureau te worden en te blijven.



## 3 Stap 2: Het runnen van jouw webbureau

### 3.1 De klant staat centraal

Bedenk de structuur van je webbureau vanuit de behoeftes van de klant. Hiermee doel ik op kanalen van communicatie, verwachtingen omtrent support, de waarde die je levert.

Om de klant centraal te zetten kan je de volgende onderwerpen gebruiken voor een goede start:

#### **Communicatie**

Jouw klant heeft een favoriet communicatiekanaal. Dit geldt niet alleen voor klanten die al klant zijn. De klanten die nog geen klant zijn hebben ook een favoriet communicatiekanaal. De klant heeft ook verwachtingen en behoeftes betreft communicatie.

Voor bestaande klanten vind je het volgende uit:

- Wanneer/waarom/waarvoor wilt de klant ons bereiken?
- Op welke manieren wilt de klant ons bereiken? (bellen, mail, ticketsysteem etc..)
- Via welk communicatiekanaal wilt de klant ons bereiken?  
Bijvoorbeeld bij een website crash wil de klant bellen. Voor een fout die niet kritisch is wilt de klant het via de mail kunnen melden. Een vraag die duidelijkheid nodig heeft, wilt de klant via whatsapp kunnen stellen. Denk outside the box.

Een klant die nog geen klant is moet jou nog leren kennen. Zij hebben ook een favoriet communicatiekanaal.

Beantwoord het volgende voor jezelf:

- Waar bevindt mijn ideale klant zich? (social media, beurzen, netwerkgroepen)
- Waarom bevindt mijn ideale klant zich daar?



- Wat is het communicatiekanaal van mijn ideale klant? (Je ideale klant zit bijvoorbeeld op instagram, alleen belt liever. Maak dat eenvoudig!)
- Wat is de spreekvorm van mijn ideale klant?

Nu heb je in kaart wat de favoriete communicatiekanalen, tijden en verwachtingen van je ideale klant zijn.

Het is aan jou om om de sweet spot te vinden tussen het aantal communicatiekanalen en winstgevendheid. Als jij de vragen beantwoord hebt, dan heb je hier genoeg data voor.

### 3.2 Onboarding klant

Het onboarden van een klant betekent simpelweg dat je een klant in je bedrijf opneemt. Onboarding begint al vanaf het eerste moment dat een klant met jou in contact komt. Daarom is het belangrijk om de behoeftes van je markt te kennen.

Als jouw markt sterk de behoefte heeft om snel te schakelen, maar jij bent iedere keer 1-2 weken te laat, dan kan je nog zo'n sterk product hebben, maar zal je iedere keer bergen moeten verzetten om het aan de man te krijgen.

Bij stap 2.4 *Kies je markt* heb ik aangegeven dat je met je markt hebt te praten. Indien je dat hebt gedaan dan heb je al een aardig beeld van wat de behoeftes van je markt zijn. Niemand heeft in 1x alle behoeftes in kaart. De overige behoeftes leer je met de tijd.

Een aantal tips voor onboarding:

- Behandel een mogelijke klant hetzelfde als hoe je jouw beste klant behandelt.
- Stel de gewenste communicatiekanalen beschikbaar.
- Geef direct duidelijk aan wat de klant kan verwachten tijdens de onboarding.
- Kom je afspraken na.

### 3.3 Projectmanagement

Bij een project komt ook onboarding kijken, echter de principes blijven hetzelfde als beschreven in 3.2 *Onboarding klant*.

#### Een project voorbereiden

Voordat je aan een project begint zorg je ervoor dat het volgende duidelijk is:

- De stakeholders van het project & hun behoeftes
- De doelgroep van het project & hun behoeftes
- De doelstelling(en) van het project
- Het beschikbare budget

Deze gegevens zijn van belang wanneer je het project gaat uitwerken. Met deze informatie voorhanden kan jij betere en meer strategische keuzes maken.

Nu je het bovenstaande duidelijk hebt stap je over naar de uitwerking van de scope. In andere woorden het blauwdruk van een project:

- De pagina's
- De functionaliteiten
- De requirements (browsers, apparaten etc)
- Technische benodigheden (WooCommerce, Mollie etc)

Een voorbeeld kan je [hier](#) bekijken en downloaden.

Dit document wordt in vakjargon ook "Functioneel ontwerp" of "Scope document" genoemd.

Wanneer het bovenstaande is afgerond, stuur je dit naar de klant. Geef de klant ruimte om 1 of 2x feedback aan te geven en pas het document daar op aan.

Op het moment dat de klant akkoord geeft, begint het project. Het fijne is dat jij en de klant nu dezelfde verwachtingen hebben. Zelfs als de klant het toch opeens anders ziet, kan je op dit document terugvallen.





**Tip:** Stuur altijd een PDF versie naar de klant wanneer je om akkoord vraagt. Zo heb je akkoord op een document dat niet aangepast kan worden.

### **Het managen van een project**

Het managen van een project is in mijn ogen het meest cruciale van het hele proces. Tijdens een project heb je deadlines, stakeholders, verwachtingen en waarschijnlijk meer tegenslagen dan gewenst.

De volgende tips zorgen ervoor dat een project soepel blijft lopen, ongeacht de situatie:

- Gebruik een projectmanagementsysteem als [ClickUp](#) of [Trello](#)
- Stuur de klant van tevoren een opdrachtovereenkomst of een “Rules of engagement”. Hierin beschrijf je waar de klant zich aan heeft te houden tijdens het project.
- Werk met een [Gantt Chart](#) om voor jezelf en de klant het gehele traject vanaf het begin inzichtelijk te hebben.
- Wees transparant en informeer tijdig je klant wanneer iets niet volgens planning gaat.
- Indien je met partners werkt, zorg er voor dat zij hun planning op orde hebben en indien mogelijk voeg ze toe aan je projectmanagement systeem.

### **3.4 Zelf doen of uitbesteden**

Om een webbureau te zijn hoef je niet zelf websites in elkaar te kunnen zetten. Misschien is jouw grootste kwaliteit design of marketing. Wij hebben bij De WP Boer de volgende gedachte: “Wij kijken niet naar wat wij kunnen, maar wat de wereld voor ons kan doen”.

#### **Alles zelf doen**

De meeste eigenaren doen in het begin alles zelf. Met een minimaal aantal klanten kan dit zeker en je krijgt er heel wat ervaring en kennis voor terug. Alles zelf doen heeft een aantal voordelen:

- Geen personeelskosten
- Digital nomad lifestyle



- Je bent zelf verantwoordelijk voor de resultaten
- Je kan je eigen creativiteit en oplossingen gebruiken
- Je bezit alle informatie over het project

Zelf ben ik geen voorstander om alles zelf te doen. De simpele reden hiervoor is dat jij niet in alles de beste bent en je die tijd beter had kunnen gebruiken.

## **Uitbesteden**

Uitbesteden is een vak op zichzelf. Je hebt er minder omkijken naar dan eigen personeel, maar alleen als je het goed hebt ingericht.

Wanneer je begint met uitbesteden is het handig om jezelf eerst de volgende vragen stellen:

- Waarom wil ik uitbesteden?
- Wat gebeurt er als ik het zelf blijf doen? (Bijv: Kan ik minder sales doen)
- Wat zijn mijn verwachtingen van het uitbesteden?
- Aan wie wil ik uitbesteden? (beginner, expert etc)

Op basis van die antwoorden kan je een conclusie trekken. Bijvoorbeeld: *Ik wil uitbesteden omdat ik geen plezier heb in het schrijven van teksten. Blijf ik dit zelf doen, dan houd ik mijzelf tegen, omdat ik meer geld verdien en plezier heb aan het designen van websites. Door het schrijven van teksten uit te besteden aan een expert wil ik klanten uit een hoger segment aan spreken, waardoor ik ook grotere design opdrachten krijg.*

## **Winstgevend uitbesteden**

Nu je duidelijk hebt waarom je wilt uitbesteden, moet het ook winstgevend zijn.

1. Maak voor jezelf een overzicht van diensten die jij wilt uitbesteden.
2. Bel/mail verschillende bedrijven en vraag om de prijzen en welke waarde zij daarvoor bieden
3. Bepaal voor jezelf welke bedrijven aansluiten op jouw doelen
4. Bepaal de winstmarge die je per dienst wilt

5. Monitor constant of de winstmarge wel gemaakt wordt
6. Als een dienstverlener niet levert naar verwachting, laat die gaan.

### 3.5 De prijs van een website

Één van de grootste uitdagingen die wij merken in de markt van creativiteit / websites, is het vragen van een goede prijs voor je diensten. Laten we dit direct oplossen.

#### Tijd vs oplossing

Veel webbureaus en creatieve ondernemers verkopen tijd. Het uurtarief zou dan moeten representeren wat hun kennis/ervaring/skills etc waard is.

Wanneer je begint, lijkt het geweldig om 50-60 euro per uur te verdienen. Helemaal als het hiervoor 10-15 euro per uur was. Echter, dit uurtarief en het verkopen van tijd zorgt ervoor dat wanneer jij wilt groeien in omzet, jij altijd extra kosten moet maken. Extra kosten van personeelsleden of zzp'ers, om via hun meer uren te verkopen.

50-60 euro per uur wordt nu een stuk minder winstgevend, omdat je extra kosten moet maken om meer omzet te genereren.

In plaats van tijd te verkopen, kan je ook oplossingen verkopen. Oplossingen zijn van toegevoegde waarde voor je klant en bieden daardoor meer ruimte om hogere bedragen te vragen.

Laten we een voorbeeldcasus nemen van een website tussen iemand die een offerte maakt voor tijd en iemand die een offerte maakt voor een oplossing.

#### De casus

Een zorgonderneming heeft een zeer korte doorlooptijd van hun personeel. Gemiddeld wordt een personeelslid na 12 maanden vervangen. Het recruten van een nieuw personeelslid kost ongeveer €5.000 en het bedrijf bestaat uit 20 man personeel op de vloer.

Op basis van bovenstaande informatie kost het de zorgonderneming €100.000 per jaar om nieuw personeel te recruten.

De zorgonderneming wilt de recruitment nu zelf doen en geeft aan op zoek te zijn naar een bureau dat een website kan maken met als enige bijzondere functionaliteit dat potentiële kandidaten kunnen solliciteren.

### **Bureau T (Verkoopt tijd à 65 euro per uur)**

1. Ontwerpen design voor de website (15 uur)
2. Design omzetten naar Wordpress (15 uur)
3. Instellen Vacature plugin + sollicitatiepagina (10 uur)
4. Live gang + communicatie + support (10 uur)

Totaal opbrengst: €3250

### **Bureau O (Verkoopt oplossingen)**

1. Discovery sessie + functioneel ontwerp (€2000)
2. Maatwerk ontwerp voor de website (€1500)
3. Ontwerp omzetten in Wordpress thema (€1500)
4. Recruitment funnel (€5000)
5. 3 Landingspagina's SEO geoptimaliseerd (€1500)
6. Bedrijfsvideo voor recruitment (€2500)
7. E-mailmarketing setup + 1 campagne (€1000)

Totaal opbrengst: €15000

Het verschil tussen de bureaus is dat die van tijd ook echt gefocust is op de tijd die benodigd is om een opdracht uit te voeren. Bij deze type offertes zie je vaak dat het bureau ook nog eens voor zo min mogelijk tijd een opdracht probeert te doen, zodat die beter geprijsd is dan concurrenten.

Alleen vraag jezelf af waar de zorgonderneming meer aan heeft. Een website met een sollicitatie functie of een website dat de zorgonderneming 50-60k per jaar bespaart. In de meeste gevallen zal het optie 2 zijn.

Wat Bureau O doet is een prijs vragen voor een oplossing en niet voor de benodigde tijd. Daarom dat ik bij 3.3 *projectmanagement* aangeef dat je een duidelijk beeld moet hebben van de problemen waar jouw klant een oplossing voor nodig heeft.

Bureau O biedt meer aan dan Bureau T. Omdat Bureau O oplossingen biedt zijn ze er achter gekomen dat er meer nodig is dan alleen een sollicitatie functionaliteit om echt een impact op de recruitmentkosten van de zorgonderneming te maken.

Als bureau T dezelfde extra diensten levert en hier 20 uur per dienst voor vraagt, dan zal het totaalbedrag alsnog uitkomen op €8450.

In andere woorden: Tijd (intentie) zal het nooit winnen van Oplossingen (resultaat).

### De prijs schalen

Nu jij een beeld hebt van tijd vs oplossingen vind je hieronder de verschillende prijs schalen die wij intern gebruiken. Deze schalen zien wij als richtlijnen om keuzes te maken, wanneer wij een prijs aanbieden.

Schaal	Dienst	Sales
0 - 5k	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Logo</li> <li>● huisstijl</li> <li>● Straight to the point diensten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Telefonisch akkoord</li> <li>● Geen offerte</li> <li>● Deal binnen 1 dag</li> </ul>
5k - 30k	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Standaard website / webshop</li> <li>● Maatwerk functionaliteiten</li> <li>● Discovery</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Telefonisch akkoord</li> <li>● Vragenlijst</li> <li>● 1 page offerte</li> <li>● Deal binnen 1 week</li> </ul>
30k - 200k	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Resultaat website</li> <li>● Complexe</li> </ul>	Pitch / RFP Uitgebreide offerte Deal binnen 1 maand



	<p>webshop</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Koppelingen met systemen</li><li>● Strategie</li><li>● Discovery</li></ul>	
--	---	--

### 3.6 Groeien met de juiste partners

Een succesvol webbureau blijf je o.a. dankzij de partners die je in de jaren opbouwt. Hier komt ook weer het voordeel van uitbesteden terug.

#### Het vinden van partners

Zoals je in paragraaf 3.4 hebt kunnen lezen, maak je eerst inzichtelijk waar je naar op zoek bent. Daarna is het internet je beste vriend.

Ga op LinkedIn of Google en ga op zoek naar bedrijven/personen die interessant voor jou zijn. Interessante partners zijn partners die dezelfde doelgroep bedienen. Stuur ze een bericht of bel ze. Geef in dit gesprek duidelijk aan waar je naar op zoek bent, waarom en wat jij hen te bieden hebt.

Je kan partners o.a. het volgende bieden: opdrachten van bekende merken, een kickback fee, leads, jouw diensten, commissie etc..

**Tip:** Netwerken en partners vinden gaat nog makkelijker wanneer je ze op korte termijn van waarde kan zijn. Heb je bijvoorbeeld een project waar je een marketing partner voor zoekt? Nu kan ik je garanderen dat 4 van de 5 marketing bedrijven graag met jou in gesprek willen.

#### Het onderhouden van partners

Een partner in je telefoon doet niet zoveel. Een partner die je maandelijks leads oplevert, is waarom je dit doet. Alleen vaak wordt er zomaar verwacht dat een relatie iets oplevert.



Partners heb je te onderhouden. Net als bij klanten wil je bij partners on top of their mind blijven. Bij de eerste beste opdracht waar zij een webbureau voor nodig hebben, moeten ze aan jou denken.

Partners houd je warm door ze simpelweg aandacht te geven.

- Stuur een relatiegeschenk
- Stuur leads naar ze door
- Maak de kickback fee vlug en tijdig over
- Trakteer ze op een etentje / gezellige avond
- Organiseer evenementen waar je ze uitnodigt
- Help je partners soms voor niks

Delen is vermenigvuldigen. Een partner waar je €1000 per jaar in investeert (los van eventuele kickbacks) kan jou zomaar 50k per jaar opleveren.

### **3.7 Leveranciers**

Om je op weg te helpen hebben wij hier lijst van leveranciers die wij gebruiken of gebruikt hebben voor onze diensten.

#### **Cloudways**

Dit is een managed wordpress hosting oplossing. Jij besteld als bureau een server vanaf \$10 per maand en zij doen het volledige beheer. Inclusief live chat waar zij ieder aanvraag kosteloos voor jou oppakken. Belangrijk aan cloudways is dat zij geen restricties hebben aan het aantal websites op een server. Daarnaast is Cloudways heel erg gefocust op het bouwen van goede relaties met Agencies.

#### **Kinsta**

Kinsta is ook een Managed Wordpress Hosting oplossing en draait volledig op het Google Cloud netwerk. De hosting is bij hun van topklasse, alleen ze zijn ook een stuk duurder en hebben meer restricties dan Cloudways. Kinsta is naar mijns inziens meer voor website-eigenaren die zelf de hosting willen doen, dan echt een goede partner voor een Agency.



## [ClickUp](#)

Dit is een projectmanagement systeem. Het zit tussen Trello en Jira in en als je het mij vraagt hebben zij de sweetspot gevonden. Ze hebben voor ieder type bureau voorbeeld templates voor workflows. Je kan bijna alle acties bij hun automatiseren en het werkt allemaal geweldig samen. Klanten vinden een systeem als dit geweldig en je kan er bijna je hele bureau in runnen. Je kan er zelf dashboards bouwen. Zo weten wij precies hoeveel er qua waarde in € als opdrachten in onze projectmanagement zitten. Van opdrachten op de backlog tot wat er uitgevoerd wordt. Heel waardevol.

## [Trello](#)

Trello is net als ClickUp een projectmanagementsysteem en het is gratis te gebruiken. Trello is perfect als je hele straight forward klanten hebt of dat jouw dienstverlening niet een complexe workflow nodig heeft. Trello is zeker een aanrader als je pas net begint met projectmanagement, omdat het precies doet wat het moet doen. Daar waar ClickUp en Jira al om iets meer ervaring vragen, heeft Trello dit niet.

## [Google Workspace](#)

Google Workspace is handig omdat het je alle zakelijke tools geeft om een onderneming qua communicatie te organiseren. Je ontvangt een e-mail inbox, kalender, cloud opslag (drive), Word/Excel, Google Meet en Google forms. Deze tools kan je binnen het hele bedrijf met elkaar delen, dus wanneer jij groeit, heb je alles geconcentreerd binnen 1 software pakket.

## [AgiCap](#)

Deze software helpt jou met het inzichtelijk maken van je cashflow en biedt jouw actiepunten om op te acteren. Indien jij nog niet de waarde inziet van je cijfers begrijpen, dan komt dat later zeker nog. AgiCap wordt op dat moment dan ook echt een toegevoegde waarde. Waar jij anders steeds in je boekhoudpakket en bankrekening moet kijken wat de huidige status is, biedt AgiCap jou altijd de realiteit. AgiCap geeft je alle nodige tools om bedrijfskritische scenario's inzichtelijk te maken of om scenario's voor investeerder voor te bereiden.





Wij werken samen met AgiCap en je kan via deze [link](#) een gratis demo bij hun krijgen, waar zij op basis van jouw behoeftes AgiCap zullen demonstreren.

### **BlogVault**

Blogvault is een SaaS oplossing voor onderhoud aan Wordpress websites. Zij bieden monitoring, malware scans, login beveiliging, Web Application Firewall en nog vele andere oplossingen. Het beheren van sites die je onder onderhoud hebt maken zij zeer eenvoudig. Alles staat netjes in een overzicht en het is heel straight to the point in wat je kan doen. Een aanrader voor als je met onderhoudscontracten werkt!

### **Moneybird**

Moneybird is een boekhoudpakket en het is mijn favoriet voor het MKB. Ze integreren met ongelooflijk veel andere software pakketten, begrijpen de behoeftes van het MKB tot in de puntjes en het ontzorgt jou oprecht van boekhoudkundige taken. 1 van de beste opties is het elektronisch kunnen indienen van je BTW aangifte. Echt een aanrader!

## **3.8 Platformen**

Last but not least zijn de platformen waar jij je op kan aanmelden. Indien je nog geen netwerk hebt is dit een handige en snelle plek om te beginnen.

Voor webbureaus zijn de volgende platformen interessant:

- [Hoofdkraan](#)
- [Freelancer](#)
- [Upwork](#) (Voor als je ervaring hebt opgebouwd)

Op deze platformen plaatsen potentiële klanten opdrachten omtrent webdevelopment/SEO/SEA/Design etc.



## 4 Afronding

Nu je aan het einde van dit e-book bent, heb je het volgende geleerd:

- Inschrijven bij de KVK
- Belastingtarieven die van toepassing zijn
- Het inrichten van je boekhouding en cijfers
- Wat je juridisch minimaal nodig hebt
- Het maken van doelstellingen
- Het inzichtelijk maken van doelstellingen
- Hoe je afweegt om iets zelf te doen of uit te besteden
- Het creëren van continuïteit in je onderneming
- Het vinden van partners en daar omzet uit halen
- Hoe je succesvol een project begeleid
- Begrip van een klant onboarden
- Hoe je €100.000 tot €300.000 per jaar omzet en wat daar voor nodig is.

Interesse in specialistische coaching om je webbureau naar het volgende niveau te tillen? Stuur een mail naar [de100kagency@dewpboer.nl](mailto:de100kagency@dewpboer.nl) en ik help je naar het volgende niveau!

Of kijk op [www.de100kagency.nl](http://www.de100kagency.nl)!

**Bedankt voor het lezen van dit e-book. Begin met het waarmaken van jouw droom webbureau!**