



# E-book Vriendelijke Marketing



**Anneke Dekkers,**

Vriendelijke Marketing voor Zelfstandig  
Professionals



## **Inhoud**

Introductie .....	3
Hoofdstuk 1. Hoe vriendelijk is jouw marketing? (Of jaag je vooral op je prooi?).....	4
Hoofdstuk 2. Wat is Vriendelijke Marketing?.....	7
Hoofdstuk 3. Waarin verschilt vriendelijke marketing van 'gewone' marketing?.....	14
Hoofdstuk 4. Vriendelijke marketing....maar krijg je er ook klanten mee? .....	17
Hoofdstuk 5. Uitgangspunten Vriendelijke marketing .....	26



## Introductie

Marketing is vaak niet het leukste onderdeel van je werk als zelfstandig professional.

Maar wel nodig.

Bijvoorbeeld omdat je meer klanten wilt.

Of graag een gestage stroom wilt in plaats van al die pieken en dalen in je werk.

Of omdat je graag ander soort werk wilt doen dan je nu doet.

Dus ja, marketing is dan op zijn plaats. Maar je wilt het niet doen zoals je vaak ziet: hijgerig achter klanten aanjagen, ze proberen te lokken met te grote beloften. Zo ben je niet, dat werkt niet voor je.

Maar wat dan wel? Niets doen is een slechte optie.

Voor jou heb ik dit e-book geschreven. Om je een alternatief te bieden voor de 'gewone' marketing waarbij je leert jagen op de klant.

Maar jij bent geen jager. Ontdek de vriendelijke marketing!

Veel plezier met lezen,

*Anneke Dekkers,*

*Vriendelijke marketing voor zelfstandig professionals*

<https://annekedekkerswerkt.nl>



## Hoofdstuk 1. Hoe vriendelijk is jouw marketing? (Of jaag je vooral op je prooi?)

Ik heb in mijn leven een keer gelasergamed. In een duistere kelder vol gangen en hoekjes schieten op tegenstanders. Raken of geraakt worden. Ik zag mezelf altijd als een jager. Dat bleek een fout zelfbeeld te zijn: ik raakte in de stress van al dat donker, geschreeuw, lichtflitsen, hijgende adems. In plaats van te jagen op tegenstanders vluchtte ik opgejaagd in een hoekje.

Goed, ik ben dus niet geschikt om te jagen. En ik haat het om een prooi te zijn.

**Steek even je hand op als je het wel fijn vindt om een prooi te zijn.**

Nee, niet he?

**Maar waarom jagen we dan zo vaak op klanten?**

Die willen toch ook geen prooi zijn?

- **We jagen omdat we willen eten**



Eten staat voor geld verdienen, van betekenis zijn, je werk met plezier doen.

We denken dat om te eten we op de klant moeten jagen. De klant is de prooi die in onze behoefte gaat voorzien. Een beetje primitieve gedachte, maar ja, we zijn soms ook primitief. Reageren instinctief. We hebben niet voor niets een reptielenbrein.

Maar er is nog een tweede reden waarom we jagen.

- **We jagen omdat we vinden dat we recht hebben op klanten**

We hebben de wereld wat te bieden. We zijn goed in wat we doen. Dus we hebben recht op die klant!

- **We houden van het spelletje**

Een derde reden is dat sommigen van ons jagen omdat ze het leuk vinden. Hebben gewoon lol in het spelletje.

## **We leren het van marketingdeskundigen**

We hebben op internet veel voorbeelden van hoe je op klanten kunt jagen. Marketingdeskundigen genoeg die het je willen leren.

Even in jagerstermen:

- **Maak ze bang**, zodat ze de kant op hollen die je wilt. Waar jij ze opwacht.
- **Creëer schaarste** zodat ze het gevoel hebben dat ze nu, nu, NU moeten handelen (en in je valkuil stappen).
- **Verleid ze jouw kant op te komen** met prachtige beloftes en sla toe als ze dichtbij genoeg zijn.
- **Bespeel hun emoties** en pak ze als ze het kwetsbaarst zijn.

- **Doe alsof je een van hen bent** en als ze je vertrouwen neem je ze te pakken (wolf in schaapskleren).

Onsympathiek? Kom op zeg! Het is gewoon een spel dat je speelt.

Het is ook voor hun eigen bestwil. Ze krijgen tenslotte jouw dienst, product.

**Maar eerlijk gezegd zijn de meesten van ons niet zo geschikt om te jagen.**

We worden er zenuwachtig van; we vinden onszelf wreed; we zijn onhandig; vinden het veel te vermoeiend; we voelen ons niet integer.

Ja, zo ga je nooit een prooi pakken.

**Gelukkig zijn er ook andere manieren om aan marketing te doen**

Het jager - prooi denken is maar een manier om naar marketing te kijken.

Kom, we gunnen dat oeroude reptielenbrein wat rust en kiezen een andere benadering van marketing. Eentje waar je blij van wordt en die vriendelijk is.

Bijvoorbeeld de benadering dat je alles kunt krijgen wat je wilt als je maar genoeg mensen helpt.





Het gezegde: wie goed doet, goed ontmoet is ook van toepassing op marketing.

Op internet hebben we ook genoeg voorbeelden van marketingdeskundigen/businesscoaches die aan 'vriendelijke' marketing doen. Marketing gericht op het helpen van mensen. Je helpt ze bijvoorbeeld door ze een keuze te laten maken of jouw dienst, product geschikt voor ze is.

De vriendelijke-marketing-benadering zie je vooral bij degenen die werken met coaches, therapeuten, schrijvers, kunstenaars. Tja, watjes he ;).

Het wordt ook wel 'integere' marketing genoemd. Maar ik hou zelf meer van het woord vriendelijk.

Vriendelijkheid betekent dat je het beste voor hebt met je zelf en de ander.

## Wat houdt vriendelijke *marketing* in?

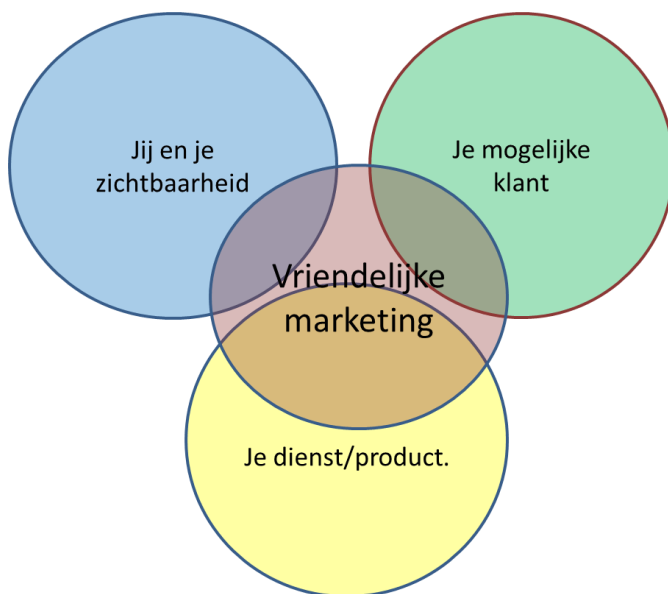
Om te beginnen, we hebben het nog wel over **marketing**. Het gaat om de verbinding die je weet te leggen tussen jou en je mogelijke

klant. Zodat je duidelijk kunt krijgen en maken hoe jij die mogelijke klant kunt helpen. En waar gepast je dienst of product kunt verkopen.

Dit versta ik onder vriendelijke marketing:

Je onderneemt marketingactiviteiten die vriendelijk zijn voor:

- Jezelf
- Je mogelijke klant
- Je dienst/product



## Vriendelijk voor jezelf

Vriendelijk voor jezelf houdt in dat je jezelf geen geweld aandoet.

Je doet die marketingactiviteiten die je leuk/uitdagend/interessant vindt. Op een manier die je fijn vindt en die bij je past.

Je hebt een vriendelijke houding naar je zelf als de dingen niet gaan zoals je wilt.





- Je geeft jezelf niet op je kop, maar complimenteert jezelf met wat je wél gedaan hebt.
- Je vergeeft jezelf als je niets gedaan hebt.
- Je waardeert wat je allemaal hebt.

Vriendelijk voor jezelf betekent ook dat je je bedrijf een goed hart toedraagt en **werkt aan een stabiele, goede basis**. Financieel, organisatorisch, strategisch.

## Vriendelijk voor je (mogelijke) klant

Vriendelijk voor je klant betekent dat je interesse toont, luistert, meedenkt, misschien advies geeft.

Je biedt helderheid over wat je te bieden hebt, over wat je wel en niet kunt.

Soms is het vriendelijk iets gratis te doen, maar meestal is het vriendelijk een goede prijs te vragen. Zodat je de motivatie van je klant vergroot en daarmee de kans van slagen.

Je zoekt samen met je mogelijke klant wat de beste oplossing is voor diens probleem of wens.

## Vriendelijk voor je dienst/product

Je doet je werk niet voor niets. Je hebt ongetwijfeld een doel, een missie. Je product, dienst is een vertaling van die missie - die doelstelling - richting je klant.

Ik weet niet hoe het met jou is, maar als ik een nieuwe training, e-cursus of coachingstraject heb ontworpen voelt het een beetje als een kindje van me. Ik heb er veel liefde aan aandacht in gestopt.

Ik behandel mijn product/dienst vriendelijk als ik het zoveel mogelijk kans van slagen geef: aandacht voor inhoud, vorm, manier van aanbieden. Maar ook natuurlijk door het te koppelen aan de juiste persoon.

## Je vriendelijke marketingstijl

Vriendelijke marketing doe je dus op een manier die bij jou past.

Als je de [marketingstijltest](#) hebt gedaan weet je wat jouw marketingstijl is. Je weet dan ook wat voor marketingactiviteiten het beste bij je passen. Nu kun je dus combineren: je eigen stijl op een vriendelijke wijze uitvoeren!



Dus stel, je bent **een gedegen werker**. Dan kun je de ander blij maken door een artikel door te sturen, of een kritische blik te werpen op de website, een goede discussie te voeren.



Als een **betrokken helper** word je vast enthousiast van het idee van vriendelijke marketing. Het is behoorlijk op je lijf geschreven. Je aandacht aan mensen schenken, achterhalen waar ze echt mee zitten. Onderzoeken hoe je ze kunt helpen.

*Niet vergeten ook vriendelijk voor jezelf te zijn!*



Als **creatieve vernieuwer** heb je alle kans op een originele manier de ander te verrassen. Iets moois voor de ander te maken, een geheel nieuwe invalshoek te bieden.



Als **doelgerichte winnaar** is vriendelijke marketing wat minder op je lijf geschreven. Je wilt tenslotte resultaat, winnen! Wat zou voor jou een goed resultaat ten aanzien van vriendelijke marketing zijn? Laat dat dan je doel worden en ga ervoor!

## Essentie van vriendelijke marketing



Het komt hier op neer:

- Je geeft
- Je wisselt uit
- Je laat jezelf en je dienst/product (met enthousiasme) zien

**En dat alles met de intentie vriendelijk te zijn voor de ander.  
Niet met de intentie de ander iets te verkopen.**

Ja, ja, het venijn zit in de staart. Want het is – in mijn ervaring- razend moeilijk niet aan verkopen te denken.

Voor je het weet denk je: 'als ik nu dat doe, wil de ander misschien wel ...kopen...me aanbevelen ...een intakegesprek.'

En dan is het gedaan met de intrinsiek vriendelijke houding. Voor je het weet is je mogelijke klant een prooi geworden die je moet vangen. Je mogelijke klant voelt dat, merkt dat, reageert daarop.

Het gaat dus om je intentie van vriendelijkheid **die zich uit in je marketingacties**. In hoofdstuk 3 krijg je handvatten hoe je je kunt trainen in vriendelijkheid, zodat je echt vriendelijk je marketingacties kunt doen.

Want ja, je hebt wel iets goeds te bieden en het is een daad van vriendelijkheid naar jezelf en de ander toe om je dienst onder de aandacht te brengen. Op een manier die bij je past.

### Voorbeelden van vriendelijke marketeers?



[Tad Hargrave: Marketing for Hippies](#)

Zoals hij zelf zegt:

'You can be a better marketer and attract all the clients you can handle – *without* sacrificing your integrity.'



Heel anders, maar ook vriendelijk is [Sean d'Souza van Psychotactics.com](#).

In Nederland is bijvoorbeeld [Brigitte van Tuijl](#) vriendelijk in haar marketingbenadering. Wel in het Engels en alleen voor vrouwen.

En ja, ik doe natuurlijk ook aan vriendelijke marketing!

[Annekedekkerswerkt.nl](#)

**Goed om te weten:** we maken allemaal gebruik van de basisprincipes van marketing:



- Kies een specifieke niche/doelgroep.
- Zorg dat je een belangrijk probleem van de klant oplost, dan wel in een belangrijke behoefte voorziet.
- Presenteer je aanbod, dienst helder en aantrekkelijk (benoem de opbrengsten in relatie met probleem).
- Bouw een relatie op met je mogelijke klanten. Bijvoorbeeld via een blog, vlog. Maar kan ook via echter ontmoetingen.
- Wees persoonlijk in je stijl van communiceren.
- Vraag een goede prijs die de waarde van je dienst/product weergeeft.

Misschien begin je je nu af te vragen wat dan precies het verschil is tussen 'gewone' marketing en vriendelijke marketing.

Tijd voor het volgende hoofdstuk waarin de verschillen kort en krachtig verwoord worden.



## Hoofdstuk 3. Waarin verschilt vriendelijke marketing van 'gewone' marketing?

Hoe vriendelijk ben jij?

Best wel toch?

Ik zag mezelf nooit speciaal als vriendelijk. Wel als iemand met een goed hart. Leuk? Ja. Bemoedigend? Ja. Maar vriendelijk?

Totdat mijn klanten vertelden dat ze zich zo op hun gemak bij me voelden. Omdat ik niet oordeelde. Niet probeerde hen te verbeteren als mens. Dat we samen konden lachen. En dat ze dat fijn en vriendelijk vonden.

Oké, als dat vriendelijk is, dan wil ik dat dolgraag blijven.

Ook in mijn marketing.

Sterker nog, als marketinggids sta ik voor vriendelijke marketing. Marketing die vriendelijk is voor jezelf en voor je klanten.

Mensen vragen me regelmatig: maar wat is dat dan die vriendelijke marketing? Wat is het verschil met 'gewone' marketing?



## Dit zijn de drie belangrijkste verschillen:

### **1. Vriendelijke marketing gaat niet uit van tekort.**

Maar dat je alles wat je nodig hebt in huis hebt om de juiste klanten te krijgen.

Bijna iedere marketingdeskundige gaat ervan uit dat je niet genoeg weet, niet genoeg kunt, niet genoeg wilt, niet genoeg hebt (klanten, geld). En het wonderbaarlijke is dat wat je ook doet, het nooit genoeg is. Ze hebben iedere keer weer een nieuwe cursus voor je klaarstaan om je volgende tekort aan te pakken.

Ik vind dat niet vriendelijk.

Ik vind het veel vriendelijker om jou als vertrekpunt te nemen. Te weten dat je alles in huis hebt om te doen wat je wilt. Om al doende te leren. Vanuit vertrouwen en plezier.

### **2. Vriendelijke marketing doe je op een manier die bij JOU past.**

De meeste marketinggoeroes hebben een bepaalde visie over wat je moet doen om succesvol te zijn en hoe je dat moet doen. De belofte is: als je precies doet wat ik zeg, komen de klanten en de miljoenen naar je toe.

Hoe naar is het dan als het je niet lukt (net als – zeg - 90% van de andere deelnemers)? Je voelt je falen en tekort schieten.

Vind ik niet een vriendelijk gevoel.

In vriendelijke marketing maak je gebruik van de kennis van de bestaande marketing, maar stel je die ten dienste van jouw manier van werken en leren.

### **3. Vriendelijke marketing betekent dat je waar kan maken wat je belooft.**

De marketinggoeroes beloven je gouden bergen, een nooit ophoudende stroom van klanten. Als je hun product x koopt of hun dienst y afneemt. Ze beloven dat je eindelijk verlost wordt van je grote probleem, je pijn. Vrijwel nooit is dat het geval. Het is hopelijk een stap in de goede richting. Maar ik ben meerdere keren met een nare smaak in mijn mond achtergebleven. Mijn marketingdeskundigen hadden me veel, veel te veel beloofd.

Niet slim en niet vriendelijk.

Goed, je hoeft niet onterecht bescheiden te zijn, je kunt je product of dienst ook echt aantrekkelijk neerzetten, maar puntje bij paaltje is het niet vriendelijk als de klant niet kan krijgen wat beloofd is.

Zo, dat waren de belangrijkste verschillen.

Op naar het volgende hoofdstuk waarin je ontdekt hoe die vriendelijke marketing je evengoed klanten op kan leveren.





## Hoofdstuk 4. Vriendelijke marketing....maar krijg je er ook klanten mee?

'Vriendelijke marketing....klinkt goed, maar krijg je er ook klanten mee?'

Vroeg een wat sceptische kennis.

'Probeer het eens, niks te verliezen toch?' zei ik, want ik wist dat de 'gewone' marketing niet echt succesvol was voor mijn kennis.

'Ik zou niet eens weten wat ik dan doen moest. Nu ga je zeker zeggen dat ik je opleiding moet volgen?'

'Het lag op het puntje van mijn tong. Maar ik weet wat beters. Laten we om te beginnen eens de "vriendelijkemarketingspier" gaan trainen. '

Na een verbijsterde blik: 'Zo, zo, waar zit die dan?'

Ik prik in zijn hart. 'Daar!'

### Hoe (on)vriendelijk is je marketing nu?

Voor mijn kennis wist ik zeker dat het goed was de 'vriendelijkemarketingspier' te ontwikkelen. Maar is het voor jou ook nodig?



**Maak de onderstaande nulmeting** om te achterhalen hoe (on)vriendelijk je marketing nu is. Je kunt dat doen door de onderstaande checklist in te vullen.

Ga bij elk van de onderstaande punten na in hoeverre ze voor je gelden.

Scoor van 1 tot 5.

1 is helemaal niet, 5 is helemaal wel

## Nulmeting: Hoe vriendelijk is je marketing?

1. Je voelt spanning in je lichaam, pijn bij het uitvoeren van je marketingactie. Kiezen op elkaar, pijn in de nek/schouders, buikpijn et cetera.

1    2    3    4    5

2. Je raakt geërgerd als mensen niet lijken te begrijpen waarom je dienst/product zo belangrijk is. Dombo's!

1    2    3    4    5

3. Je partner durft tijdens een feestje niet te vertellen wat je doet, uit angst dat je je 'wervende' verkooppraatje houdt.

1    2    3    4    5

4. Je duwt op alle mogelijke pijnknoppen van je eventuele klant. Want je weet: pijn verkoopt meer dan verlangen.



1    2    3    4    5

5. Je biedt een product/dienst aan waarvan je weet dat het niet zo goed is als het suggereert, maar what the heck, die klant weet toch niet beter.

1    2    3    4    5

6. Op facebook beschrijf je (meermalen) per dag je FANTASTISCHE belevissen en ONWAARSCHIJNLIJKE successen. (Best lekker hoor, om virtueel geweldig te zijn!)

1    2    3    4    5

7. Je geeft het liefst je producten/diensten weg. Zo sneu anders dat die mogelijke klant niet kan profiteren van jouw mooie bijdrage!

1    2    3    4    5

En? Hoeveel punten heb je gescoord?

Als je meer dan 7 punten hebt gescoord is er ruimte om je marketing vriendelijker te maken.

En goed dat je zo eerlijk bent! We hebben er tenslotte niks aan onszelf voor de gek te houden.

Het goede nieuws is dat je waarschijnlijk plezier gaat beleven aan de volgende vriendelijke acties. Acties om je marketing vriendelijker te krijgen, je 'vriendelijkemarketingspier' te trainen.

Wat kun je doen om je marketing vriendelijk te krijgen en dus meer kans te hebben op klanten? Hier komen mijn suggesties:

## **1. Doe iets vriendelijks voor iemand**

Zomaar, zonder bijbedoelingen. Iets vriendelijks doen helpt je om jezelf vriendelijk te voelen. En het maakt duidelijk wat jij nu eigenlijk vriendelijk vindt.

Maar er zit nog een aspect aan: degene voor wie je iets vriendelijks doet. Wat zou die ander eigenlijk als vriendelijk beschouwen?

Het is net als een cadeautje kopen voor iemand. Ik weet niet hoe jij dat doet, maar als ik geen verlanglijstje heb van de ander gebruik ik twee strategieën:

- Als ik echt niet weet wat de ander leuk vindt, graag zou willen hebben, koop ik iets wat ik zelf graag zou hebben. Verrassend voor de ander en van harte gegeven door mij.
- Als ik de ander goed ken, probeer ik aan te sluiten bij waar de ander van houdt, zich druk op maakt, graag doet.

Zo kun je ook naar je vriendelijk actie kijken.

- Als je de ander niet kent doe je iets wat je zelf heel vriendelijk zou vinden. Bijvoorbeeld complimenten geven, een tip geven voor een boek, een artikel opsturen.
- Als je de ander beter ken kun je iets doen waarvan je verwacht dat de ander het ook echt vriendelijk zal vinden. Dat komt natuurlijk ook door de toelichting die je geeft bij je vriendelijke actie.

## Voorbeelden van vriendelijke acties:

- Vertellen wat je van de ander geleerd hebt.
- Vertellen wat je aanspreekt in de aanpak van de ander.
- Complimenten geven.
- Aanbeveling geven op linkedin.
- Artikel opsturen waarvan je denkt dat het interessant is voor de ander.
- Een kaartje sturen met een felicitatie of een mooie gedachte.
- Bijdragen van de ander op social media liken en delen.
- Bedenk vooral ook vriendelijke acties die bij je eigen marketingstijl(en) passen.

Zo heb ik bijvoorbeeld een keer 12 vakantiekaarten zelf geschilderd en naar mijn lezers gestuurd. Tenminste, naar de eerste 12 die zich aangemeld hadden voor de actie. De anderen kregen een gewone vakantiekaart. Gewoon, omdat ik er zin in had.

## Spelregels voor je vriendelijke acties:

- Je meent wat je zegt
- Je doet het zonder bijbedoeling
- Je brengt de ander niet in verlegenheid omdat je actie heel veel tijd kost of veel geld. (Ja, ik weet het, sommigen worden verlegen van complimenten. Maar zolang je het maar meent en niet enorm overdrijft moet het goed gaan.)

### **Bedenk:**

Mensen houden van (positieve) aandacht

Je geeft wat je zelf wilt ontvangen (vriendelijkheid zonder bijbedoelingen)

## Het effect zal zijn dat je:

- je vriendelijkheidsspier traint,



- je goed voelt over jezelf en met vriendelijke gevoelens aan de ander denkt.

Wat wil een mens nog meer?

## **2. Interview iemand die te maken heeft met jouw onderwerp**

Een andere vriendelijke actie is om iemand te interviewen die te maken heeft met jouw onderwerp. (Bv loopbaan als je loopbaancoach bent, communicatie als je communicatietrainer bent.) Het kan je buurvrouw of collega zijn, vriend of familielid.

Wat je doet is de ander bevragen:

- Hoe gaat het met..?
- Wat gaat goed?
- Waar zit je mee?
- Waar heeft het mee te maken dat de situatie zo is?
- Wat zijn de gevolgen van hoe het nu gaat?
- Waar zou je echt mee geholpen zijn?
- Wat kun je daar zelf nu al aan doen?
- Zou iemand anders je kunnen helpen?

Tussendoor vat je samen en vraag je nog wat door.

Als je het goed doet is het effect dat de ander veel meer inzicht heeft in de eigen problemen, waar het mee te maken heeft en wat voor stappen hij/zij zelf al kan zetten.

Mocht het gepast zijn kun je nog goede tips en adviezen geven.

Mijn eigen ervaring is dat mensen al erg geholpen zijn met een gesprek van een half uur tot een uur. Ze hebben helder op een rij waar ze nu echt mee zitten en hebben al een eerste aanzet voor een oplossing.

Het is vriendelijke voor de ander (wie weet een mogelijke klant) én het is vriendelijk voor jezelf. Je verzamelt zo heel wat informatie over waar je de ander mee kunt helpen. In die zin is het ook vriendelijk voor je dienst/product.

### Spelregels:

- Je bent er niet op uit de ander tot klant te maken
- Je neemt de houding van de nieuwsgierige journalist aan
- Je problematiseert niet, je vat vooral samen

### Gewenste effect:

- De ander heeft helderheid en meer vertrouwen
- Jij weet waar de ander mee zit en wat oorzaken en gevolgen zijn
- Jij hebt informatie die je kunt verwerken in je dienst/product en je marketing

### Tip

Neem het interview op en maak na afloop een verslag. Dat verslag kun je als vriendelijke actie aan de geïnterviewde geven. Bovendien kun je dan feedback krijgen of je de ander goed begrepen hebt. En niet te vergeten...je hebt de taal van je mogelijke klant paraat als je je verkooppagina gaat schrijven.

## **3. Onderzoek je eigen marketingstijl en pas deze zoveel mogelijk toe**

Als je [de marketingstijltest](#) gedaan hebt weet je wat je eigen marketingstijlen zijn en wat voor activiteiten bij iedere stijl horen.

### Alleen je eigen stijl(en) weten is natuurlijk niet genoeg.

Het gaat erom dat je er wat mee gaat doen. Je maakt je marketing vriendelijker voor jezelf als je bewust onderzoekt welke activiteiten je gemakkelijk en met plezier afgaan en welke niet.



Dit zijn voor mij behulpzame signalen om iets vooral NIET te doen:

- Ik stel de voorgenomen actie steeds uit
- Ik klem mijn kiezen op elkaar terwijl ik bezig ben
- Ik heb een innerlijke stem die me probeert te overreden (je zou eigenlijk...ja maar ik heb geen zin/ik durf niet...maar je vond het toch belangrijk?...jaaaa...nou dan!)
- Ik krijg een ongemakkelijk gevoel vlak voor ik iets ga doen

Dit zijn voor mij behulpzame signalen om vooral iets WEL te doen:

- Ik word enthousiast van mijn voorgenomen actie
- Ik blijf lang geconcentreerd
- Ik neem bijna vanzelfsprekend actie
- Ik heb het naar mijn zin terwijl ik bezig ben
- Het voelt goed

Na een tijdje actie ondernemen wordt duidelijk wat je echt van harte afgaat en wat niet.

Nu kun je kiezen:

- Welke activiteiten ga ik uitbreiden
- Welke ga ik eens flink inperken
- Waar hou ik dus echt, echt mee op
- Welke nieuwe activiteiten ga ik ondernemen
- Welke activiteiten ga ik aanpassen zodat ze meer bij me passen

Als je vervolgens daar weer mee experimenteert en de acties evalueert kun je steeds verder verfijnen.

**O ja, vergeet niet het effect van je acties mee te wegen!**

Natuurlijk is het ook handig om mee te wegen wat het effect van je acties is geweest. Want wat niet werkt hoeft je niet eindeloos te





herhalen, alleen maar omdat je het leuk vindt. We zijn wel vriendelijk, maar willen ook klanten.

## Als...Dan...

Als je deze drie vriendelijke marketingacties

- Doe iets vriendelijks
- Interview
- Onderzoek je eigen marketingstijl en pas deze zoveel mogelijk toe

daadwerkelijk uit gaat voeren zal je merken dat je marketing echt vriendelijk wordt: voor jezelf, voor de ander en voor je dienst/product.

En dan, ja dan heb je alle kans op precies die klanten die bij je passen.

Heus, als je een goed product hebt waarvan je weet dat het een belangrijke bijdrage is voor je mogelijke klant én je voert consequent en met plezier je vriendelijke marketingacties uit, dan komen de klanten.



## Hoofdstuk 5. Uitgangspunten Vriendelijke marketing

Als het goed is weet je inmiddels wat vriendelijke marketing is, of het bij je past, hoe je zelf (nog) vriendelijker kan worden en welke vriendelijke marketingacties je toe gaat passen, in je eigen marketingstijl.

Ik zet nog even alle uitgangspunten van vriendelijk marketing op een rijtje:

1. Je onderneemt acties vanuit **inspiratie en plezier**;
2. Je doet wat bij je past, op je **eigen manier**;
3. Je mogelijke klant is een **echt mens**, geen doelgroep of niche;
4. Je bent **nieuwsgierig** naar je mogelijke klant;
5. Je **onderzoekt** met je mogelijke klant wat een goede oplossing is;
6. Je gaat uit van de kracht van de klant, je geeft **vertrouwen**;
7. je bent **duidelijk** over wat je al dan niet te bieden hebt, wat je visie is;
8. Je maakt je product/dienst **met liefde en aandacht**;
9. Je bent op zoek naar hoe jij **waarde kunt toevoegen**;
10. Je vraagt een **goede prijs** voor je diensten/producten;
11. Je handelt vanuit **je eigen kracht** (en niet vanuit gevoel van tekort);
12. Je bent **mild** naar jezelf en naar je mogelijke klanten;
13. Je zorgt dat je eigen bedrijf een **goede, stabiele basis** heeft;
14. En als je je een keertje niet vriendelijk voelt, ga je gewoon wat anders doen.



Je mag bovenstaande uitgangspunten gewoon kopiëren en in je werkplek ophangen. Graag zelfs!

Hoe meer zelfstandig professionals aan vriendelijke marketing doen, des te beter.

Voor jezelf, je klant en je dienst.

## Kun je wel wat ondersteuning gebruiken?

Ik help je graag jou en je bedrijf een stap verder te brengen. De klanten te krijgen die bij je passen (en die willen betalen).

Wie weet is mijn opleiding Vriendelijke Marketing wat voor jou: in een kleine groep heel gericht werken aan het uitbouwen van je bedrijf. Kijk [maar wat we doen](#).

Maar misschien vind je het prettiger een op een te werken. Dat kan natuurlijk ook. [Lees maar](#).

Weet je het allemaal nog niet zo? Ben je nieuwsgierig geworden? Bel of mail me vooral:

Mobiel: +31641576176

Mail: [adekkers@strapa.nl](mailto:adekkers@strapa.nl)