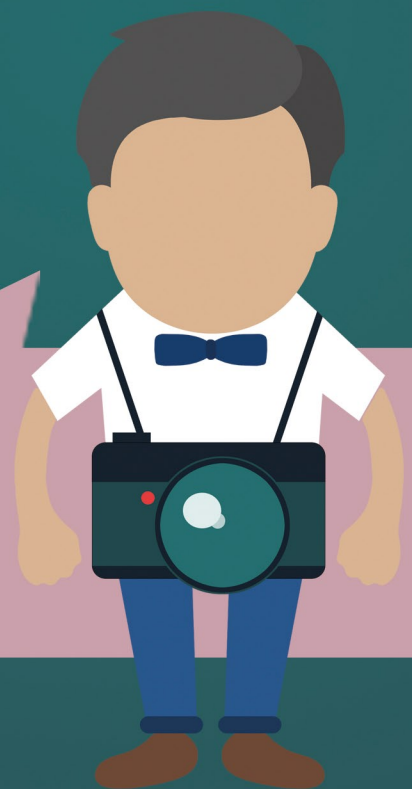


# DAAROM HAAL JIJ GEEN STRUCTUREEL INKOMEN UIT FOTOGRAFIE

VOORKOM DAT JE ONNODIG VEEL  
FOTOGRAFIE OPDRACHTEN MISLOOPT  
DOOR NIET DEZELFDE FOUT TE MAKEN  
ALS 80% VAN DE FOTOGRAFEN



## VIND JE HET OOK ZO LASTIG OM MEER INKOMEN UIT FOTOGRAFIE TE HALEN?

- 2009 ○ Heb je deze al gezien? Trots laat ik mijn inschrijving bij de KvK zien. Vers van de pers, de inkt druipt er nog vanaf. Ik stuit door de woonkamer van enthousiasme. Dit is de start van mijn fotografie bedrijf! Fotografie is voor mij een bron van onbeperkte energie, en nu heb ik er iedere dag onbeperkt toegang toe. Deze maand heb ik zelfs al een paar honderd euro verdiend!
- Als ik mijn baan in loondienst vergelijk met mijn nieuwe baan als fotograaf besef ik dat liever mijn geld verdien met fotograferen. Van fotografie kan ik enorm genieten. Het is één grote ontdekkingsstocht. Ik zou gek zijn als ik hier mijn werk niet van zou maken. Mijn besluit staat vast, binnenkort zeg ik mijn baan op en ga ik volledig voor fotografie.
- 2010 ○ Als één van mijn allereerste acties maak ik een website. Ook ben ik dagelijks actief op social media. Met een grote glimlach op mijn gezicht zie ik de bezoekersaantallen stijgen op mijn website. De verschillende advertenties doen hun werk! Ondanks dat veel van deze bezoekers afhaken, haal ik toch een aantal extra opdrachten binnen.
- 2011 ○ Mijn opgewekte gevoel maakt een jaar later plaats voor een verslagen gevoel. Ik heb dan net zoveel geld geïnvesteerd als de extra opdrachten hebben opgeleverd. Zo schiet ik er niets mee op. Alleen de eigenaar van het kanaal waar ik heb geadverteerd is er financieel beter van geworden.
- 2014 ○ Al 5 jaar lang probeer ik mijn fotografiebedrijf te runnen. Het lukt me nog steeds niet om mijn inkomen uit fotografie te vergroten. Het is een ware worsteling. Ik vraag me constant af of ik wel goed genoeg ben om fulltime fotograaf te zijn. Hier besluit ik aan te werken dus investeer ik in verschillende cursussen en workshops om mijn fotografievaardigheden verder te ontwikkelen. Dit werkt gedeeltelijk. Ik ga betere foto's maken, maar ondanks dat krijg ik niet méér klanten. Klanten zijn niet bereid om een hoger tarief te betalen ondanks dat ik kwalitatief betere foto's aflever. Ik ontdek dat kwaliteit geen rol speelt bij hun keuze. Een klant ziet het verschil niet tussen goed of beter.

“Dat is veel geld. Een andere fotograaf doet het voor een stuk minder. Als jij jouw prijs aanpast krijg je de opdracht.” Ik ben in gesprek met een potentiële klant en het gaat over de prijs. Niet bepaald mijn favoriete moment van de tot nu toe gezellige opdracht bespreking. Van binnen voel ik een tweestrijd. Welke optie moet ik kiezen? Mijn eerste gevoel zegt dat ik korting moet geven, anders loop ik deze opdracht mis. En wees eerlijk, dit is een fantastische opdracht ondanks dat er na het geven van korting geen enkele winst meer overblijft. Mogelijk levert deze opdracht nog meer werk op. Als ik geen korting geef dan weet ik dat ze voor iemand anders gaan. Dat is me de vorige keer ook overkomen. Gelijk hebben ze. Er zijn zoveel andere fotografen waar ze uit kunnen kiezen.

Ik zit op de bank en staar voor me uit. Het is steeds lastiger geworden om fotografie te combineren met mijn baan in loondienst. Alles wat ik de afgelopen vijf jaar heb geprobeerd voelt als falen. Mijn camera met lenzen liggen uitgesteld op de keukentafel. Ik ben net klaar met het maken van foto's van deze uitstalling. Het is tijd om alles op een tweedehands verkoopsite te zetten. Ze zijn als een blok aan mijn been. Van dit vervelende gevoel wil ik zo snel mogelijk af. De bron met onuitputtelijke energie is volledig verdampt en er is een poel met drijfzand overgebleven. Ik zit er tot mijn nek in en zak er steeds dieper in weg.

In dezelfde periode leer ik Lotte kennen. Ze is op de hoogte van mijn droom om voldoende geld te kunnen verdienen met fotografie zodat ik zou kunnen stoppen met mijn baan in loondienst. Geraakt door het feit dat dit me niet lukt besluit ze een plan voor me te maken. Dit plan komt niet zomaar uit de lucht vallen, dit soort oplossingen maakt ze ook voor haar werk als business consultant voor bedrijven als Shell en Philips.

heden ○ Dankzij Lotte ontdek ik hoe ik kan voorkomen dat ik onnodig veel opdrachten misloop. Door gewoon mezelf te zijn, zonder overdreven mezelf te moeten verkopen. Tot op de van vandaag is dit nog altijd het geheim achter de snelle groei die mijn fotografiebedrijf daarna heeft doorgemaakt. Klanten selecteren mij door deze aanpak niet meer op prijs, en ik word ook geboekt ondanks dat er een overvloed aan goedkopere fotografen is.

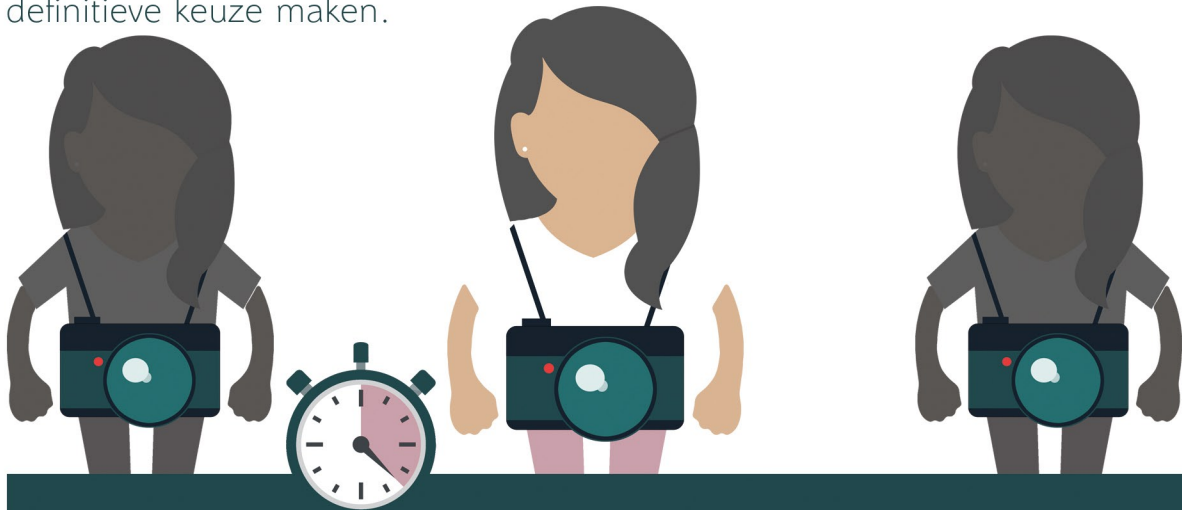
In dit Ebook leggen we je uit wat je moet doen om niet onnodig veel opdrachten mis te lopen



# 2

## IEDEREEN LIJKT TEGENWOORDIG FOTOGRAAF TE ZIJN

Laten we beginnen met een feitje. In Nederland zijn ruim 21.000 mensen geregistreerd als professioneel fotograaf. Elk jaar komen hier 1000 registraties bij, dus dagelijks neemt de concurrentie met 3 fotografen toe. Het is niet vreemd dat klanten veel moeite hebben om een geschikte kandidaat uit deze grote berg met fotografen te kiezen. Een klant maakt vaak een selectie van een drietal fotografen die ze onderling met elkaar vergelijken voordat ze een definitieve keuze maken.



Stel je bent 1 van de 3 fotografen waaruit een klant gaat kiezen. Wat zou jij zeggen om deze klant te overtuigen, als je hier slechts 1 minuut de tijd voor kreeg?

Als je voor mij kiest dan:

---

---

---

---

Nieuwe fotografen baseren hun bedrijf vaak op de geldende standaard in de fotografie markt. Ze zien dat deze standaard aanpak goed werkt voor andere fotografen. Hieruit filteren ze de succesfactoren die ze veelvuldig toepassen in hun eigen bedrijf. Een heel natuurlijk proces, maar met als resultaat dat fotografen weinig van elkaar verschillen. Dit maakt het voor klanten lastig om te kiezen.

Zodra een klant niet kan kiezen, omdat fotografen erg op elkaar lijken, blijft alleen de prijs over om op te selecteren. Zodra klanten je op prijs selecteren, kiezen ze niet voor wie je bent en wat je doet. Achteraf ontstaan er dan gemakkelijk misverstanden. Zoals vragen of je nog meer foto's hebt die je kunt afleveren. Je voldoet op dat moment niet aan de onuitgesproken verwachtingen van de klant. Verwachtingen die ze vaak bij andere fotografen hebben opgedaan, en waarvan ze uitgaan dat jij ze ook vervult. Want iedere fotograaf is nou eenmaal hetzelfde. Dat is hun misvatting.

*"Uiteindelijk blijft alleen de prijs nog over die het verschil maakt."*

Ik had vroeger een one-size-fits-all oplossing waarmee ik bewust een zo breed mogelijk publiek wilde aanspreken. Bang om mogelijke klanten mis te lopen. Zonder dat ik het merkte werkte dit juist averechts. Geen enkele klant had het gevoel dat ik precies wist waar ze behoefte aan hadden. Niemand voelde zich echt begrepen, waardoor vaak de keuze voor een andere fotograaf werd gemaakt. Zo liep ik onopgemerkt veel opdrachten mis.

Het voelde in die tijd alsof ik klanten over de streep moest sleuren. Alsof ik iedere keer moest smeken: "Boek mij nou, alsjeblieft!" Het was ontzettend frustrerend om te zien dat het andere fotografen het wel lukte. Ik wenste in die periode dat ik een magneet had die alle klanten simpelweg tot mij aan zou trekken. Die magneet zou me een hoop frustratie besparen.



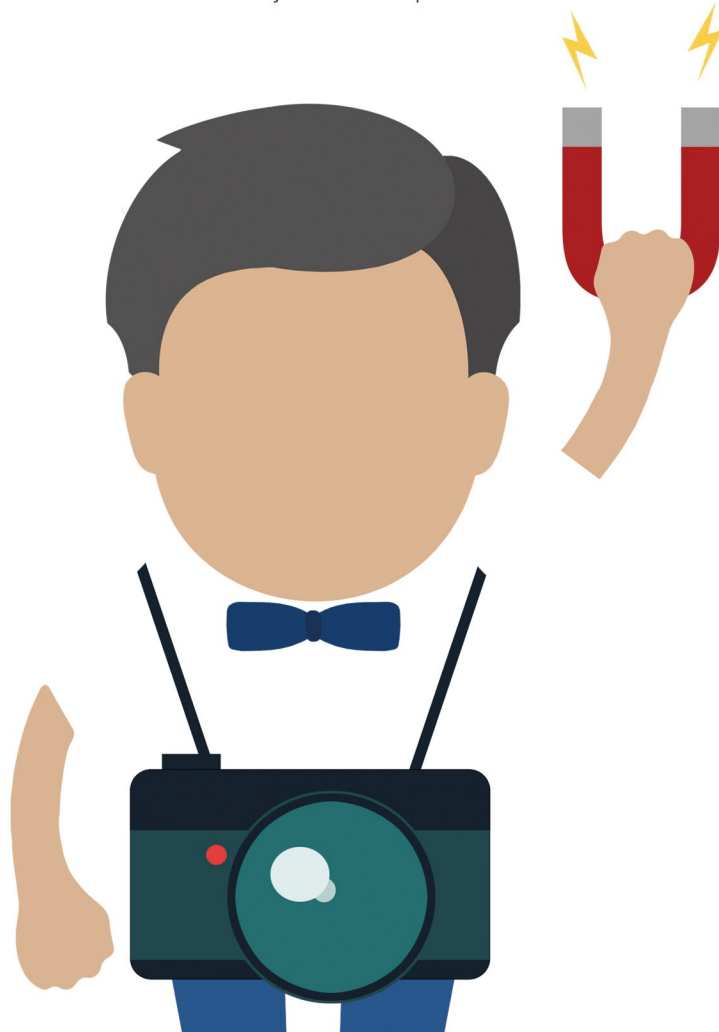
# 3

## ONWEERSTAANBAAR AANTREKKELIJK VOOR KLANTEN

Op het moment dat een klant op zoek gaat naar een fotograaf en deze gaat vergelijken zijn de onderlinge verschillen het belangrijkste wat ze willen achterhalen. Een klant wil iets te kiezen hebben. Alleen door jezelf te onderscheiden geef je klanten de mogelijkheid om iets te kiezen.

Het is onmogelijk om iedereen enthousiast te maken voor jouw fotografie. Iedereen is namelijk anders en maakt andere keuzes in zijn leven, gebaseerd op individuele behoeftes. Richt je op een groep mensen met dezelfde behoeftes zodat je die persoonlijk kunt aanspreken. Gebruik de woorden waardoor ze zich direct aangetrokken voelen tot jouw fotografie. De woorden die precies omschrijven waar ze zelf over nadenken bij het maken van hun keuzes. Hiermee kan jij je onderscheiden als fotograaf.

Je klant wil zich begrepen voelen, en inzien dat jij de juiste persoon bent om ze verder te helpen. Dit lukt alleen door je te richten op één specifieke klant. Elke klant heeft namelijk andere behoeftes en jij kunt niet alle behoeftes vervullen van iedereen. Richt je enkel op de mensen die jij perfect kunt helpen en die houden van jouw aanpak. **Jouw ideale klant.**



# 4

## WIL IEDEREEN DOOR JOU GEHOLPEN WORDEN?

Toen de geboorte van onze dochter Zoë niet vlekkeloos verliep, en zelfs onze verloskundige zich serieuze zorgen begon te maken of de bevalling wel goed ging komen, waren we ontzettend blij dat we werden geholpen door een gynaecoloog en niet door een andere medewerker uit het ziekenhuis zoals een hersenchirurg, of iemand uit de gipskamer. We wilden een expert.

Ook jouw klanten zijn op zoek naar die ene persoon die ze verder kan helpen bij het vervullen van hun behoeften. Bepaal voor wie jij er bent en voor wie niet. Zo kan je in al je communicatie jouw ideale klant veel beter aanspreken en enthousiast maken. Je weet dan ook op welke kanalen je actief moet zijn. Dit bespaart je een hoop tijd en frustratie.

*"Om gekozen te kunnen worden moet je  
jouw klanten iets te kiezen geven."*

Om gekozen te kunnen worden moet je jouw klanten iets te kiezen geven. Door hetzelfde te doen als andere fotografen kan een klant niet kiezen. Dan blijft enkel de prijs over. Er is altijd een goedkoper alternatief te vinden in de overvolle fotografiemarkt. Als je weet waar jouw ideale klant zijn keuzes op baseert dan kan jij je hiermee doelgericht onderscheiden. Klanten boeken je dan ook wanneer dat je concurrent goedkoper is.

Wat hebben alle succesvolle fotografen gemeen?  
Ze geven duidelijk aan waarom je er geen klant moet worden!



## BEN JE OOK BANG OM

## POTENTIËLE KLANTEN MIS TE LOPEN?

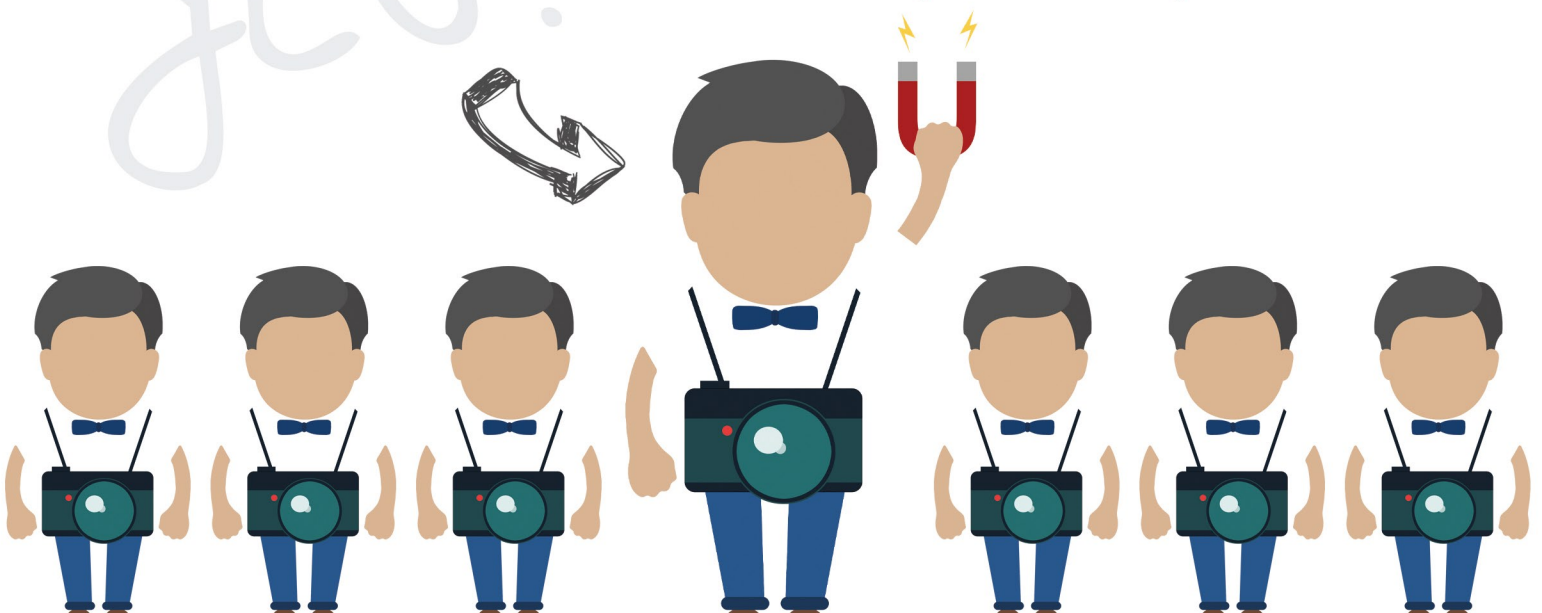
Is ze helemaal gek geworden? Dat was mijn eerste gedachte toen Lotte me voorstelde om mijn doelgroep drastisch te verkleinen. Ik had nu al te weinig klanten voor een noemenswaardig inkomen. Ik kon het me financieel niet permitteren om nog meer klanten mis te lopen.

Dit was dan ook mijn grootste angst om aan het plan van Lotte te beginnen. Maar wat had ik te verliezen? Ik had nu ook al te weinig klanten en al mijn voorgaande pogingen waren mislukt. Met een rekensom trok Lotte me over de streep om met haar plan aan de slag te gaan.

De rekensom was gericht op trouwfotografie, maar toepasbaar op alle vormen van fotografie. Jaarlijks trouwen in Nederland 64.315 stellen met elkaar. Voor een modaal inkomen moet ik 30 opdrachten per jaar uitvoeren. Dat betekent dat ik slechts 0,05% van de totale groep bruidsparen nodig heb voor een volledig inkomen.

Omdat ik me in het verleden had gericht op iedereen die ging trouwen voelde niemand zich aangesproken en werd ik zelden gekozen om een bruiloft te fotograferen. Nu ik me richt op slechts 10% van de totale groep, kan ik deze klanten heel persoonlijk aanspreken waardoor ik ze kan laten inzien dat ik de aangewezen persoon ben om ze verder te helpen. Dankzij het verkleinen van mijn doelgroep kan ik me effectief onderscheiden en word ik wel gekozen.

"Yes! Dit is exact wat ik zoek. Deze fotograaf omschrijft precies hoe ik me voel. Dit is de fotograaf die ik ga boeken!"

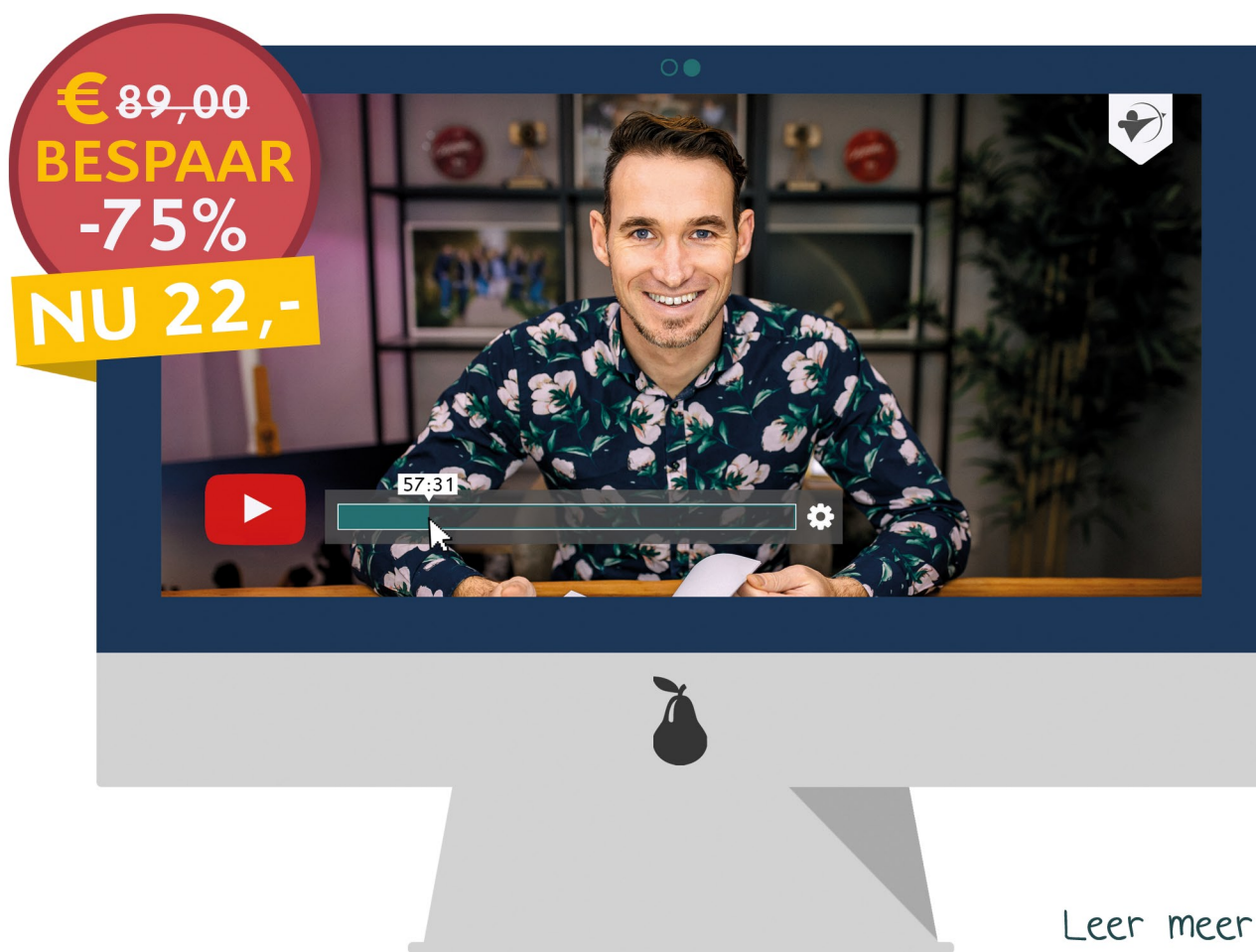




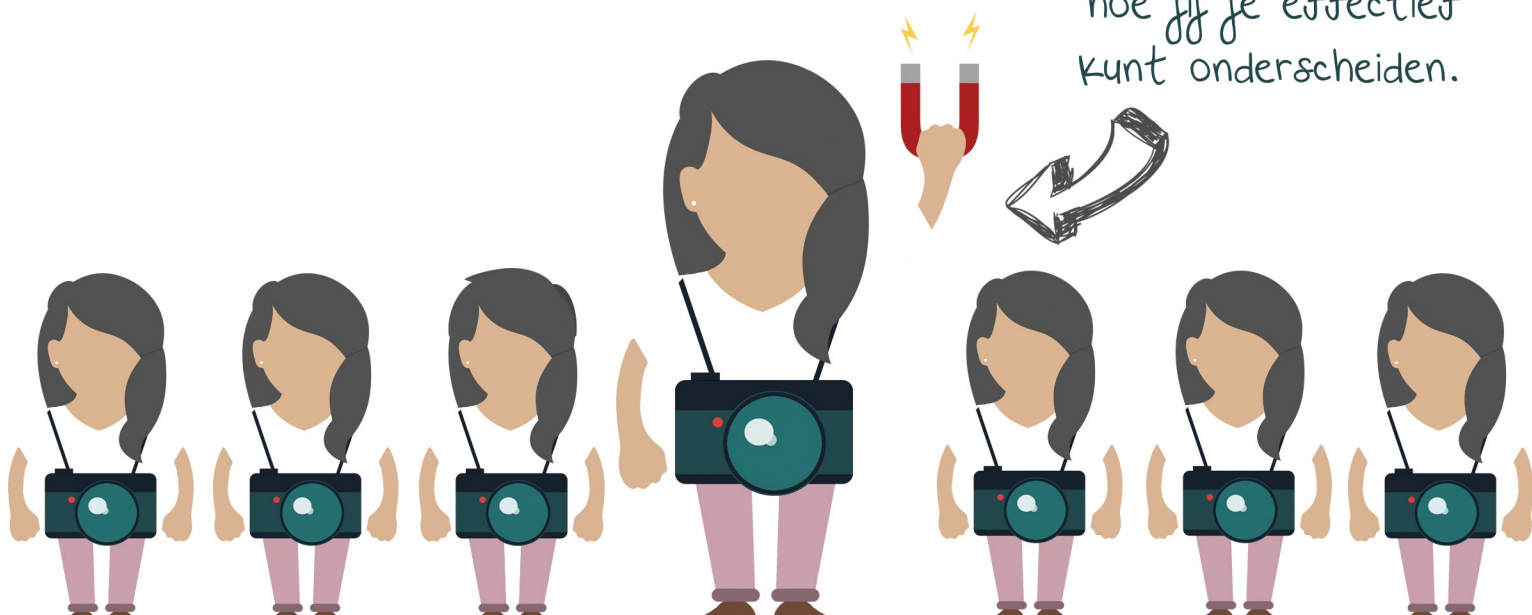
## TRAINING: EFFECTIEF ONDERSCHIEDEN

Laat je niet ondersneeuwen in een bomvolle markt met veel concurrentie. Ontdek hoe jij je effectief kunt onderscheiden van andere fotografen. Volg de online training 'effectief onderscheiden' voor slechts 22,- euro. De training is onderdeel van de cursus 'bepaal je ideale klant'.

Volg de training op: [www.geldverdienenmetfotografie.nl/effectief-onderscheiden/](http://www.geldverdienenmetfotografie.nl/effectief-onderscheiden/)



Leer meer over hoe jij je effectief kunt onderscheiden.



# 7

## WERKBOEK: EFFECTIEF ONDERSCHIEDEN

Wat zijn de allerleukste fotografie opdrachten die je tot nu toe hebt mogen uitvoeren? Welke drie zijn jou het meest bijgebleven? Schrijf op wat je is bijgebleven van deze opdrachten en waarom deze zo leuk waren om te doen.

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

↪ Dit is 1 van mijn allerleukste fotografie opdrachten!





Wat is jouw magneet om klanten voor jou te laten kiezen?

Er zijn in Nederland ruim 20.000 fotografen. Wat maakt jou anders dan alle andere fotografen? Wat is jouw magneet? Schrijf in 1 zin op waarom een klant juist voor jou moet kiezen i.p.v. een andere fotograaf.

---

---

---

Welke vorm(en) van fotografie vind je zo leuk dat je dit, bij wijze van spreken, nog steeds zou aanbieden zelfs als klanten je hier niet voor zouden betalen?

---

---

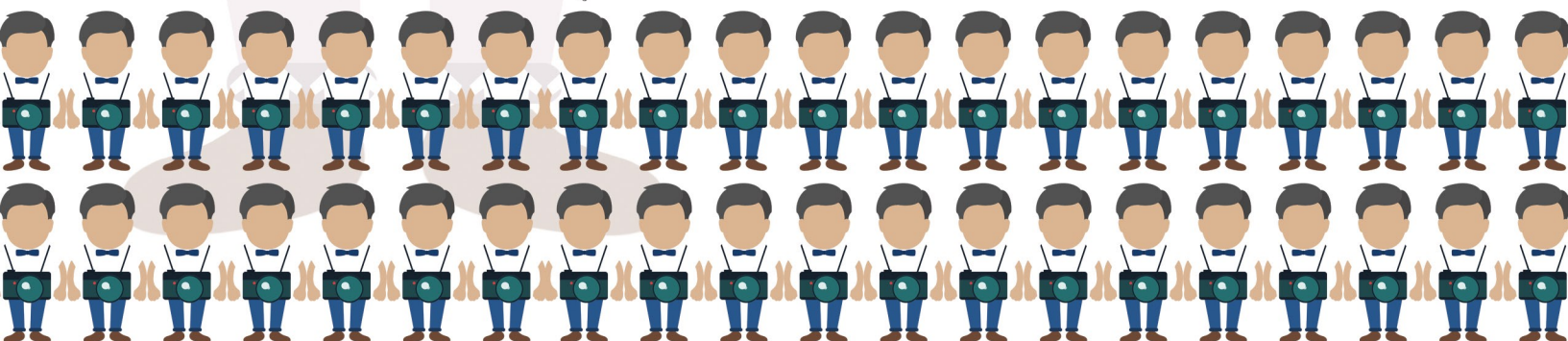
Welke klanten willen niet door jou geholpen worden? Waarom kunnen ze beter door een andere fotograaf geholpen worden?

---

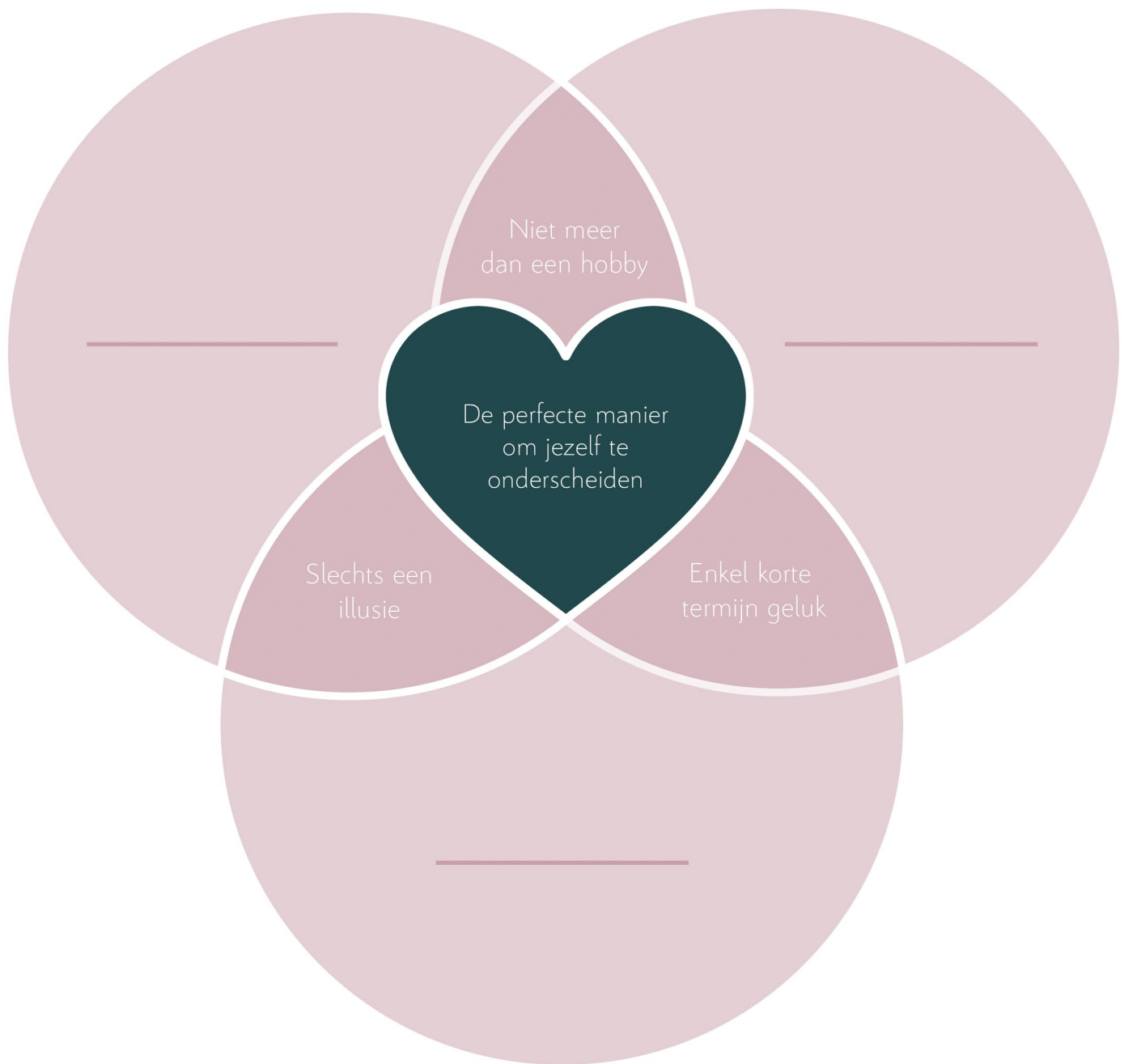
---

---

20.000x ↘



## DE 3 FACTOREN VAN SUCCESVOL ONDERSCHIEDEN



Sinds 2014 de essentie  
van ons fotografiebedrijf



# WIE IS JOUW IDEALE KLANT?



Mijn ideale klant:

---

---

---

---

---

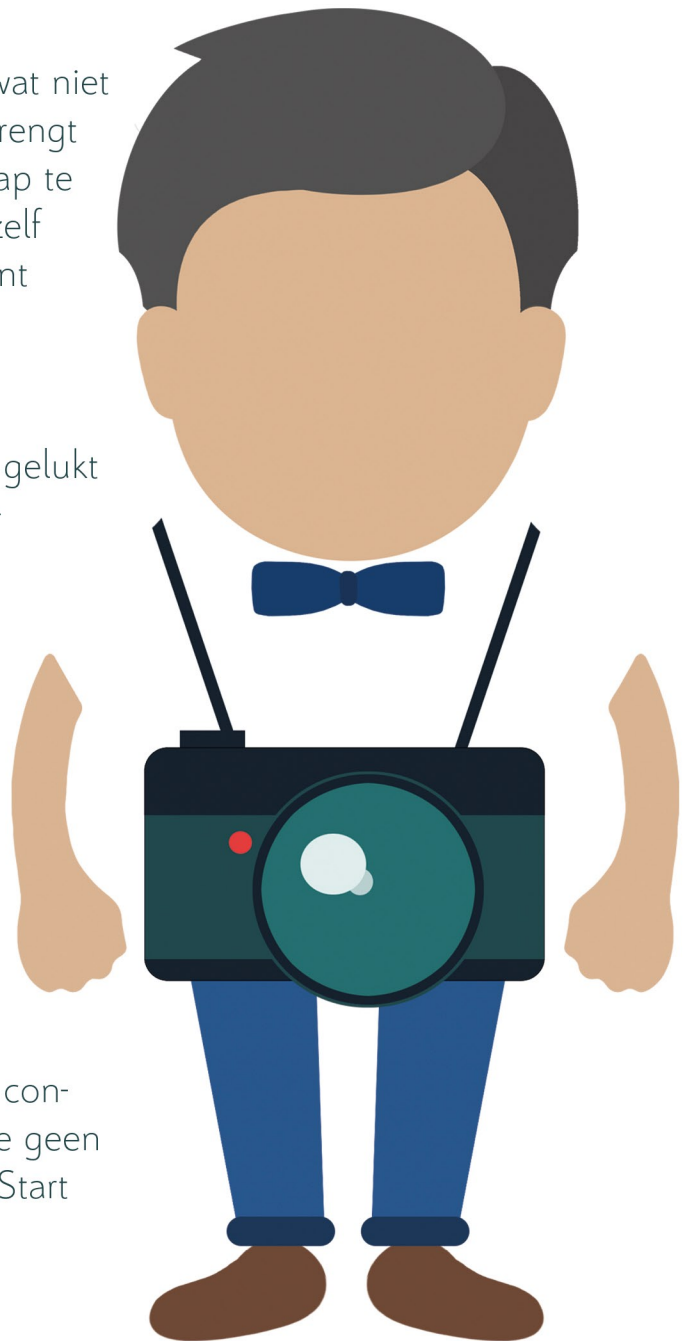
---

---

---



Misschien heb je tot nu toe vooral ontdekt wat niet werkt. Geef de moed niet op want ook dit brengt je verder. Nu hoef je alleen nog maar de stap te zetten die je wel verder brengt. Namelijk jezelf onderscheiden van andere fotografen. Je bent zo dichtbij. Als ik het kan, kan jij het ook. Hier ben ik van overtuigd.



Zonder de hulp van Lotte was het mij nooit gelukt en zou ik uiteindelijk zijn gestopt bij het verwezenlijken van mijn droom. Dankzij de hulp van Lotte is mijn droom inmiddels uitgekomen en ben ik fulltime fotograaf.



Samen met Lotte wil ik jou ook verder helpen bij het aantrekken van klanten die precies bij jou passen. Er zijn klanten genoeg die zitten te wachten op jouw fotografie. Ook al zie je dat nu nog niet. Ze zijn dichterbij dan je denkt.

Ga niet zitten afwachten want dan gaat een concurrent er met de opdracht ervandoor. Als je geen actie onderneemt verandert je situatie niet. Start vandaag nog met het aantrekken van meer klanten. Laat ons je helpen bij het bereiken van jouw ideale klant.

Laat ons je helpen bij het bereiken van jouw ideale klant!



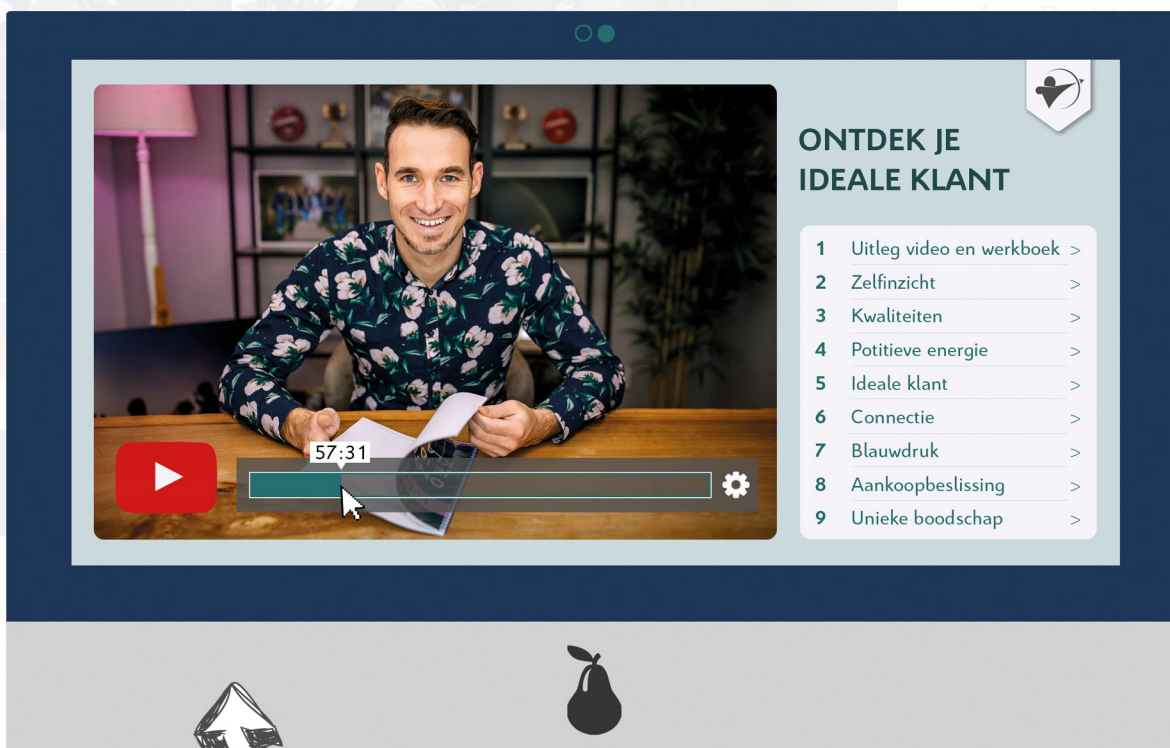
Arjan

Lotte



## WIL JIJ JE OOK MET SUCCES ONDERSCHIEDEN VAN ANDERE FOTOGRAFEN?

Richt je op wat jou anders maakt dan andere fotografen. Misschien heb je nog niet ontdekt hoe jij het verschil maakt, of lukt het je niet om de juiste woorden te vinden om dit te omschrijven. Dit is helemaal niet erg! Dit kan je leren. In de cursus 'bepaal je ideale klant' ontdek je wat jou anders maakt en waarmee jij je kunt onderscheiden van andere fotografen.



**ONTDEK JE IDEALE KLANT**

- 1 Uitleg video en werkboek >
- 2 Zelfinzicht >
- 3 Kwaliteiten >
- 4 Potitieve energie >
- 5 Ideale klant >
- 6 Connectie >
- 7 Blauwdruk >
- 8 Aankoopbeslissing >
- 9 Unieke boodschap >



Ontdek met deze cursus wie jouw ideale klant is zodat jij je effectief kunt onderscheiden van andere fotografen.

Na de cursus 'bepaal je ideale klant':

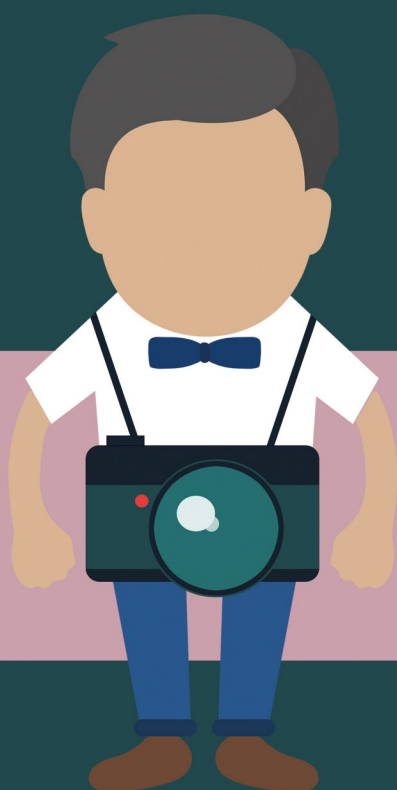
- ✓ Loop je niet langer onnodig veel klanten mis.
- ✓ Ken je de exacte woorden waarmee klanten voor jou kiezen.
- ✓ Weet je via welk kanaal jij je ideale klant het beste bereikt.
- ✓ Is jouw prijs niet langer de doorslaggevende factor om voor jou te kiezen.
- ✓ Kan jij je effectief onderscheiden van de vele concurrenten in de markt.

Volg de complete cursus op:  
[www.geldverdienenmetfotografie.nl/bepaal-je-ideale-klant/](http://www.geldverdienenmetfotografie.nl/bepaal-je-ideale-klant/)



Een man die jaagt op twee konijnen  
tegelijktijd vangt geen van beide.

-OUDE CHINESE WIJSHEID-



Met dit ebook willen we fotografen helpen bij hun persoonlijke ontwikkeling. Het copyright van dit ebook behoort toe tot aan Arjan van der Plaat. Het is niet toegestaan om tekst uit dit ebook over te nemen. Ongewenste verspreiding, op welke manier dan ook, zal juridische gevolgen hebben. Als gebruiker van dit ebook ga je automatisch akkoord met het betalen van minimaal 10.000 euro boete per overtreding, plus een vergoeding voor alle juridische kosten. Bij twijfel kan je contact opnemen met [boostclass@outlook.com](mailto:boostclass@outlook.com).