



Werkboek

**CREËER JOUW ULTIEME  
JAARPLAN**

## **Zo werkt dit Google Document:**

- Klik in het document linksboven op 'Bestand'.
- Klik op 'Kopie maken' als je het bestand in je Google Drive wilt opslaan en bewerken.
- Of klik op 'Downloaden' als je het bestand als Word Document wilt downloaden.
- Of print het document en ga lekker schrijven. Alles is goed!

## **1. Reflecteren**

Het begin van een nieuw jaar is het perfecte moment om stil te staan bij het afgelopen jaar. Reflecteer op je ervaringen en wat je daarvan hebt geleerd, zowel in je zakelijke als persoonlijke leven. Dit helpt je om bewuste keuzes te maken voor het komende jaar. Neem de tijd om na te denken over de volgende vragen, ze zullen je helpen om inzicht te krijgen in wat echt belangrijk voor je is.

### **Wat was je belangrijkste zakelijke inzicht vorig jaar?**

Bijvoorbeeld op het gebied van balans, plezier, planning, aanbod, omzet: wat schiet je meteen te binnen?

[Antwoord]

### **Wat was je belangrijkste privé inzicht vorig jaar?**

Bijvoorbeeld op het gebied van familie, gezin, vriendschap, vrije tijd: wat schiet je meteen te binnen?

[Antwoord]

### **Waar gaf je vorig jaar je geld aan uit waar je blij van werd?**

Privé uitgaven:

Zakelijke uitgaven:

## Welke activiteiten hielpen je om te ontspannen en op te laden?

[Antwoord]

## Wie ondersteunden jou afgelopen jaar?

[Antwoord]

## Hoe hebben de ervaringen van het afgelopen jaar je perspectief op je werk en leven veranderd?

[Antwoord]

## 2. Doelen stellen

Doelen stellen is een krachtige manier om richting en focus aan je jaar te geven. Denk na over wat je wilt bereiken, zowel zakelijk als privé. Door terug te kijken naar je vorige doelen en je prestaties, kun je leren en jezelf verbeteren. Deze reflectie helpt je om realistische en uitdagende doelen te stellen voor het nieuwe jaar.

### Wat waren je doelen? En heb je ze behaald?

Denk bij privé doelen bijvoorbeeld aan meer vrije tijd, minder werken, beter je grenzen aangeven, meer vakanties, meer avonturen of juist meer thuis zijn. Denk bij zakelijke doelen bijvoorbeeld aan meer regie over je agenda, leukere klanten, een nieuw aanbod dat je hebt ontwikkeld. De financiële doelen komen in onderdeel 3. aan bod.

Dit waren mijn privé doelen:

Dit waren mijn zakelijke doelen:

## Wat neem je hiervan mee naar dit jaar?

Deze privé doelen neem ik mee:

Deze zakelijke doelen neem ik mee:

## Wat ga je NIET meer doen?

Privé stop ik hiermee:

Zakelijk stop ik hiermee:

## Wat worden je doelen voor dit jaar?

De financiële doelen komen in onderdeel 3. aan bod.

Dit worden mijn privé doelen:

Dit worden mijn zakelijke doelen:

## 3. Planning en structuur

Een effectieve planning en structuur zijn essentieel om je doelen te bereiken en je tijd optimaal te benutten. Door je energieniveaus en creativiteit gedurende de week te analyseren, kun je een werkweek inrichten die past bij jouw ritme en behoeften. Stel een ideale werkweek samen die balans biedt tussen werk, persoonlijke ontwikkeling en ontspanning. Beantwoord de volgende vragen voor je bedrijf.

**Op welke dag(en)/dagdelen had je goede zin?**

[Antwoord]

**Op welke dag(en)/dagdelen zat je wat lager in je energie?**

[Antwoord]

**Op welke dag(en)/dagdelen had je veel creatiekracht?**

[Antwoord]

*De tekst gaat verder op de volgende pagina...*

## Stel je optimale werkweek samen

Stel je voor hoe een optimale werkweek er voor jou uitziet. Verdeel je week in themadagen om structuur en focus aan te brengen. Welke activiteiten of taken zou je op welke dagen willen inplannen? Denk aan het toewijzen van specifieke dagen voor bijvoorbeeld administratie, coaching, contentcreatie, en persoonlijke ontwikkeling.

Bijvoorbeeld, je zou maandag kunnen reserveren voor administratieve taken, dinsdag en donderdag voor coachingssessies, woensdag voor het creëren van content en vrijdag voor zelfontwikkeling. Hoe zou jouw ideale indeling eruitzien?

- Maandag:
- Dinsdag:
- Woensdag:
- Donderdag:
- Vrijdag:

*Vul eventueel de weekenddagen aan.*

## Hoeveel uur per week werk je?

[Antwoord]

## Wanneer werk je niet?

[Antwoord]

## 4. Financiële planning

Financiële planning is een cruciaal onderdeel van je strategie. Stel duidelijke omzetdoelen en analyseer welke diensten het meest bijdragen aan je omzet. Door je financiële doelen zorgvuldig te plannen, inclusief de benodigde investeringen en voorbereidingen op risico's, leg je een solide basis voor een succesvol jaar.

### Omzetdoelen

#### Wat is je omzetdoel?

Regulier doel (+30% omzet vorig jaar).

Stretch doel (2,5x omzet vorig jaar).

#### Welke kosten(posten) van vorig jaar verwacht je sowieso dit jaar?

Denk hierbij bijvoorbeeld aan: website (design, hosting, onderhoud), e-mailprogramma, telefoon- en belkosten, training en coaching, boekhouding, kantoor- of locatiehuur.

[Antwoord]

#### Hoe kun je je kosten optimaliseren zonder in te leveren op de kwaliteit van je dienstverlening?

Denk hierbij bijvoorbeeld aan: betaalde abonnementen van software die je eigenlijk te weinig gebruikt, jaarlijkse website- of webshop kosten die lager kunnen, enzovoorts.

[Antwoord]

## Wat is je winstpercentage?

Als je deze niet weet, doe een schatting. Dit zijn wel getallen die je moet kunnen dromen, zodat je je hier bewust van bent. Hoe minder kosten, hoe meer winst en dus salaris en investeringsruimte voor jezelf.

[Antwoord]

## Welke investeringen (tools, opleidingen) zijn nog nodig voor je bedrijf?

[Antwoord]

## Jaaromzet berekenen

### Welk hoofdaanbod brengt de meeste omzet?

Vul de naam in van dit aanbod.

[Antwoord]

### Welke kleinere diensten vullen je omzet aan?

Vul de namen in van dit aanbod.

[Antwoord]

# Jouw ultieme jaarplan

Bereken hoeveel aantallen per maand (ga uit van 10 werkmaanden) je nodig hebt om je **stretchdoel** te halen.

Mijn stretchdoel is: \_\_\_\_\_

| Aanbod        | Aantal per maand | Aantal per jaar | Totaal        |
|---------------|------------------|-----------------|---------------|
| Hoofdaanbod   | ...              | ...             | € ...         |
| Aanbod 2      | ...              | ...             | € ...         |
| Aanbod 3      | ...              | ...             | € ...         |
| Aanbod 4      | ...              | ...             | € ...         |
| <b>Totaal</b> | ...              | ...             | <b>€ ....</b> |

Bereken hoeveel aantallen per maand (ga uit van 10 werkmaanden) je nodig hebt om je **reguliere doel** te halen.

Mijn reguliere doel is: \_\_\_\_\_

| Aanbod        | Aantal per maand | Aantal per jaar | Totaal        |
|---------------|------------------|-----------------|---------------|
| Hoofdaanbod   | ...              | ...             | € ...         |
| Aanbod 2      | ...              | ...             | € ...         |
| Aanbod 3      | ...              | ...             | € ...         |
| Aanbod 4      | ...              | ...             | € ...         |
| <b>Totaal</b> | ...              | ...             | <b>€ ....</b> |

## Grip op je salaris

Vul de uitkomst van je berekening in de **Salarisplanner**. Hiermee kan je berekenen of je omzetdoelen je gewenste salaris opleveren. Of ga door met het onderdeel: het jaarplan.

## 5. Jaarplan op één A4

Een jaarplan is een hulpmiddel om je visie en doelen om te zetten in actie. Het helpt je om gefocust te blijven op wat het belangrijkste is en zorgt ervoor dat je plannen niet onderin een la belanden. Een 'plan-on-a-page' geeft je een duidelijk overzicht op één A4 van je belangrijkste acties en mijlpalen voor het jaar. Per fase zorg je voor de juiste acties, zodat je een optimale klantreis hebt waarbij je je toekomstige klant meeneemt naar het voor hen meest passende aanbod.

### Instructies:

[Bekijk eerst de uitlegvideo \(12 min.\)](#)

Stap 1. Rij 16. Begin bij het plannen van momentum voor je hoofdaanbod. Wanneer ga je je hoofdaanbod extra aandacht geven? Denk aan een lanceringsperiode of als je geen lanceermoment hebt, creëer je momentum voor je aanbod. Als je te maken hebt met seizoenen houd je hier ook rekening mee.

Stap 2. Rij 14 t/m 16. Vul hierna de planning voor je lager geprijsde assortiment in. Probeer de promotie van diensten bij voorkeur niet tegelijkertijd te laten verlopen.

Stap 3. Rij 10 t/m 12. Welke leadmagneten ga je inzetten ter promotie van je hoofdaanbod? Denk aan downloadbare weggevers (e-books, checklists, templates), masterclass, challenge, etc.

Stap 4. Rij 6 t/m 8. Hoe blijf je consistent zichtbaar? Welke kanalen zet je in? Denk aan: je website (SEO), organische zichtbaarheid via social media en/of je nieuwsbrief.

Stap 5. Rij 18 t/m 19. Hoe blijf je je bestaande klanten verrassen? Juist als iemand al klant is, kan je zorgen voor een maximale klantervaring, zodat ze een fijn gevoel hebben bij de samenwerking en potentieel ambassadeur van je worden.

### [Open het jaarplan template](#)

**Belangrijk:** het jaarplan is handig om te voorkomen dat je grote diensten tegelijkertijd in de markt zet of grote acties tegelijkertijd plant. Krijg je echter een error van dit document, kijk dan even in tabblad 3 en 4 voor de maandplanning (opgedeeld in telkens 4 weken). Mogelijk past dat dan beter bij je. Ik begin zelf met de jaarplanning en vul daarna de maandplanner in. Deze neem ik over in mijn Google agenda. Zie ook onderdeel 6.

[ Notities ]

## 6. Vertaling naar maandplan

Het vertalen van je jaarplan naar maandelijkse plannen met de weken in beeld helpt je om gefocust en op koers te blijven. Door je maanden zorgvuldig in te richten, inclusief vakanties en rekening houdend met externe factoren zoals schoolvakanties, zorg je voor een realistische en haalbare planning.

Dit maandelijkse overzicht helpt je om stap voor stap dichterbij je jaardoelen te komen.

### Instructies:

- Begin met plannen van je vakanties en markeer deze.
- Houd rekening met de schoolvakanties van dit jaar.
- Zorg dat je elke maand een piekmoment creëert die je leads oplevert. Meestal wordt hierbij een leadmagneet ingezet.

Je vindt het maandplan in de template van het jaarplan.

### Naar het maandplan (tabblad 3 en 4)

| Plan On a Page - Maandplan |                 | Harde deadline    | Vakantieperiode   |                 |
|----------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| Omschrijving*              | 1-7             | 8-15              | 16-23             | 24-31           |
| Januari                    | kerstvakantie   |                   | Workshop          |                 |
| Februari                   |                 | voorjaarsvakantie | voorjaarsvakantie | Challenge       |
| Maart                      |                 | Livedag           |                   |                 |
| April                      |                 |                   | Masterclass       | meivakantie     |
| Mei                        | meivakantie     | Workshop          |                   |                 |
| Juni                       |                 |                   | Masterclass       |                 |
| Juli                       |                 | vakantieperiode   | vakantieperiode   | vakantieperiode |
| Augustus                   | vakantieperiode | vakantie          | vakantie          |                 |

## Optioneel: Actie in de taxi!

Nu je alle tools in handen hebt om lekker met je jaar te beginnen, wil ik je motiveren om de Weekdoelen Actielijst te gebruiken. Eventueel kan je starten met de Maanddoelen actielijst die je vertaalt naar Weekdoelen en uiteindelijk Dagelijkse doelen.

Hierop staat ook dat je een x aantal leads per dag gaat benaderen. Dit kan iedere potentiële klant zijn die je spreekt via DM, via mail, op straat, bij een netwerkbijeenkomst; alles telt mee.

### Maanddoelen Actielijst

### Weekdoelen Actielijst

### Dagplanner