



Meer winst door een succesvolle website
Onderzoek onder Nederlandse zzp'ers

Toplines rapport voor SIDN

P-3981, D1
september 2016



Inleiding



Amsterdam, september 2016

Geachte lezer,

Voor u ligt de rapportage van een grootschalig onderzoek naar de waarde van een website voor zzp'ers in Nederland. In navolging van een onderzoek in Groot-Brittannië, is bij SIDN de wens ontstaan om een dergelijk onderzoek ook in Nederland uit te voeren. In Groot-Brittannië bleek dat een website leidt tot gemiddeld 21 extra opdrachten die samen een waarde hebben van £ 16,590,-.

Aan het onderzoek in Nederland hebben 1.280 zzp'ers deelgenomen. Voor de selectie is gebruik gemaakt van een bestand van ruim 33.000 zzp'ers van DR3Data. Consultants zijn hierbij bewust buiten de steekproef gehouden. Deze zzp'ers hebben online een korte vragenlijst ingevuld.

Wij hebben met veel betrokkenheid aan dit onderzoek gewerkt en vertrouwen erop dat de onderzoeksresultaten zullen bijdragen aan de optimalisatie van websites voor zzp'ers

Met vriendelijke groet,

Namens MediaTest,
Michiel Rotteveel
Directeur onderzoek

Namens SIDN,
Michiel Henneke
Marketing Manager





Inhoud

Meer winst door een succesvolle website Onderzoek onder zzp'ers

Pagina

Management Samenvatting

4

Resultaten

1. Website is belangrijk kanaal

6

2. Omzetstijging door geringe investering

11

3. Aantal duidelijke succesfactoren

17

Bijlage A: technische verantwoording

23

Management Samenvatting

In opdracht van SIDN heeft MediaTest onderzoek gedaan naar de waarde van een website voor zzp'ers. Hiertoe hebben 1.280 zzp'ers [geen consultants] online een korte vragenlijst ingevuld.

De centrale conclusie uit dit onderzoek is:

Een succesvolle website levert de zzp'er geld op.

Deze conclusie volgt uit de volgende drie hoofdlijnen:

1. De website is een belangrijk kanaal

Nagenoeg alle zzp'ers [95%] in Nederland hebben een website. Dit in tegenstelling tot in Groot-Brittannië, waar slechts 65% van de zzp'ers een website heeft

De website speelt voor de meerderheid een grote [29%] of enigszins [55%] een rol bij het binnenhalen van nieuwe opdrachten. Sites zijn vooral gericht op marketing. Het belangrijkste doel van de site is online vindbaarheid [91%]. Slechts 30% noemt online verkoop als belangrijk doel.

73% van de zzp'ers zet naast de website social media en/of een app in. Hierbij is de site in de meeste gevallen belangrijker dan [40%] of even belangrijk als [40%] de social media.

Management Samenvatting

2. Omzetstijging door geringe investering

De website levert de zzp'er gemiddeld € 22.550,- op. In Groot-Brittannië is dit € 19.550,-.

De investering per jaar is voor 86% van de zzp'ers niet meer dan € 500,-. Daarnaast besteed 84% van de zzp'ers niet meer dan 2 uur per maand aan de site.

Opvallend hierbij is dat zzp'ers die meer dan € 10.000,- omzet binnenhalen maar 1 uur per maand en € 250,- per jaar meer besteden dan zzp'ers die minder dan € 1.000,- via de site binnenhalen.

Wat betreft omzet zien we verschillen naar jaren ervaring, branche en regio.

- Zzp'ers die korter dan 5 jaar actief zijn halen beduidend minder omzet via de site binnen dan zzp'ers die langer actief zijn (€8.950 versus €25.000).
- Handel (€34.250) en Bouw (€28.600) doen het beter dan Verzorging (€5.071), ICT (€6.205) en Zakelijke dienstverlening (€7.900). Deze rangorde zien we ook terug als we verder inzoomen op beroepsniveau.

3. Aantal duidelijke succesfactoren

De volgende factoren vertonen een duidelijke samenhang met de extra opdrachten die via de site binnen komen:

- Regelmatig een nieuw item posten
- Online promotie (met name SEO en in mindere mate online advertenties)
- Ondersteuning / combinatie met social media en/of een app

Nadere analyse leert dat de investeringen in online promotie niet hoog zijn, zeker in relatie tot wat de opbrengsten ervan kunnen zijn.

Tips voor een succesvolle site:

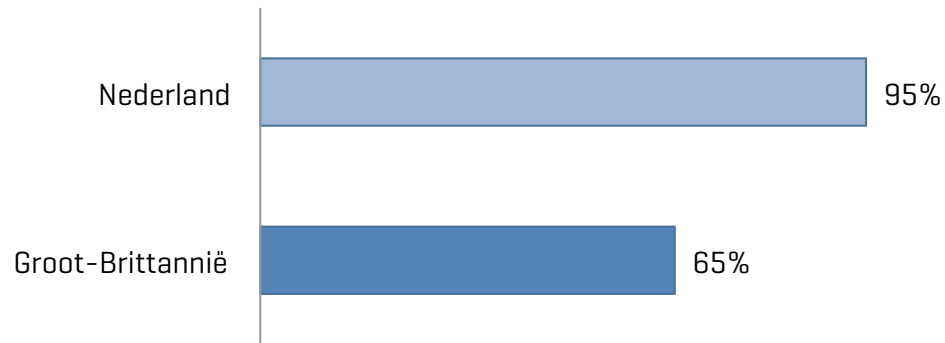
1. Zorg regelmatig voor nieuwe content op de site. Succesvolle sites plaatsen minimaal maandelijks iets nieuws.
2. Maak gebruik van SEO. De (geringe) kosten hiervan lijken zich goed terug te betalen.
3. Zet naast de site social media in. Online succesvolle zzp'ers hebben vaak naast hun site social media.
4. Doe een kleine extra investering. Het verschil tussen een succesvolle en een minder succesvolle site is € 250,- en 13 uur per jaar.

1

> De website is een belangrijk kanaal



Nagenoeg alle zzp'ers hebben een site



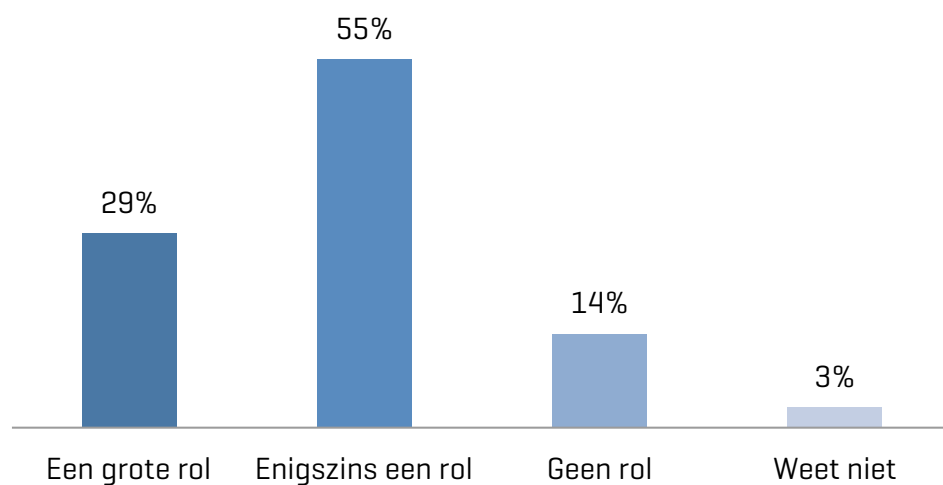
Figuur 1. Percentage zzp'ers met een website in Nederland (n=1280) en Groot-Brittannië (n=2000)

In Nederland heeft nagenoeg iedere zzp'er een website (95%). Dit percentage ligt beduidend hoger dan in Groot-Brittannië, waar 65% een website heeft.

Waar in Groot-Brittannië een deel van de zzp'ers nog overtuigd moet worden van het belang van een website, is dit in Nederland bij iedereen duidelijk.

De zzp'ers die geen website hebben geven meestal aan dat deze in ontwikkeling is.

Site speelt rol bij binnenhalen nieuwe opdrachten

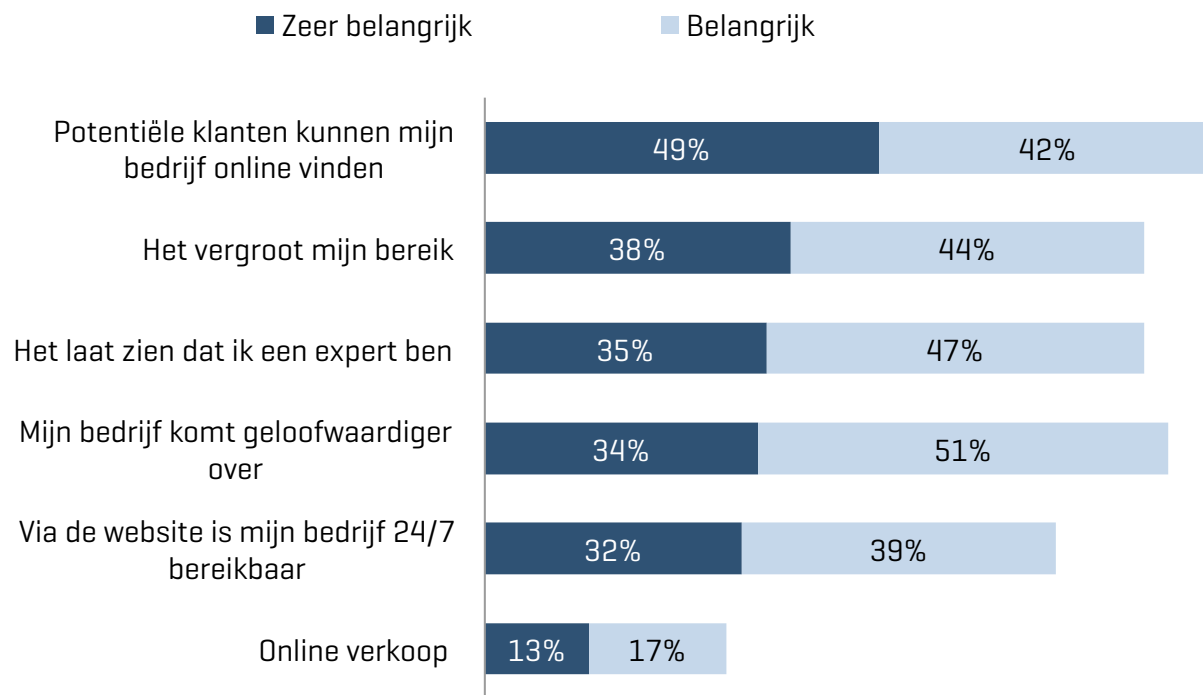


Figuur 2. Mate waarin de site een rol speelt bij het binnenhalen van nieuwe opdrachten (n=1209)

Bij een ruime meerderheid van de zzp'ers speelt de site een rol bij het binnenhalen van nieuwe opdrachten [84%].

Dit geldt sterker voor de branches Handel en Verzorging [respectievelijk 40% en 36% grote rol].

Online vindbaarheid belangrijkste doel



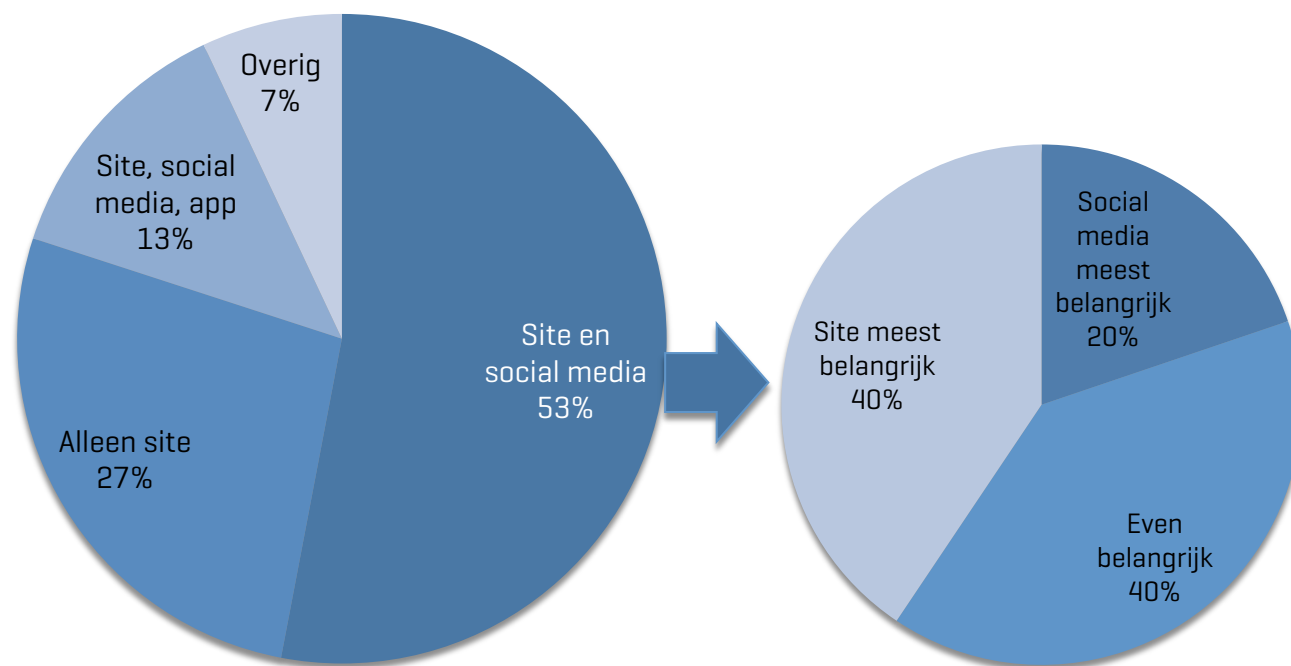
Figuur 3. Doel van de site [n=1209]

Belangrijkste reden om een site te hebben is de online vindbaarheid [91%].

Ook andere belangrijke doelstellingen zijn meer marketing-gericht.

Van de voorgelegde doelstellingen is online verkoop de minst belangrijke.

Website centraal in online mediamix



Figuur 4. Rol website in mediamix (n=1209)

De site staat bij de meeste zzp'ers niet op zichzelf.

De meeste zzp'ers zetten naast een website social media [66%] of een app [17%] in.

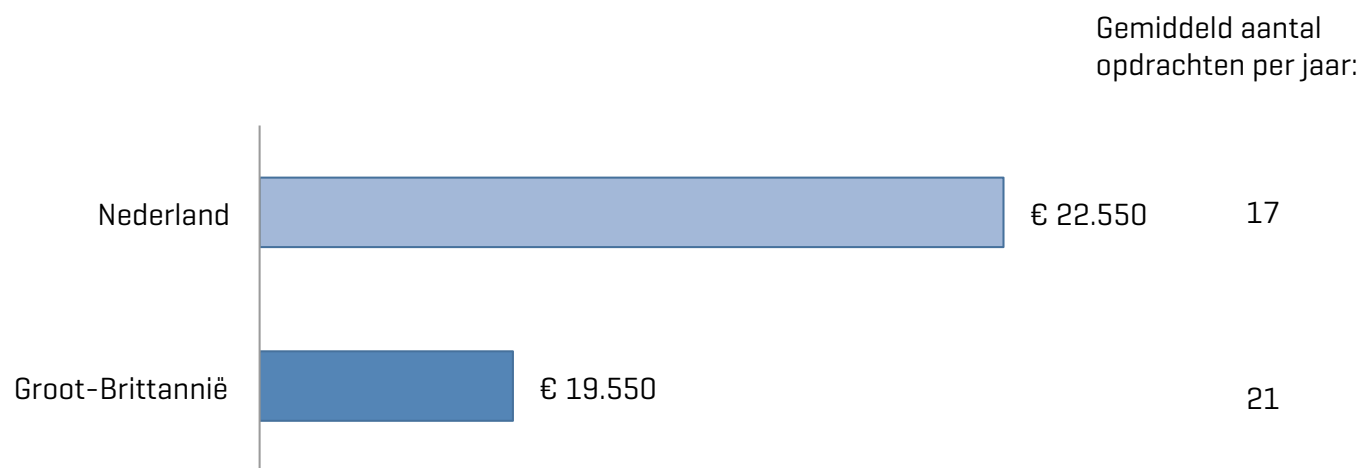
Wel geldt dat voor 40% van de zzp'ers die social media inzetten de site het meest belangrijk is. Voor 20% is social media het meest belangrijke kanaal.

12

> Omzetstijging door geringe investering

M

Nederlandse zzp'ers boeken meer succes met site

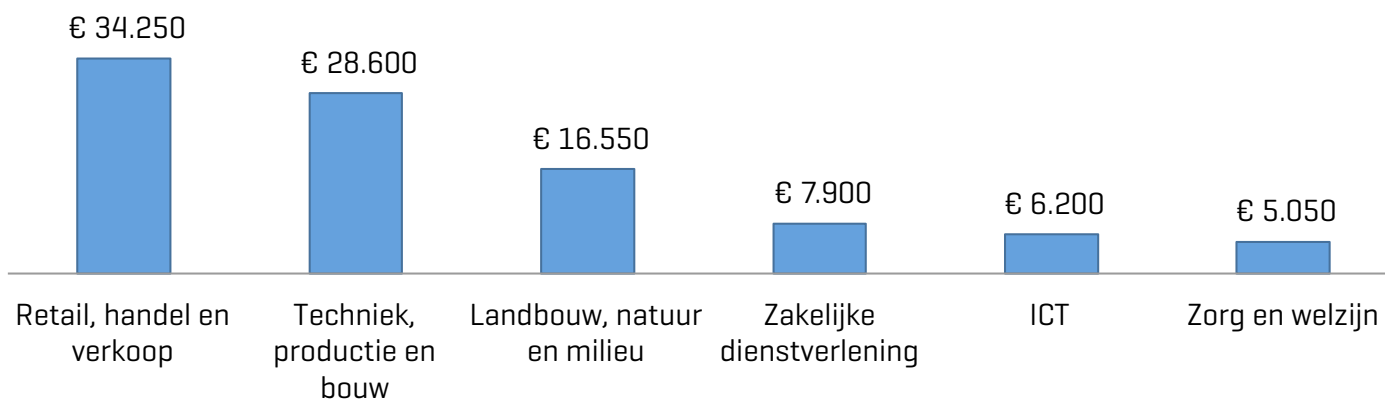


Figuur 5. Gemiddelde extra omzet per jaar via website in Nederland (n=1209) en Groot-Brittannië (n=2000)

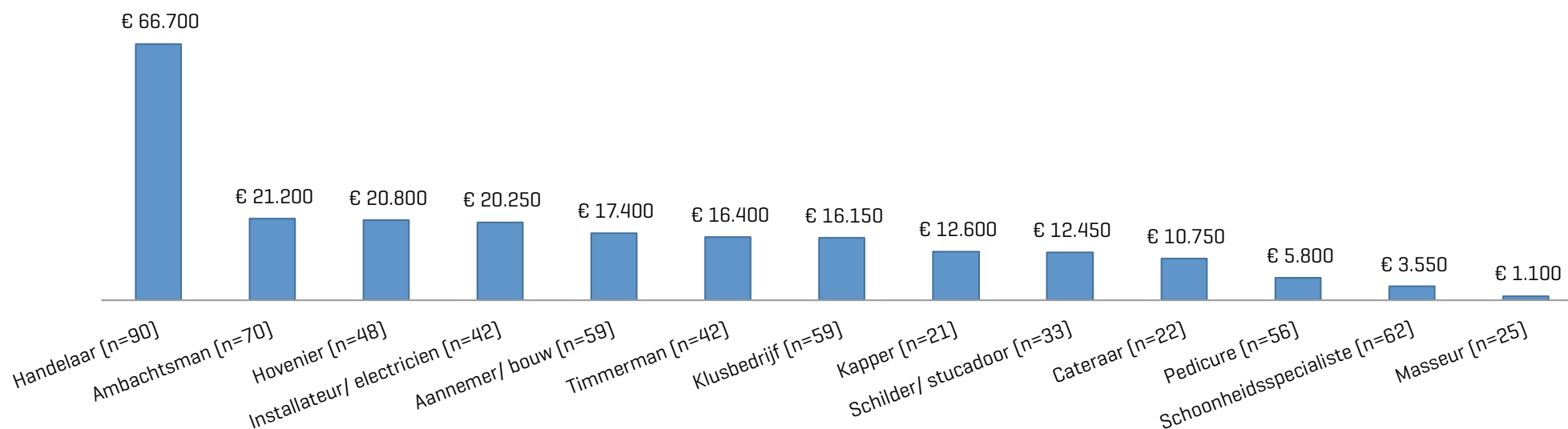
Nederlandse zzp'ers boeken meer succes via hun website dan hun collega's in Groot-Brittannië. Alhoewel men in Groot-Brittannië gemiddeld 4 opdrachten per jaar meer binnenhaalt via de website, verdienen de Nederlandse zzp'ers per jaar meer aan de opdrachten die ze via hun website binnenhalen.

Per jaar zet een Nederlandse zzp'er gemiddeld €22.550 extra om dankzij de website tegenover €19.550 in Groot-Brittannië. Dit betekent dat iedere opdracht die wordt binnengehaald via de website voor Nederlandse zzp'ers gemiddeld ca. €1.350,- bedraagt, terwijl dit in Groot-Brittannië €950,- is.

Branche en beroep spelen een rol



Figuur 6. Gemiddelde omzet naar branche (n=1209)

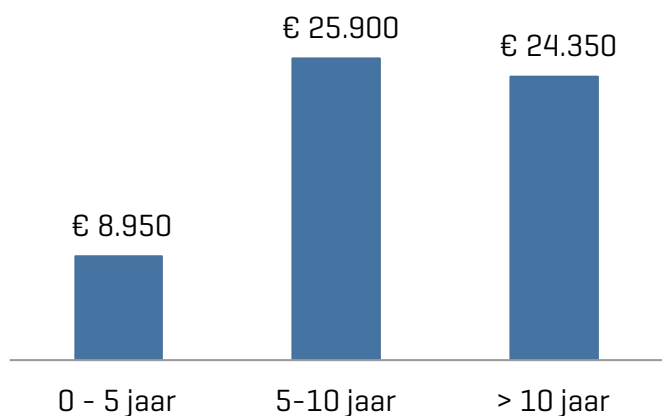


Figuur 7. Gemiddelde omzet naar beroep

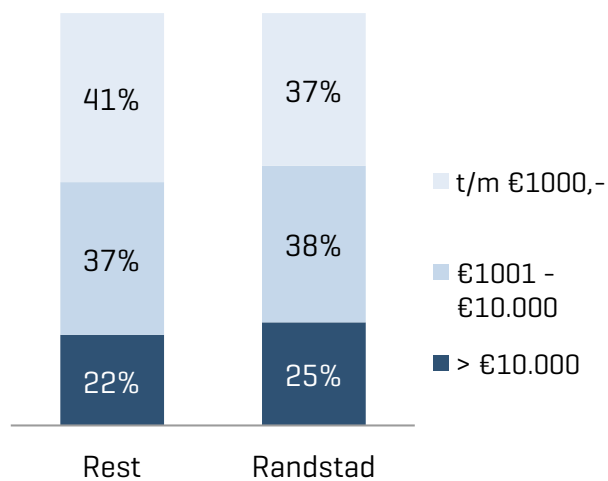
Er is een duidelijk verschil tussen branches te zien. Zzp'ers binnen de branche 'Retail, handel en verkoop' maken per jaar ca. 7 keer zoveel omzet via hun website dan zzp'ers binnen de branche 'Zorg en welzijn'.

Zoomen we verder in op beroepen dan wordt dit beeld bevestigd. De handelaar haalt de meeste extra omzet uit de site, gevolgd door beroepen in de bouw.

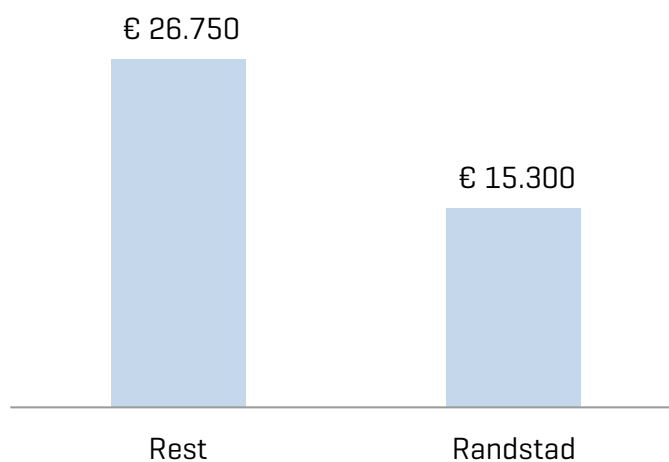
Daarnaast spelen ervaring en regio een rol



Figuur 7. Gemiddelde omzet naar aantal jaren ervaring (n=1209)



Figuur 9. Omzet van de website naar gemiddelde regio (n=1209)



Figuur 8. Gemiddelde omzet naar regio (n=1209)

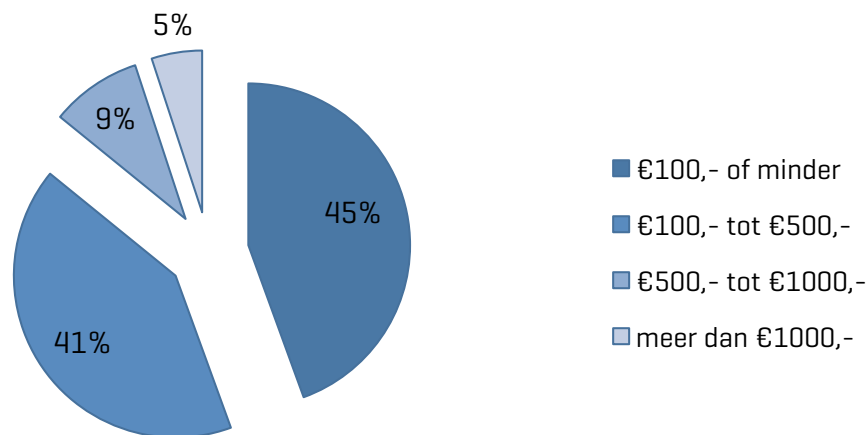
Daarnaast is er een relatie tussen aantal jaren ervaring en de gemiddelde omzet via de website per jaar. Zzp'ers met minder jaren ervaring draaien nog minder omzet via hun website.

Zzp'ers in de randstad hebben iets vaker een succesvolle website dan zzp'ers daar buiten (25% versus 22%). Toch hebben zzp'ers van buiten de randstad gemiddeld een hogere omzet via de site. Oorzaak hiervan is dat de top 10 wat betreft omzet allen buiten de randstad gevestigd zijn.

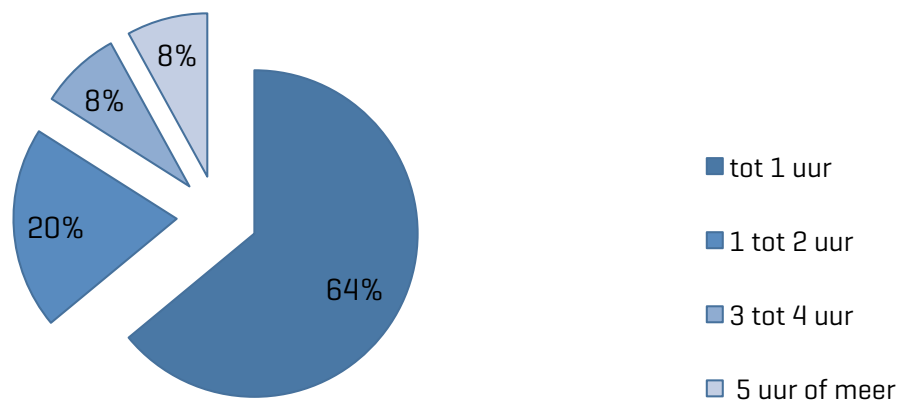
Beroepen top 10 omzet:

1. Betonboorder
2. Chaletverhuur
3. Fabricage/verkoop aanhangers
4. Importeur campers
5. Handel in gebruikte bedrijfswagens
6. Koi en vijvers
7. Dakdekker
8. Autoverkoper
9. Orgelbouwer
10. Electrotechniek, vijvers en zonnepanelen

Investerings in de website zijn laag



Figuur 9. Gemiddelde kosten van de website per jaar (n=1209)

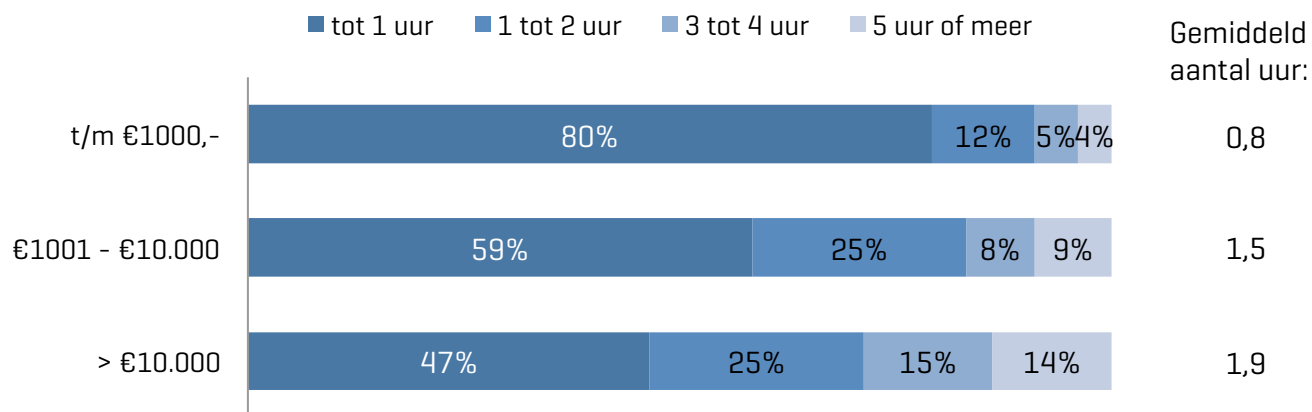


Figuur 10. Gemiddeld aantal uur per maand besteed aan website (n=1209)

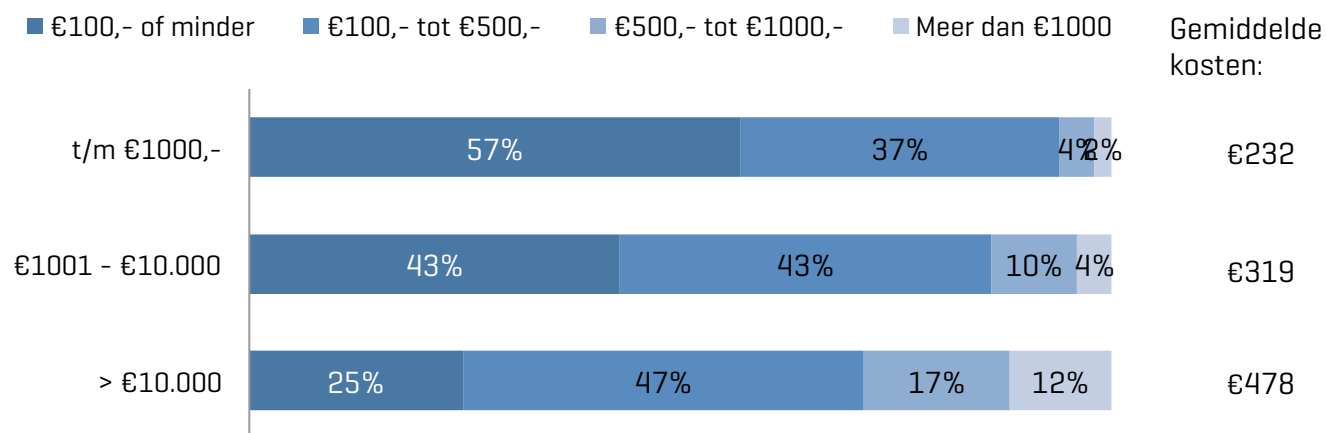
zzp'ers besteden gemiddeld weinig tijd en geld aan hun website. Slechts 14% besteedt meer dan €500,- per jaar en het overgrote deel (64%) van de zzp'ers besteedt per maand minder dan een uur aan hun website.

Gemiddeld besteden zzp'ers minder dan anderhalf uur per maand aan hun website en investeren ze per jaar ca. €300,- in hun website.

Succesvolle website kost marginaal meer tijd en geld



Figuur 11. Omzet van de website naar gemiddeld aantal uren per maand besteed aan de website [n=1209]



Figuur 12. Omzet van de website naar gemiddelde kosten voor de website per jaar [n=1209]

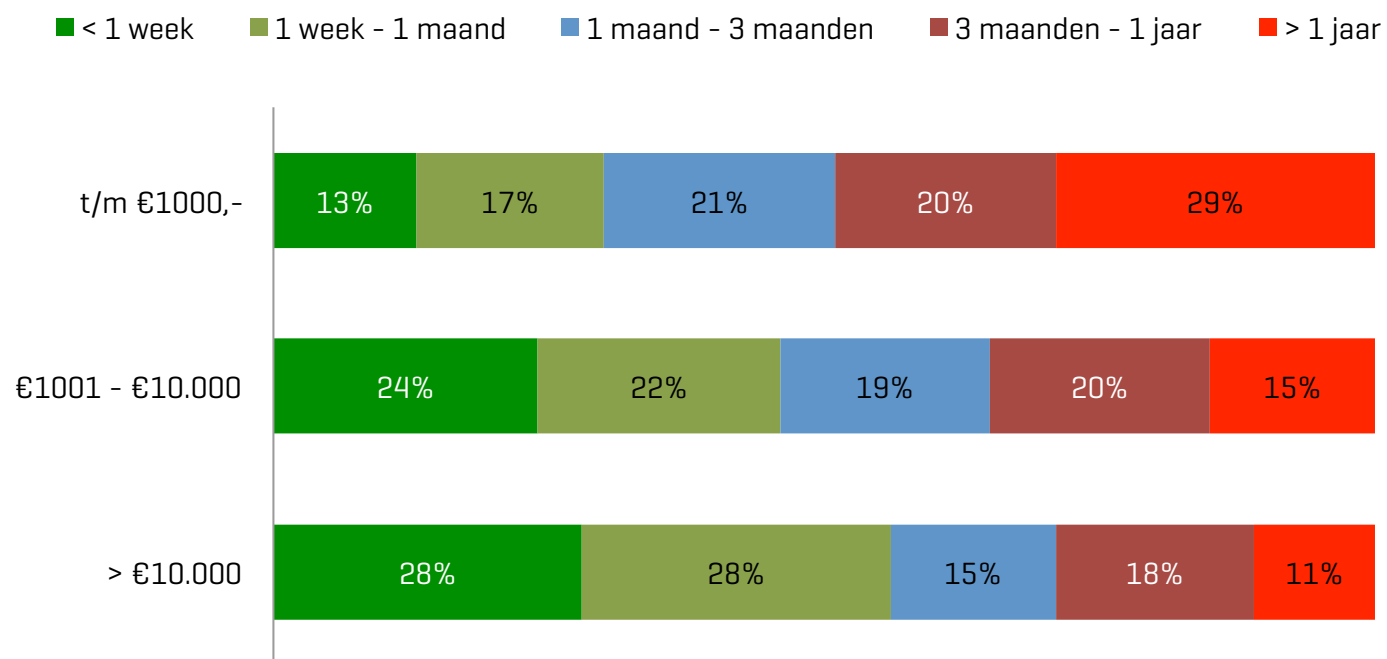
Opvallend is dat aan succesvolle websites maar marginaal meer tijd en geld besteed wordt. Hoewel aan succesvolle websites dubbel zoveel tijd en geld besteed wordt, blijft dit een marginale investering in relatie tot de omzet die extra wordt behaald.

3

> Aantal duidelijke succesfactoren

M

Regelmatig aanpassen is succesfactor



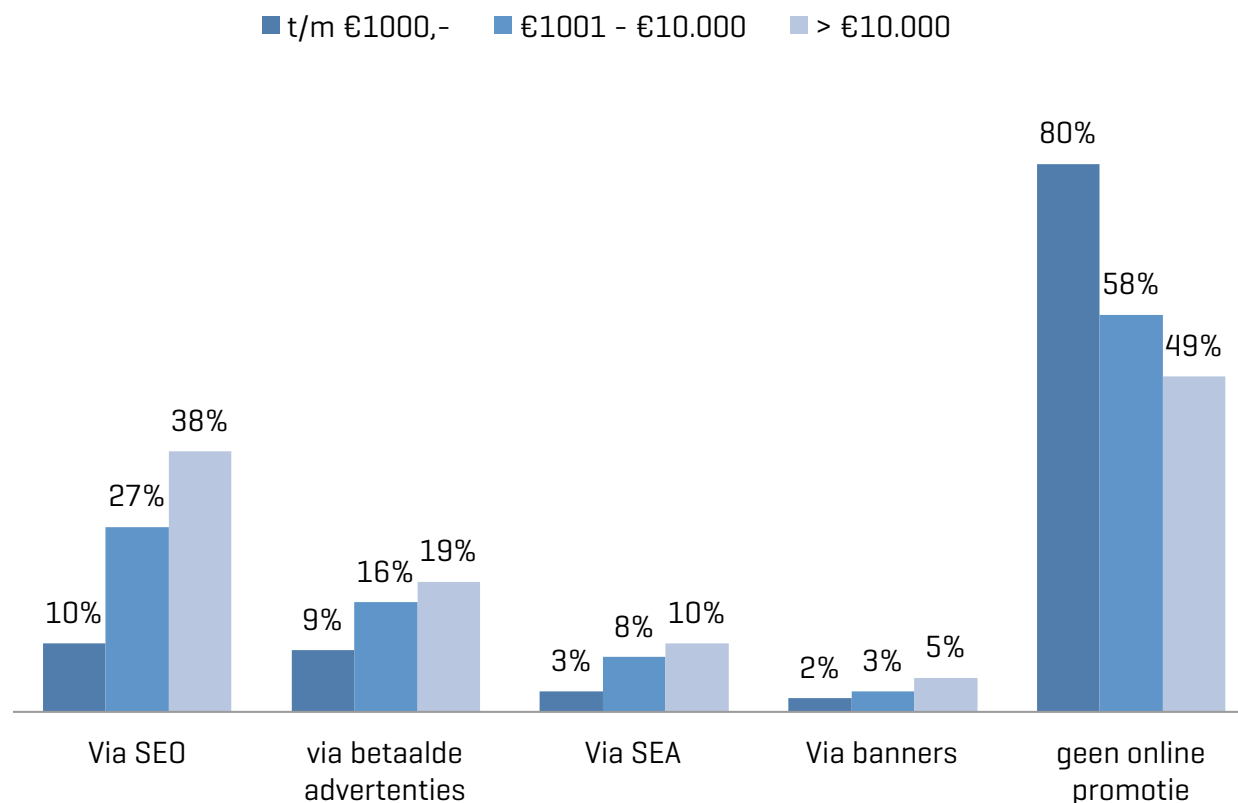
Figuur 13. Wanneer voor het laatst iets geplaatst op website naar omzet (n=1209)

Door in te zoomen op het verschil tussen succesvolle sites (meer dan €10.000 extra omzet) en minder succesvolle (minder dan €1.000), hebben wij een aantal succesfactoren bepaald.

Voor een succesvolle website is het belangrijk dat deze up-to-date is. Succesvolle sites plaatsen vaker minimaal maandelijks iets nieuws [56%].

zzp'ers die met hun website minder omzet binnenhalen zijn gemiddeld minder up-to-date. Voor bijna een derde [29%] van deze sites geldt dat de website al meer dan een jaar niet aangepast is. Voor succesvolle sites is dit 11%.

Online promotie draagt bij aan succes



Figuur 14. Type online promotie van de dienstverlening naar omzet (n=1209)

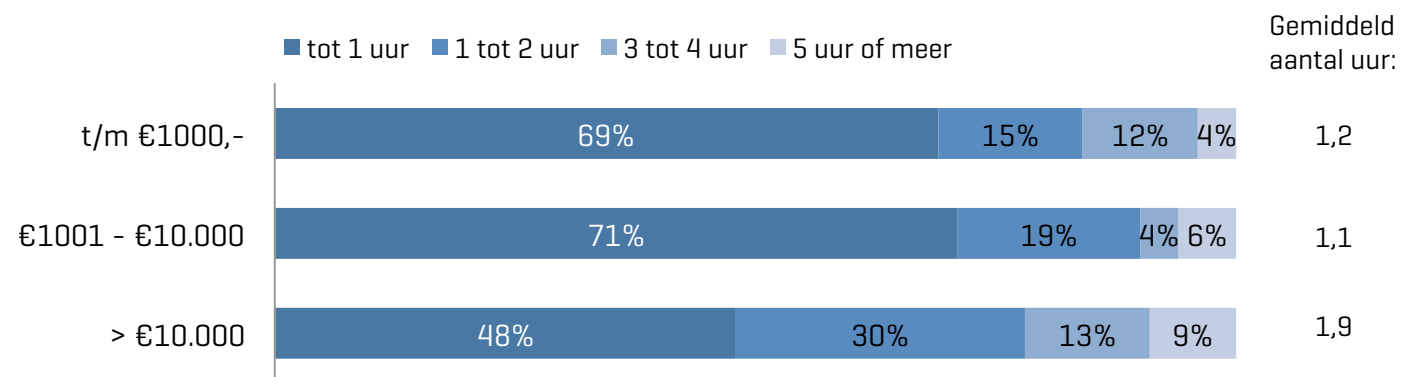
Er is een duidelijke samenhang tussen online promotie en het succes van de website.

Met name Search Engine Optimization (SEO) laat een duidelijk verschil zien tussen succesvolle en minder succesvolle websites [respectievelijk 38% en 10% van de zzp'ers doet dit].

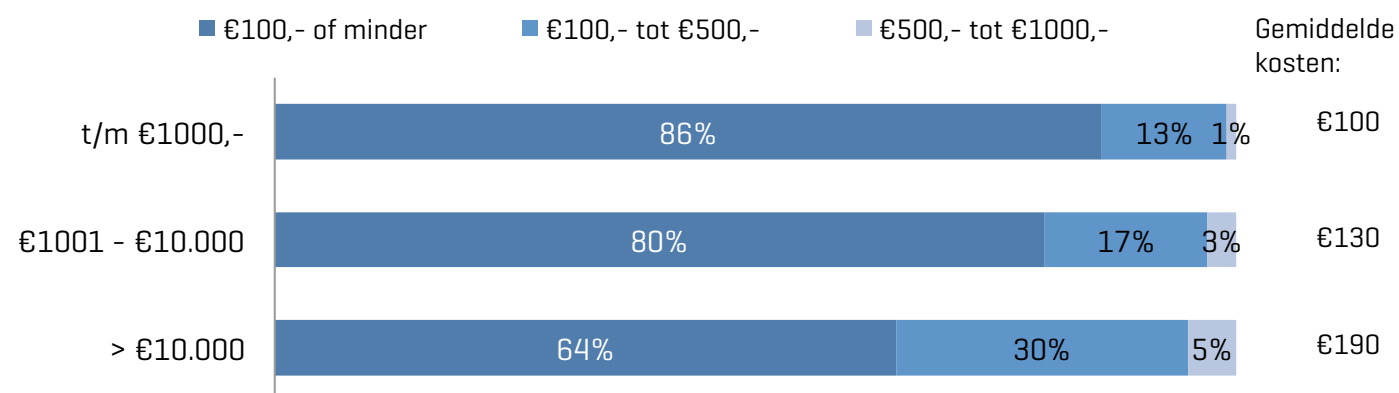
Hierbij komt wederom het belang van vindbaarheid naar voren.

Een tweede belangrijk type online promotie is de betaalde advertentie. Hierbij is de samenhang omzet minder groot.

Investering in online promotie gering



Figuur 15. Uren online promotie per week naar omzet (n=446)



Figuur 16. Kosten online promotie per jaar naar omzet (n=446)

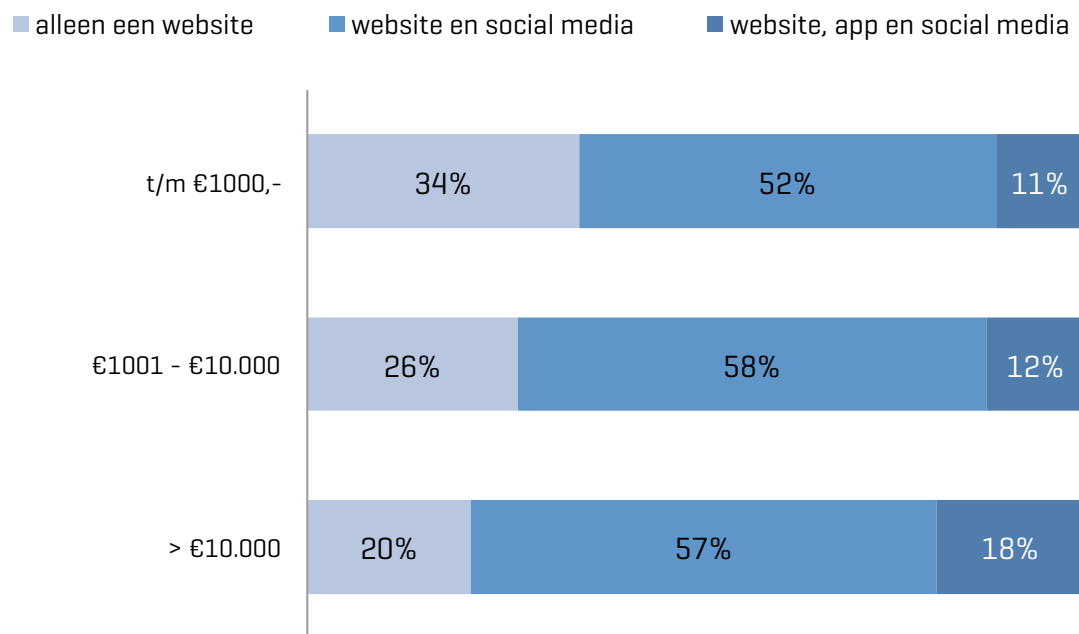
De meerderheid (succesvol en niet succesvol) investeert weinig in online promotie (net als in de website zelf).

Meer geld en tijd steken in het online promoten van je website houdt wel degelijk verband met de omzet die dankzij de website binnenkomt. zzp'ers met succesvolle websites besteden iets meer geld en tijd aan online promotie. Deze investering staat echter niet in verhouding tot de extra omzet.

Voor een succesvolle site wordt elk jaar gemiddeld €90,- meer geïnvesteerd in online promotie dan voor minder succesvolle sites.

Per maand zit er ongeveer drie kwartier meer tijd in een succesvolle website dan in een minder succesvolle site.

Social media en app maken site succesvoller



Figuur 17. Inzet social media en app naar omzet [n=1209]

Ten slotte is de inzet van social media een succesfactor. Er wordt een grotere omzet via websites gedraaid door zzp'ers die naast hun websites ook zakelijke social media gebruiken en in sommige gevallen een app hebben voor hun dienstverlening.

Slechts 20% van de succesvolle websites wordt niet ondersteund door zakelijke social media. Voor minder succesvolle websites is dit 34%.



Verantwoording



Meer winst door een succesvolle website Onderzoek onder zzp'ers

Documentnummer R-3981, versie E1

Betrokkene SIDN Michiel Henneke
Marnie van Duijnhoven

Betrokkenen MediaTest Michiel Rotteveel
Jody Bauer
Yanniek Hendriks

© 2016, BTC MediaTest BV

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van MediaTest BV.

BTC MediaTest BV
Koningin Wilhelminaplein 2-4
Postbus 16900
1001 RK Amsterdam
020 410 00 00
www.mediatest.nl
KvK 11041988
Rabobank 1202.89.741

A

> Technische verantwoording

M

Representatief kwantitatief onderzoek

Online onderzoek onder 1280 respondenten

- Om inzicht te verkrijgen in de waarde van een website voor zzp'ers in Nederland is een kwantitatief onderzoek uitgevoerd in de vorm van een online enquête.
- Dit onderzoek is uitgevoerd in navolging van een onderzoek in Groot-Brittannië.
- Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een bestand van ruim 33.000 zzp'ers van DR3Data. Consultants zijn hierbij bewust buiten de steekproef gehouden. zzp'ers zijn per e-mail benaderd om aan het onderzoek deel te nemen.
- De vragenlijst voor het onderzoek is opgesteld door MediaTest, in samenwerking met SIDN.

Profiel steekproef	
Man	75%
Vrouw	25%
t/m 40 jaar	20%
41 - 50 jaar	31%
51 - 60 jaar	34%
> 60 jaar	15%
Lage opleiding [Lager, LBO, Mavo]	18%
Midden opleiding [MBO, Havo]	47%
Hoge opleiding [Hbo, WO]	35%