

CATECOON



Hoe starters en zelfstandigen denken, kiezen en veranderen.

Onze blik op de verwachtingen
van zelfstandige ondernemers in
een digitale wereld.



Inhoudstafel

1. Het onderzoek
2. De doelgroep
3. De behoeften
4. De risico's
5. De opportuniteiten
6. Onze blik
7. Tips en frameworks



Hoe starters en zelfstandigen
denken, kiezen en veranderen.



Het onderzoek

Met dit onderzoek presenteren
we **geen absolute waarheid**,
maar bieden we **inzicht in de
behoeften, risico's en kansen**
binnen deze **diverse en complexe
doelgroep**.



Belangrijk om te weten

De bevraging werd uitgevoerd tussen 27 maart 2025 en 22 april 2025, over een periode van 27 dagen. De data komt van effectieve gebruikers van sociale secretariaten, wat de praktijkgerichtheid versterkt.

Aantal respondenten: 41, specifiek gericht op:

- Zelfstandigen (hoofd- of bijberoep)
- Starters (vaak minder dan 5 jaar actief)
- Kleine organisaties (1-5 personen)

Kanttekening: Hoewel 41 respondenten wellicht bescheiden lijkt, biedt dit voor deze specifieke doelgroep toch waardevolle inzichten. Voor moeilijk bereikbare groepen zoals starters en zelfstandigen vormt dit onderzoek een solide basis.

Tegelijkertijd is het goed om te benadrukken dat de resultaten geen absolute waarheid vertegenwoordigen.



De doelgroep

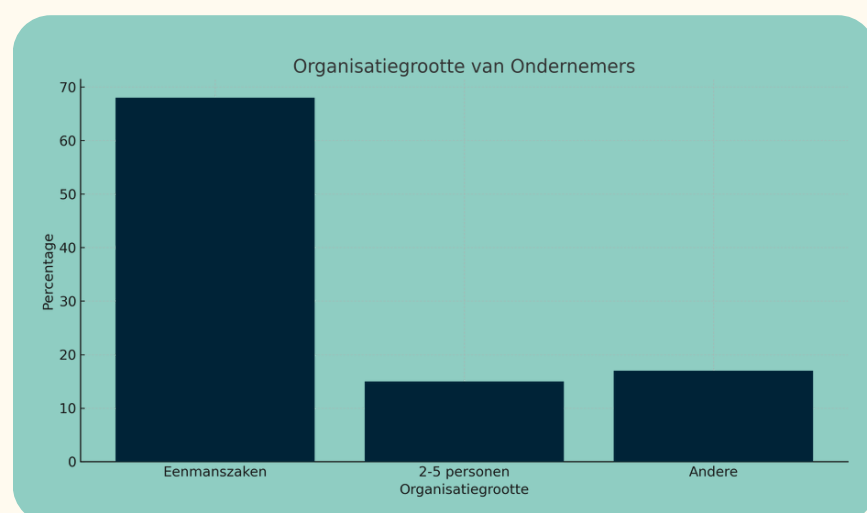
Het profiel van een doelgroep gaat verder dan alleen cijfers. Het biedt inzicht in hun achtergrond, digitale vaardigheden en ondernemersmentaliteit. Het is essentieel echte behoeften en verwachtingen te begrijpen en hierop in te spelen.

Leeftijd

- Ruim **83%** is tussen 26 en 45 jaar
- **50%** is tussen 36-45 jaar

Organisatiegrootte

- **68%** runt een eenmanszaak
- **15%** werkt met kleine teams van 2-5 personen
- **10%** heeft meer dan 5 werknemers in dienst
- **87,8%** is zelfstandige in hoofdberoep



Onze bevraagde doelgroep situeert zich vooral in eenmanszaken

Meer dan 80% van de respondenten is gestart met ondernemen na 2010. Ze behoren tot een generatie zelfstandigen, die vaak gekenmerkt zijn door:

- **Hoge digitale vaardigheden.** Ze kennen digitale tools en verwachten een soortgelijke gebruiksgemak over alle applicaties heen.
- **Weinig institutionele trouw**, ze wisselen sneller van dienstverlener.
- Ze kennen een **sterke behoefte aan begeleiding** in de eerste jaren van het ondernemerschap of **bij complexere vragen.**



Hoe starters en zelfstandigen denken, kiezen en veranderen.

De behoeften

Waar gevestigde bedrijven vaak bouwen op structuur en continuïteit, richten starters zich op snelheid en schaalbaarheid, met een sterke focus op digitale oplossingen.

Transparantie

- Er is een duidelijke vraag naar meer transparantie over **processen, kosten en vakjargon**.

Naadloze ervaringen

- Er zijn **teveel digitale touchpoints** in de administratieve journey (over sociale secretariaten heen) met beperkte digitale gebruiksvriendelijkheid

Opvolging

- Persoonlijke begeleiding is **minder cruciaal**, tenzij bij complexere vragen, dan is deze zeer prioritair.
 - 56% van de respondenten neemt echter nooit zelf contact op

Tevredenheid

- De algemene tevredenheid over sociale secretariaten is **eerder neutraal tot positief**.

Communicatievoorkeuren

- **e-mail is koning**, ongeveer 54% geeft expliciet de voorkeur aan e-mail, omwille van efficiëntie en laagdrempeligheid.

Wat dit strategisch inhoudt

1. Behoefte aan transparantie

- a. Wees helder over kosten, processen en deadlines. Maak alles inzichtelijk.

2. Advies nodig bij complexiteit

- a. Zelfbeheer is prima, maar zorg voor persoonlijk advies bij sleutelmomenten.

3. Gebruiksgemak digitale tools

- a. Verbeter digitale flows, minder klikken, minder applicaties, breng meer overzicht.

4. Neutrale tevredenheid

- a. Groot overstaprisico. Overtuig met duidelijk voordelen, eenvoudige onboarding en heldere taal.

5. Pro-actief telefonisch contact

- a. Minder en minder relevant om telefonisch gecontacteerd te worden. Investeer in digitale service, niet in telefonie.

6. Meldingen via portaal

- a. Portalen zijn handig, maar moeten een ondersteunende functie hebben. Combineer dit met voldoende met e-mail automatisatie. Laat de gebruiker hier wel in controle.



Hoe starters en zelfstandigen denken, kiezen en veranderen.

De risico's

Veel starters en zelfstandigen zijn passief loyaal aan hun sociaal secretariaat, wat kansen biedt voor sociale secretariaten die actiever op hun noden willen inspelen.

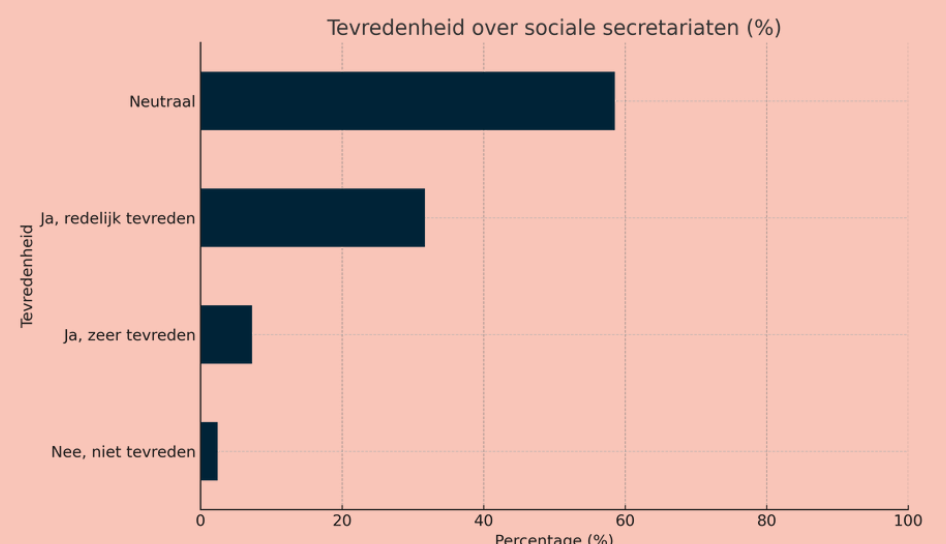
Tevredenheid

- **59% is neutraal over hun sociaal secretariaat.**

Hoewel 24% geen reden ziet om over te stappen, staat 76% mogelijk open voor verandering bij betere dienstverlening.

Passieve loyaliteit

- **Ze blijven** niet uit tevredenheid, maar vaak omdat ze:
 - er nooit bij hebben stilgestaan
 - de meerwaarde van veranderen niet zien
- **Redenen** om over te stappen zijn:
 - lagere kosten
 - snellere klantenservice
 - betere digitale tools en comfort
- **17%** stapte over wegens:
 - beslissing van de boekhouder
 - gebrek aan transparantie en fouten
 - slechte digitale tools
 - lagere kosten
- Er is een sterke **link tussen tevredenheid en contactfrequentie.**
 - Klanten met vaker contact zijn meestal meer tevreden.



Wat dit strategisch inhoudt

1. Concurrenten met duidelijke meerwaarde

- a. Actieve concurrenten met een scherpe focus op kostenvoordeel en betere digitale tools **kunnen snel marktaandeel winnen.**
- b. **Zichtbaarheid en eenvoud** maken het verschil.

2. Onverschilligheid is geen binding

- a. **Passieve loyaliteit** betekent niet dat klanten actief tevreden zijn.
- b. Deze markt lijkt stil te staan, maar **kan snel bewegen** als iemand de juiste snaar raakt.



Hoe starters en zelfstandigen
denken, kiezen en veranderen.



Opportunities

Naast de behoeften en risico's ` zien we ook **enkele belangrijke strategische kansen** waarop je kunt inspelen. Organisaties die deze mogelijkheden goed benutten, blijven relevant en versterken hun positie.



Enkele strategische opportuniteiten

Zelfstandigen en starters hebben specifieke noden en verwachtingen. Om relevant te blijven, is het belangrijk om gericht in te spelen op hun uitdagingen en kansen. Dit vraagt om slimme, strategische keuzes die verder gaan dan de basis.

1. Versterk je digitale dienstverlening

Zelfstandigen willen snelheid en eenvoud.

Maak hun digitale journey intuïtief en frictieloos.

- Minder klikken, meer overzicht
- Intuïtieve, gebruikersgerichte tools
- Transparant klantenportaal
- E-mailgestuurde interacties
- Minder digitale drempels, minder applicaties, duidelijke flows, en meer mobiele toegankelijkheid

2. Spreek starters en zelfstandigen direct aan

Deze groep verwacht proactieve, directe communicatie, afgestemd op hun snel veranderende bedrijfsomgeving.

- Proactieve communicatie
- Relevante info op het juiste moment
- Spreek heldere taal voor je klant

3. Wees duidelijk over je rol

Niet elke ondernemer begrijpt volledig wat een sociaal secretariaat doet.

- Maak je diensten en opvolging zichtbaar
- Toon hen wat je doet, welke impact je brengt
- Vermijd vakjargon en juridische termen
- Geef transparantie over kosten en processen

4. Activeer passieve klanten

Veel klanten blijven uit gemak, niet uit overtuiging. Dit is een kans voor wie transparant, helder en duidelijk communiceert.

- Maak duidelijk waarom je meer biedt dan de concurrentie
- Betrek hen persoonlijk bij belangrijke veranderingen en engageer hen



Enkele strategische opportuniteiten

5. Sectorspecifieke aanpak

Elke sector heeft zijn eigen dynamiek en noden. Speel hier slim op in om écht relevant te blijven.

- Bouw, horeca, creatieve beroepen, IT ... advies vragen elk een andere benadering
- Soms zit het verschil in kleine details die de doorslag geven

6. Stimuleer ambassadeurschap

Zelfstandigen vertrouwen op mond-tot-mondreclame. Maak van je klanten je beste verkopers.

- Werk met doorverwijzingsprogramma's
- Beloon klanten die je aanbevelen
- Benader starters als een groeipartner
 - Ze hebben vaak grote plannen en veel ambitie
- Bind ze persoonlijk aan je door te groeien met hun business in de vorm van:
 - Regelmatige check-ins
 - Strategisch advies voor elke groeifase
- Maak duidelijk dat je meer biedt dan enkel administratieve ondersteuning

7. Maak je meerwaarde zichtbaar

Veel zelfstandigen blijven bij hun sociaal secretariaat uit gewoonte. Laat zien waarom jij beter bent.

- Duidelijke prijsstructuren
- Meetbare voordelen en cases
- Communiceer je USP's helder en direct

8. Zet e-mail centraal

E-mail blijft voor de meeste zelfstandigen het primaire communicatiekanaal. Maak er slim gebruik van.

- Afgestemd op timing en levensfase van de ondernemer
- Gebruik e-mail voor automatisatie en gepersonaliseerde flows
- Laat ze zelf beslissen over welke mails ze ontvangen en welke niet, laat de gebruiker steeds in controle



Hoe starters en zelfstandigen
denken, kiezen en veranderen.



Onze blik

Starters en zelfstandigen zijn **digitaal vaardig, pragmatisch** en **reageren snel** in het nemen van beslissingen. Ze verwachten transparantie, gebruiksgemak en directe toegang tot informatie.

Wie als eerst digitaal, gemakkelijk en transparant wordt in de perceptie van zelfstandigen, zal winnen in deze markt.



Tips en een framework

Om digitale en data product uitdagingen effectief aan te pakken, bieden we **twee praktische frameworks** aan. Hiermee kan je zelf aan de slag om je **digitale strategie te versterken en data slimmer** in te zetten.



Aanpak 1

Productstrategie

Creëer een productgerichte cultuur waarin medewerkers helderheid hebben over de productvisie en kunnen inspelen op marktontwikkelingen.

1. Kies voor **modulaire en schaalbare** softwareoplossingen.
2. Zorg voor tools die je kan **integreren** met bestaande systemen.
3. Ken je **doelgroep** en houd altijd in gedachten voor wie je dit product ontwikkelt.
4. Ga in gesprek met hen en toets je product voortdurend aan hun **behoeften**.
5. Denk groots, maar werk gestructureerd met duidelijke en afgebakende **productscope**s.



Product Vision Board

Gebruik dit canvas van Roman Pichler om snel en efficiënt de vijf kernpijlers van je product scherp te krijgen.

Hulp nodig?

Contacteer ons op

hello@catcoon.be



Aanpak 2

Datastrategie

Ontwikkel een data-gedreven cultuur waarin medewerkers eenvoudig toegang hebben tot relevante informatie.

1. Investeer in rollen, processen en technologie die data-kwaliteit, **transparantie** en beveiliging bevordert.
2. Zet objectieven om in **KPI's** en meet je producten.
3. Centraliseer data en gebruik dashboards voor strategische **inzichten**.
4. Neem **beslissingen** op basis van verkregen data en test continu.
5. Maak data **toegankelijk** en actiegericht met AI en machine learning.



Data Product Canvas

Maak gebruik van dit model om in te schatten hoe je in enkele stappen data kan omzetten tot bruikbare inzichten.

Hulp nodig?

Contacteer ons op

hello@catcoon.be



Vind je deze **inzichten, tips** **en frameworks** interessant?

Wil je graag meer weten over hoe we product- en datauitdagingen aangaan? Contacteer ons om samen met jullie een stap richting verbetering te zetten.

hello@catcoon.be

www.catcoon.be



uw product- & data strategische partner

Catcoon is een team van **18 experts** die jou ondersteunen bij elk aspect van digitale transformatie. Met ervaring in complexe en corporate omgevingen en diverse specialisaties, combineren we onze passie voor Design Thinking en Service Design met een sterke technische en zakelijke achtergrond. Zo maken we de vertaalslag naar product-, marketing- en techteams naadloos en effectief.

hello@catcoon.be

www.catcoon.be