

Strategie voor de beroepsfotograaf

Al jaren staat de creatieve beroepspraktijk onder druk. En onder druk wordt alles vloeibaar, zegt men. Maar laat al je energie en creativiteit niet ongecontroleerd wegstromen. Een goede strategie is daarom van groot belang om succesvol te kunnen ondernemen als beroepsfotograaf.

Deze workshop is opgezet rond het bekende business model canvas. Aanvullend op deze benadering analyseren we motiverende factoren. Deze zijn vaak bepalend voor de strategie van creatieve ondernemers.

Ing. N.M. van Schie MBA
Zuiderweg 28
8393 KT Vinkega

M: 06 52 638 130
T: 0561 433 573
E: info@nemus.nl
I: www.nemus.nl
www.niekvanschie.nl

Richting, inrichting en verrichting

Strategie is niet alleen richting. Het is ook inrichting. Plannen en doelen zijn net zo bepalend voor je strategie als kennis(sen) en hulpmiddelen. Dat is het uitgangspunt van de business model canvas. Strategie is ook verrichting. Kijk maar eens achter je, daar ligt je strategie tot nu toe. Tevreden? Of kan het met wat meer focus en plezier in je vak?

Deze workshop is gebaseerd op het business model canvas. Het gaat uit van negen aspecten. Centraal in deze bedrijfskundige benadering staat je eigen beeldvorming van de negen aspecten van je fotografie praktijk. Tijdens de workshop maak je voor jezelf een goed beeld voor elk aspect op basis van diverse opdrachten. We schrijven de antwoorden op elke vraag of opdracht op een post-it papiertje. Vervolgens plakken we al deze papiertjes groepsgewijs op een groot vel papier. Dit geeft je dan een overzicht van hoe je bedrijf werkt. Dit is dan het begin van een heel proces. De negen aspecten staan hieronder kort beschreven.

- 1) Klantengroepen (voor wie?) Als fotograaf bedien je één of meerdere groepen van klanten.
- 2) Toegevoegde waarde (wat?) Je foto's voorzien in de behoeften van je klanten.
- 3) Distributiekkanalen (via?) Jouw toegevoegde waarde breng je bij je klant met communicatie, distributie en andere verkoopkanalen. Je foto legt een hele weg af, ken die weg en elke horde daarin.
- 4) Klantenrelaties (vervolg?) Met klanten wil je een relatie aangaan en onderhouden.
- 5) Opbrengsten (geld in?) Deze komen voort uit het succesvol voorzien in klantenbehoeften met jouw foto's.
- 6) Middelen (waarmee?) Zonder middelen geen productie.

- 7) Activiteiten (hoe?) Dat is dus waar je je werkdagen mee vult. Tijd is veelal schaarser dan geld. Geld kun je laten groeien als je er niks mee doet. Je tijd kun je maar één keer besteden.
- 8) Samenwerkingsverbanden (met wie?) Omdat je nooit alles alleen kunt doen. En omdat niemand alleen op deze wereld is.
- 9) Kostenstructuren (geld uit?) Dat wat voor de baten uit gaat.

Naast deze benadering kijken we naar je motivatie als fotograaf. Hoe bepaalt deze de keuzes die je maakt?

Programma van de workshop

Deze workshop doen we in twee of drie dagdelen. Een dagdeel analyse, een dagdeel strategie formulering en een derde dagdeel met een terugkoppeling na een paar maanden. Afhankelijk van de wensen van de deelnemers zoeken we een geschikte locatie.

Uw investering

De prijs voor deze workshop bedraagt (exclusief btw) €450,- per deelnemer. De groepsgrootte daarbij is minimaal 3 en maximaal 6 deelnemers. De prijs is inclusief cursusmateriaal, de praktijkopdrachten en een schriftelijke terugkoppeling.

Uw trainer

Uw trainer is Niek van Schie. Hij is bedrijfskundige en combineert ruim 25 jaar ervaring als auditor, consultant en trainer met een bijzondere belangstelling voor fotografie. Hij heeft de leergang fotoreflectie aan de Fotovakhschool in Amsterdam met succes afgerond. Dit is de enige gespecialiseerde opleiding in Nederland waarin de betekenis van fotografie centraal staat.