

WERKWIJZE & WIJSHEDEN VAN

| HET
AGENTSCHAP |

JIGAL SCHRIJVER

EERDERE UITGAVEN VAN HET AGENTSCHAP



Werkwijze & Wijsheden van Het Agentschap is in eigen beheer uitgegeven.

Eerste druk, 2024 ©

Tekst & Samenstelling: Jigal Schrijver
Vormgeving: Vocking ontwerpt

Disclaimer:
Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt, op welke wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Het Agentschap BV.

Hoewel deze uitgave met veel zorg is samengesteld, aanvaardt de schrijver geen aansprakelijkheid voor schade ontstaan door eventuele fouten en/of onvolkomenheden.

Inleiding	5
# 01 Afspraak = afspraak.	7
# 02 Wie een doel heeft, gaat ergens heen.	11
# 03 If you don't have a plan, you become somebody else's plan.	15
# 04 It's not who you know. It's who knows YOU!	19
# 05 There is always a way.	23
# 06 Een sinaasappel is gewoon een mandarijn die er iets van gemaakt heeft.	27
# 07 Alles wat je doet is een keuze.	31
# 08 Kijk vooruit. Achter je gebeurt het niet.	35
# 09 Feedback helpt je vooruit.	39
# 10 The only place where 'success' comes before 'work' is in the dictionary.	43
# 11 If you want to be interesting, be interested.	47
# 12 Luck is when opportunity meets preparation.	51
# 13 When everything is under control, you're not going fast enough.	55
# 14 The person who doesn't make mistakes, is unlikely to make anything.	59
# 15 There are three kinds of people...	63
# 16 We have a strategic plan. It's called 'doing things'!	67
# 17 Action always beats intention.	71
# 18 If you're waiting for a sign, this is it.	75

INLEIDING

Het Agentschap helpt uitvoerende artiesten, media professionals en creatieven met het gestructureerd ontwikkelen van hun carrière. Dat doen we aan de hand van een Persoonlijk Marketing Plan als ondersteunend instrument. Hiermee wordt de basis gelegd voor een lange-termijn strategie die bijdraagt aan het (op)bouwen van een succesvolle carrière en het realiseren van een continue stroom nieuwe projecten.

Bovendien ontwikkelen we formats en concepten gelinkt aan individuele cliënten. Deze formats en concepten bieden we actief aan in de markt. Waar mogelijk zetten we ons uitgebreide netwerk in.

Het Agentschap wil het beste marketing & management agentschap zijn voor haar cliënten. Dat doen we op basis van de volgende principes:

- » We zijn optimaal bereikbaar voor onze cliënten.
- » We zijn proactief in onze werkzaamheden.
- » We werken met een helder en meetbaar lange-termijn plan (Persoonlijk Marketing Plan).
- » We geven toegang tot ons uitgebreide netwerk.
- » We inspireren en dagen onze cliënten uit.
- » We creëren toegevoegde waarde waar onze cliënten graag voor betalen.
- » We begrijpen de dynamiek van de opdrachtgever maar zoeken daar binnen naar de beste deal voor onze cliënt. Deals waar onze cliënt 100% achter staat.
- » We werken zelf net zo hard aan onze eigen zichtbaarheid, positionering en ontwikkeling.
- » We staan open voor feedback.
- » We opereren op het snijvlak van management, marketing en business development binnen de persoonlijke context van elke individuele cliënt.

Onze filosofie wordt ondersteund door een aantal principes en wijsheden die samen de basis vormen van onze werkwijze. In dit boekje leggen we uit wat we met die principes en wijsheden bedoelen. En wellicht interessanter, hoe jij er je voordeel mee kunt doen.

We hopen dat de wijsheden aanzetten tot nadenken over je carrière. Om nieuwe inzichten te krijgen. Dat het motiveert om pro-actief aan de slag te gaan. Om uiteindelijk te kunnen doen wat je het liefste doet. Met passie, een beetje structuur en nuttige tips.

Kijk voor meer informatie en onze cliënten op www.het-agentschap.nl

01

AFSPRAAK
=
AFSPRAAK.

(Jigal Schrijver)



#01 AFSPRAAK = AFSPRAAK.

In het bedrijfsleven valt dit principe onder de noemer *'business hygiene'*, met andere woorden, dit is een standaard voorwaarde om goede zaken te doen. Het is dan ook de basis van een professionele aanpak van je carrière, want als je je afspraken niet na komt dan heeft dat al snel negatieve gevolgen voor je betrouwbaarheid als professional en persoon.

We bedoelen met afspraken, niet alleen de fysieke afspraken met anderen (koffie met X, lunchafspraak met relatie Y), maar ook 'beloftes' zoals bijvoorbeeld je social media updaten, nieuwe foto's laten maken, je netwerk een update mailen en je eigen website bijwerken.

Of je nu met jezelf afspraken maakt om stappen te zetten of dat je anderen nodig hebt om afspraken na te komen ('stok achter de deur'), de basis blijft afspraak = afspraak.

De zakelijke omgeving waarin je actief bent zal deze werkhouding kunnen waarderen. Het onderstreept je professionaliteit en toont dat je je werk en je werkrelaties serieus neemt.

Het niet nakomen van afspraken werkt bovendien vertragend op al je werkgerelateerde activiteiten. En het gaat niet alleen om afspraken met anderen, maar zeker ook om afspraken met jezelf, zoals het halen van deadlines of het oppakken van actiepunten.

In de praktijk zal je voor afspraak = afspraak een behoorlijke dosis discipline moeten opbrengen. Zeker als je gewend bent om de dingen te nemen zoals ze komen.

Kortom, de basis van een professionele aanpak van je carrière begint bij afspraak = afspraak.

02

WIE EEN
DOEL
HEEFT,
GAAT
ERGENS
HEEN.

(Jigal Schrijver)



#02 WIE EEN DOEL HEEFT GAAT ERGENS HEEN.

Voordat je weet welke weg je gaat bewandelen en welke actiepunten daarbij horen, is het cruciaal om een duidelijke, realistische (en meetbare) doelstelling te hebben.

Met actiepunten bedoelen we concrete activiteiten die je onderneemt om dichterbij je doel te komen. Als je de vindbaarheid in Google wilt vergroten, dan is een actiepunt dat je je eigen naam als url vastlegt (www.jeeigenaam.nl).

Een doelstelling (of meerdere doelstellingen) zorgt voor focus. Met andere woorden, het draagt bij aan doelgericht werken. Want als je een doel hebt, kun je zorgen dat alle actiepunten ook een bijdrage leveren aan het behalen van dat doel.

Als je bijvoorbeeld een duidelijk beeld van jezelf wilt geven aan voor jou belangrijke partijen in de markt, zorg dan dat je CV, je foto's, je website en je social media allemaal dezelfde uitstraling hebben.

Als iemand je dan op verschillende manieren 'tegenkomt' dan bevestigt elk contact het totale plaatje.

Het werkt ook motiverend om steeds een stukje dichterbij je doel te komen. Dat geeft nieuwe energie. Dat straalt je dan ook uit, wat vervolgens weer positief op je omgeving werkt.

Volgens een Chinese wijsheid begint elke reis met een eerste stap. Het helpt wel als die stap direct in de juiste richting is.

Houd er rekening mee dat veranderende omstandigheden ertoe kunnen leiden dat je je doelstelling(en) moet aanpassen onderweg.

Deze stappen zijn slechts het middel, niet een doel op zich.

03

IF YOU
DON'T HAVE
A PLAN,
YOU BECOME
SOMEBODY
ELSE'S PLAN.

(Terrence McKenna)

#03 IF YOU DON'T HAVE A PLAN, YOU BECOME SOMEBODY ELSE'S PLAN

Met het definiëren van een doelstelling en het opstellen van actiepunten krijg je focus (zie #02 Wie een doel heeft, gaat ergens heen). Focus op waar je naar toe wilt met je carrière en je ontwikkeling. Maar ook duidelijkheid voor jezelf, achter welke kansen je aan rent en welke je laat gaan.

Je kunt nog een stap verder gaan:

Door een Persoonlijk Marketing Plan te maken krijg je niet alleen focus, maar heb je ook een benchmark (ijkpunt) om steeds opnieuw te bepalen of de zaken die op je pad komen daadwerkelijk bijdragen aan je doelstelling. Het plan dient als een kompas.

Zonder plan, zonder doelstelling en zonder actiepunten kun je heel druk zijn met je carrière. Je zorgt dus wel voor input, maar zonder resultaat (output). Althans, je hebt geen idee of je vooruitgang boekt. En vooruitgang zit niet alleen in het feit dat je werk hebt. Werk hebben en aan je carrière werken is niet hetzelfde.

Een Persoonlijk Marketing Plan bij Het Agentschap bestaat uit de volgende onderdelen:

- Uit een serie van 120 kernwaarden kies je de 7 belangrijkste kernwaarden waar jij als professional voor staat. Deze kernwaarden vormen de basis in alles wat je doet op professioneel gebied.
- Up to date CV met relevante credits. Idealiter geven de credits al de richting aan die je op wilt. Met andere woorden: de projecten die je hebt gedaan vormen een duidelijke route naar je doelstelling op middellange termijn.
- Doelstelling(en). Wat wil je bereiken binnen nu en 1 jaar en over 3 - 5 jaar? En als je 80 bent en je kijkt terug, wat is dan je verhaal?

- Sterkte / Zwakte Analyse (SWOT). Waar liggen je sterke punten (Strengths), waar je zwakke punten (Weaknesses), waar zie je kansen (Opportunities) en uit welke hoek komen de bedreigingen (Threats). De sterktes / zwaktes gaan over jou als professional (intern) en de kansen / bedreigingen over de buitenwereld (extern), waar je niet direct invloed op hebt, maar waar je wel rekening mee kan houden.
- Wie zijn je concurrenten? Verdeeld in bijvoorbeeld verschillende disciplines of werkgebieden. Iedereen die werk doet dat jij ook had kunnen doen is een concurrent.
- Actiepunten. Wat ga je doen en wanneer (deadlines)?
- Welke personen en instanties heb je nodig om je doelstellingen te bereiken? Hoe ziet je netwerk er uit? Hoe ziet je *Stakeholder Map* er uit? Welke personen en instanties moeten daar op komen te staan?
- Welk middelen ga je inzetten? Bijvoorbeeld foto's, video's, social media en/of een eigen website.



04

IT'S NOT
WHO YOU
KNOW.
IT'S WHO
KNOWS
YOU!

(David Avrin)



#04 IT'S NOT WHO YOU KNOW. IT'S WHO KNOWS YOU!

Het is handig als je mensen uit je eigen vakgebied kent, want die kun je benaderen en over je plannen en ambities vertellen. En die kunnen je feedback geven of aan iemand anders voorstellen.

Maar nog belangrijker is dat relevante personen uit de industrie JOU kennen. Want dan weten ze dat je bestaat (letterlijk). En kunnen ze aan je denken als ze iemand zoeken voor een specifieke opdracht, klus, rol, presentatie of productie.

Het is helaas niet genoeg om goed te zijn in je vak. Als niemand dat weet dan kom je er niet verder mee.

Bovendien heb je concurrenten. Als die beter in beeld zijn bij relevante personen uit de industrie (stakeholders) dan zullen die bijvoorbeeld eerder worden gevraagd voor een nieuwe klus.

Tegenwoordig bestaan er eenvoudige, gratis tools: social media. Het structureel en effectief inzetten van verschillende social media platformen (Instagram, Tik Tok, Facebook, X, LinkedIn, Youtube, etc.) helpen je om 'bekend' te worden binnen je netwerk. Je bouwt aan je eigen achterban die je op de hoogte houdt van je inhoudelijke bezigheden.

Bovendien vormen de social media een goede bron van informatie over wat er speelt in jouw vakgebied. Je kan zien wie de 'movers & shakers' zijn. Maar je kan ook eenvoudig je concurrenten volgen. Zo zie je sneller waar mogelijkheden zich voordoen waar je op kan aanhaken. Maak er dus een gewoonte van om regelmatig tijd te besteden aan 'markt onderzoek'.

05

THERE
IS ALWAYS
A WAY.

(James Carnell)



#05 THERE'S ALWAYS A WAY.

Als je druk bezig bent met plannen maken, actiepunten opvolgen en mooie projecten uitvoeren dan is daar op een dag het moment waarop het lijkt of je niet verder komt. Inderdaad, dat LIJKT zo.

Zelfs als je ervan overtuigd bent dat je een doodlopende straat in bent gegaan, dan nog is er een mogelijkheid om je weg weer te vinden. *There's always a way.* Figuurlijk, er is altijd een manier om weer verder te komen.

De weg is misschien niet duidelijk te zien. En wellicht bestaat het vinden van die weg uit meerdere kleine stappen, maar de weg is er wel.

Hoe je die weg vindt? Slaap er eens een nachtje over. Leg het eens voor aan iemand die uit een hele andere discipline, industrie of baan komt. Ga twee stappen terug en neem opnieuw een aanloop. Of bedenk wat je zou doen als je het allemaal opnieuw mocht doen.

06

EEN
SINAASAPPEL
IS GEWOON
EEN
MANDARIJN
DIE ER IETS
VAN
GEMAAKT
HEEFT.

(Onbekend)



#06 EEN SINAASAPPEL IS GEWOON EEN MANDARIJN DIE ER IETS VAN GEMAAKT HEEFT.

Wie dit gezegd heeft is bij ons onbekend. Maar het vat een aantal zaken heel treffend samen. Wat ons betreft heeft het met succes te maken. Iemand die succesvol is (sinaasappel), heeft meestal al een lange weg afgelegd en is ook ooit begonnen aan het begin (mandarijn).

Succes komt niet vanzelf. Daar moet je wat voor doen. Als je de biografie van een succesvol persoon er op naslaat, wordt al snel duidelijk dat iemand eerst met tegenslagen te maken heeft gehad voordat er succes was. De betreffende persoon heeft heel hard gewerkt voor succes. En belangrijker, hij of zij is op een positieve manier omgegaan met tegenslagen.

Ga er maar van uit dat als jij het ideale pad van je carrière bewandelt er continue tegenslagen zijn, kleine en grotere, die ervoor zorgen dat je weer overeind moet krabbelen. Het verschil tussen mensen die succes hebben en diegenen die hun doel nooit bereiken, is de manier waarop ze omgaan met tegenslagen en veranderende omstandigheden.

Een goed plan hebben kan je helpen om de grote lijnen te blijven zien en dus makkelijker om te gaan met zaken die niet lopen zoals gepland.

07

ALLES
WAT JE
DOET IS
EEN
KEUZE.

(Jigal Schrijver)



#07 ALLES WAT JE DOET IS EEN KEUZE.

Word je geleefd of bepaal je zelf hoe je leeft? In onze visie heb je eigen keuzes altijd zelf in de hand. Uiteraard onder invloed van anderen en de omstandigheden. Maar uiteindelijk kun je zelf keuzes maken om iets wel of niet te doen.

Als het om je carrière gaat, bepaal je zelf wie je belt, een mail stuurt of mee afsprekt. Je bent er zelf bij of je een actieve rol neemt in het nastreven van je doelstellingen.

Er is een verschil tussen weten dat je bepaalde zaken moet oppakken en het ook daadwerkelijk doen. Een goed idee zonder goede uitvoering is niks waard. Alleen goede voornemens gaan je niet helpen om iets te bereiken.

Keuzes maken is niet altijd eenvoudig. Je kunt de hulp van anderen inroepen. Maar dan ligt de keuze nog steeds bij jezelf. Je kunt het jezelf makkelijker maken door vooruit te kijken en de gevolgen van je acties te beredeneren. Om vervolgens je uiteindelijke keuze(s) te maken. Dit heet scenario planning (niet te verwarren met het plannen van een scenario...).

Kruip nooit in een slachtofferrol als het om je carrière gaat. Zeuren dat het allemaal heel oneerlijk verdeeld is in de wereld oogst geen empathie bij je (zakelijke) omgeving.

Onthoud één ding: in bepaalde situaties besluiten niks te doen, is ook een keuze...!

08

KIJK
VOORUIT.
ACHTER JE
GEBEURT
HET NIET.

(Rij-instructeur)



#08 KIK VOORUIT. ACHTER JE GEBEURT HET NIET.

Ik had ooit een rij-instructeur die tijdens rijlessen altijd een opmerking maakte als een leerling te lang in de achteruitkijkspiegel bleef ‘hangen’. Je moest VOOR je kijken. Achter je gebeurde het niet.

Best logisch als je in de auto achter het stuur zit.

De rijleraar bedoelde natuurlijk dat als je te veel kijkt wat er achter je gebeurt je straks nog mist wat er voor je gebeurt. Met alle gevolgen van dien.

Zijn stokpaardje heeft onbedoeld nog een andere interessante betekenis: het verleden biedt geen garanties voor de toekomst.

Een succesvol project biedt zeker een kans op een volgend project. Maar daar zul je opnieuw voor moeten werken. Je zult opnieuw je best moeten doen om ervoor te zorgen dat relevante personen uit je industrie weten wie je bent en wat je kunt (bijvoorbeeld via social media). Een succesvol project kan daar natuurlijk goed bij helpen.

Bovendien ben je zo goed als je laatste project. Mensen vergeten snel (ook als je eens wat minder gepresteerd hebt...). Dus te lang blijven hangen bij wat er in het verleden is gebeurd, helpt je niet naar de toekomst toe.

Immers, wat gebeurd is, is gebeurd. Je moet vooruit!

09

FEEDBACK
HELPT JE
VOORUIT.

(Jigal Schrijver)



#09 FEEDBACK HELPT JE VOORUIT.

Hoe succesvoller je bent in je werk hoe minder mensen je feedback durven te geven. In welke fase van je carrière je ook bent, het is waardevol om een aantal mensen om je heen te verzamelen die eerlijke feedback durven en kunnen geven.

Want ook al vindt iedereen het prettig om complimenten en waardering te krijgen, je leert het meest van feedback en kritiek. Die vormen de katalysator van je persoonlijke ontwikkeling. Daar word je beter van. In je vak en als mens.

Iedereen gaat op zijn eigen manier om met kritiek. Door open te staan voor feedback van anderen blijf je leren en jezelf ontwikkelen. Heb je moeite met kritiek, dan is het nuttig om die te bespreken met de mensen van wie je feedback goed kan hebben.

Wij willen zelfs zo ver gaan dat je feedback pro-actief moet vragen aan mensen om je heen (familie, vrienden, collega's en/of iemand met autoriteit uit je vakgebied). Op die manier blijf je in beweging, leer je snel en laat je zien dat je wil groeien.

Let op: feedback krijg je, dat is een feit. Zeker vandaag de dag via de media en op social media. Of je er ook iets mee doet, bepaal je zelf!

#10

THE ONLY
PLACE
WHERE
‘SUCCESS’
COMES
BEFORE
‘WORK’
IS IN THE
DICTIONARY.

(Vince Lombardi)



#10 THE ONLY PLACE WHERE 'SUCCESS' COMES BEFORE 'WORK' IS IN THE DICTIONARY.

Soms zit het mee, soms zit het tegen. Als je dat weet dan scheelt dat al aanzienlijk op de weg naar het behalen van je doelstellingen.

Iedereen die succesvol is, kan je vertellen dat succes alleen komt met hard werken. En dat het geen rechte weg omhoog is. Maar een die op en neer gaat. Soms wat langer omhoog, en soms ook wat dieper naar beneden.

Dat er na een dal weer een piek komt is bekend. Maar voor je die piek hebt bereikt moet je eerst schuin omhoog...

Doelstellingen, hoe eenvoudig ook, helpen je om focus te houden op waar je naar toe wil. Dan heb je minder last van het feit dat je wellicht vanuit een 'dal' positie moet starten.

En, nee... makkelijk is het niet. Achteraf trouwens wel...

Pak eens een biografie van iemand die je bewondert of die succesvol is in wellicht een andere industrie (gewoon ter inspiratie). Daarin zul je de uitleg van deze wijsheid zeker terugvinden.

#11

IF YOU
WANT TO BE
INTERESTING,
BE
INTERESTED.

(David Ogilvy)



#11 IF YOU WANT TO BE INTERESTING, BE INTERESTED.

Kijken wij veel televisie? Nee, maar we zien wel veel televisie. Waarom? Omdat het een deel van ons vakgebied is. Zo luisteren we ook podcasts, kijken we naar programma's op streamingsdiensten, volgen we social media kanalen en lezen we vakliteratuur. Uiteraard kan je niet alles volgen. Daarvoor is er te veel aanbod. Maar zelfs tien minuten van een nieuwe serie kijken, geeft je al veel informatie. Welke acteurs zitten er in? Wat is de stijl? Hoe is het gefilmd? Wie heeft het geschreven, geregisseerd en geproduceerd?

Moraal van dit verhaal. Heb interesse in je eigen vakgebied. Dat geeft je kennis en maakt je een interessante(re) gesprekspartner. Je laat dan zien dat je weet waar je het over hebt. Dat je weet wat er te koop is.

Tegelijkertijd verruimt het je blik, groeit je netwerk en misschien wel het belangrijkste, creëer je kansen.

#12

LUCK IS WHEN
OPPORTUNITY
MEETS
PREPARATION.

(Seneca)



#12 LUCK IS WHEN OPPORTUNITY MEETS PREPARATION.

Als het goed met je gaat, heb je dan geluk? Of heb je dat zelf voor elkaar gekregen? Wij denken allebei. Geluk is het resultaat van goede voorbereiding zodat wanneer een kans (opportunity) zich voordoet, je deze niet alleen opmerkt maar ook grijpt.

In goed Nederlands zeggen we dan: geluk dwing je af. Maar alleen door voorbereid te zijn en open te staan voor kansen en mogelijkheden ben je in staat om die kansen ook daadwerkelijk te zien en er iets mee te doen.

Dat heeft ook weer met kennis te maken. Als je goed weet wat er speelt binnen je eigen vakgebied zul je veel vaker in de gelegenheid zijn om ergens op in te spelen dan wanneer je passief wacht tot die ene gouden opportunity voorbij komt.

Achteraf lijkt het alsof je geluk hebt gehad. Dat heb je dus niet nodig. Want geluk = voorbereiding + kansen grijpen.

Kansen ontstaan, maar je kunt ze ook creëren. Onder andere door jezelf pro-actief in de markt te laten zien, door je netwerk goed te managen en uit te breiden en door samen te werken met anderen.

#13

WHEN
EVERYTHING
IS UNDER
CONTROL,
YOU'RE NOT
GOING FAST
ENOUGH.

(Mario Andretti)



#13 WHEN EVERYTHING IS UNDER CONTROL, YOU'RE NOT GOING FAST ENOUGH.

Als je geen doelstellingen hebt, geen lijst met actiepunten, geen plan, maar gewoon 'lekker bezig' bent met wat er op je af komt, dan lijkt alles redelijk onder controle. Je vraagt je immers niet af of je achterloopt of dat je nog mijlen ver van het bereiken van je doelstelling bent.

Best comfortabel. Het slechte nieuws is, dat als je het idee hebt dat alles wel lekker loopt, je gewoon niet snel genoeg gaat (in je ontwikkeling).

Om voortgang te boeken zul je altijd een lichte druk moeten voelen om voldoende snelheid te maken en in beweging te blijven. Door met actielijstjes te werken zorg je voor vooruitgang.

Het werk is nooit af. Je bent nooit klaar met je carrière. Blijf dus zoeken naar nieuwe kansen en aanknopingspunten.

Zorg dat er genoeg op je bord ligt zodat je lichte spanning voelt om alles tijdig af te krijgen. Wanneer moeten er weer zaken bij? Als je alles onder controle hebt...

#14

THE
PERSON
WHO
DOESN'T
MAKE
MISTAKES,
IS UNLIKELY
TO MAKE
ANYTHING.

(Paul Arden)



#14 THE PERSON WHO DOESN'T MAKE MISTAKES, IS UNLIKELY TO MAKE ANYTHING.

Van dingen die fout gaan leer je meer dan van wat er goed gaat. In Amerika wordt het toegejuicht als je fouten maakt, ervan leert en weer verder gaat. In Nederland blijven fouten langer aan je kleven. Maar fouten maken is een voorwaarde om succesvol te zijn.

Dat betekent ook dat niet alles de eerste keer direct goed MOET zijn. Niet altijd alleen netjes binnen de lijntjes kleuren. Door risico te nemen, ontstaat er een kans dat je een foute beslissing hebt genomen of dat een project verkeerd uitpakt. Wil je het risico beperken dan kan het geen kwaad om situaties helemaal door te denken en te zien wat het 'worst case' scenario is. Is dat te overzien dan kan je er voor gaan.

Fouten maken mag. Maar twee keer dezelfde fout maken, mag niet. Dan heb je er duidelijk niks van geleerd.

Dit sluit ook aan op wijsheid #13 *If Everthing Is Under Control, You Are Not Moving Fast Enough*. Als je bang bent om fouten te maken (lees: verkeerde keuzes) dan ga je niet snel genoeg en ben je te voorzichtig. Dus sta je ook minder open voor nieuwe kansen.

#15

THERE
ARE THREE
KINDS OF
PEOPLE...

(Nicholas Butler)



#15 THERE ARE THREE KINDS OF PEOPLE...

People who make it happen

People who watch it happen

People who ask 'what happened?'

Iedereen bij Het Agentschap zit altijd bij de eerste groep. Kijken wat er gebeurt en wachten tot het werk jou vindt of erger, gefrustreerd raken omdat anderen WEL aan het werk zijn, past niet bij onze werkwijze.

Make it happen! Wees proactief. Je kunt elke dag iets aan je carrière doen. Al is het een telefoontje, een email, een programma (terug)kijken, informatie opzoeken op internet over een bepaald onderwerp of navraag doen over een specifiek project, de actiepunten zijn eindeloos.

Wachten tot de telefoon gaat werkt niet motiverend en zorgt ervoor dat je de verantwoordelijkheid bij iemand anders neerlegt. Feit is dat Nederland een klein land is, waar elk jaar weer nieuwe talenten de markt instromen. Er komt niet evenredig veel werk bij. Dus zorgen dat je je optimaal profileert in de markt is een must.

Die houding onderscheidt je direct van de rest, die alleen maar kijkt en niks doet, of zich verbaast over wat er net gebeurd is...

#16

WE HAVE A
STRATEGIC
PLAN. IT'S
CALLED
'DOING
THINGS'!

(Herb Kelleher)



#16 WE HAVE A STRATEGIC PLAN. IT'S CALLED 'DOING THINGS'!

Misschien wel de beste wijsheid in dit boekje. Het vat een groot deel van al het voorgaande mooi samen. Ja, je moet een plan hebben om vooruitgang te boeken en ergens te komen (op een gestructureerde en effectieve manier). En nee, met alleen plannen maken kom je nergens.

Alleen op strategisch niveau over je carrière praten en nadenken is niet concreet genoeg. Het geeft je wellicht het gevoel dat je er actief mee bezig bent, terwijl dat niet zo is.

Maak continue een lijst met actiepunten en hang daar deadlines aan. Wees streng voor jezelf (#01 Afspraak = Afspraak).

Je plan is de hoofdlijn (strategie), je actiepunten maken je plannen concreet en uitvoerbaar (tactiek).

Een Chinese krijgshere had het niet beter kunnen samenvatten:

Strategy without tactics is the slowest route to victory.

Tactics without strategy is the noise before defeat.

#17

ACTION
ALWAYS
BEATS
INTENTION.

(Onbekend)



#17 ACTION ALWAYS BEATS INTENTION

Aan plannen maken en ideeën bedenken heb je niks als er geen concrete actie aan verbonden is. Het is wel het leukste wat er is. Maar een idee zonder uitvoering is weinig waard en helpt je niet veel verder in je werk.

Dus zorg ervoor dat plannen en ideeën na de brainstorm fase worden omgezet in concrete actiepunten waar je mee aan de slag gaat.

In de natuurkunde bestaat de wet actie = reactie. Dat geldt ook voor actiepunten. Als je iemand belt dan volgt er een nieuwe actie uit. Al is het maar om die persoon na bijvoorbeeld 2 maanden opnieuw te bellen.

Let op: geen reactie is zeker niet hetzelfde als geen interesse. Mocht je iemand mailen, bellen of een Whatsapp bericht sturen. Zorg dan dat er een antwoord komt. We krijgen allemaal dagelijks tientallen zo niet honderden berichten op ons afgestuurd. Die van jou kan zomaar ondergesneeuwd raken. Dus een reminder kan geen kwaad. Het is pas een 'nee' als iemand je dat laat weten.

#18

IF
YOU'RE
WAITING
FOR A
SIGN, THIS
IS IT.

(Onbekend)



#18 IF YOU'RE WAITING FOR A SIGN, THIS IS IT.

Deze wijsheid is de beste oplossing voor uitstelgedrag. Het hangt ook samen met:

*if it's important, you will find a way.
If it's not, you will find an excuse...*

Begin gewoon. Het maakt niet uit dat de benodigde puzzelstukjes nog niet allemaal voor je op tafel liggen. We noemen het ook wel 'golven maken'. Uiteindelijk gaat er iets bewegen.

Wachten op het juiste moment, dat ene telefoontje, die ene opdrachtgever, gaat je niet structureel verder helpen.

Ga aan de slag, proactief en actiegericht.

WERKWIJZE & WIJSHEDEN VAN HET AGENTSCHAP

Het Agentschap helpt uitvoerende artiesten, media professionals en creatieven met het gestructureerd ontwikkelen van hun carrière. Dat doen we aan de hand van een Persoonlijk Marketing Plan als ondersteunend instrument. Hiermee wordt de basis gelegd voor een lange-termijn strategie die bijdraagt aan het (op)bouwen van een succesvolle carrière en het realiseren van een continue stroom nieuwe projecten.

Bovendien ontwikkelen we formats en concepten gelinkt aan individuele cliënten. Deze formats en concepten bieden we actief aan in de markt. Waar mogelijk zetten we ons uitgebreide netwerk in.

Het Agentschap wil het beste marketing & management agentschap zijn voor haar cliënten. Dat doen we op basis van de volgende principes:

- » We zijn optimaal bereikbaar voor onze cliënten.
- » We zijn proactief in onze werkzaamheden.
- » We werken met een helder en meetbaar lange-termijn plan (Persoonlijk Marketing Plan).
- » We geven toegang tot ons uitgebreide netwerk.
- » We inspireren en dagen onze cliënten uit.
- » We creëren toegevoegde waarde waar onze cliënten graag voor betalen.
- » We begrijpen de dynamiek van de opdrachtgever maar zoeken daar binnen naar de beste deal voor onze cliënt. Deals waar onze cliënt 100% achter staat.
- » We werken zelf net zo hard aan onze eigen zichtbaarheid, positionering en ontwikkeling.
- » We staan open voor feedback.
- » We opereren op het snijvlak van management, marketing en business development binnen de persoonlijke context van elke individuele cliënt.

Onze filosofie wordt ondersteund door een aantal principes en wijsheden die samen de basis vormen van onze werkwijze. In dit boekje leggen we uit wat we met die principes en wijsheden bedoelen. En wellicht interessanter, hoe jij er je voordeel mee kunt doen.

We hopen dat de wijsheden aanzetten tot nadenken over je carrière. Om nieuwe inzichten te krijgen. Dat het motiveert om pro-actief aan de slag te gaan. Om uiteindelijk te kunnen doen wat je het liefste doet. Met passie, een beetje structuur en nuttige tips.