

# VAN KLIK TOT KLANT MET NEUROMARKETING

PRAKTISCHE TIPS OM VANDAAG NOG  
JE CONVERSIE TE VERHOGEN



Claudia Creëert Content  
[www.claudiacontent.nl](http://www.claudiacontent.nl)

# KLAAR MET LAGE CONVERSIES?

Tijd om je hersenen aan het werk te zetten:

**Leads converteren vereist strategie.**

Het omzetten van bezoekers in klanten gebeurt niet vanzelf. Het vraagt om een doordachte aanpak waarbij je begrijpt wat je doelgroep nodig heeft en hoe je hen kunt aanspreken. Met de juiste strategie kun je hun interesse wekken, hun vertrouwen winnen en hen overtuigen om de stap te zetten.

Maar waar begin je? Hier, met deze BreinBooster.

Na het lezen van deze BreinBooster kun jij met **simpele neuromarketingtrucs** je website gaan optimaliseren en meer klanten aantrekken. Je hoeft **geen expert** te zijn om deze technieken toe te passen én je kunt **vandaag** nog **beginnen**.

## Na het lezen van deze BreinBooster:

- Stop je met over jezelf praten en leg je de focus op wat je klant echt nodig heeft.
- Weet je hoe je een onweerstaanbare call-to-action maakt die je bezoekers aanzet tot actie.
- Snap je dat minder opties op je website ervoor zorgen dat bezoekers makkelijker kiezen.
- Weet jij hoe je sociale bewijslast inzet om vertrouwen op te bouwen om zo je conversies te verhogen.

**Ben je klaar om van je website een echte klantenmagneet te maken?**



CLAUDIA TREEP - JOUW NEUROMARKETEER

[WWW.CLAUDIACONTENT.NL](http://WWW.CLAUDIACONTENT.NL)

## PRAAT NIET ZOVEEL OVER JEZELF

Wij bieden uitstekende service.  
Bij ons krijg je binnen 24 uur antwoord.  
Wij zijn 24/7 voor je bereikbaar.

Ja, top dat je dit over jezelf zegt, maar wat heb ik eraan?

Eén van de grootste fouten die bedrijven maken, is dat ze te veel over zichzelf praten op hun website. Daar is jouw klant niet in geïnteresseerd. Wat wel? Klanten willen weten wat jij voor hén kunt betekenen.

Neuromarketing leert ons dat mensen vooral geïnteresseerd zijn in hoe een product of dienst hun leven kan verbeteren. Door je teksten te schrijven met de klant in gedachten, kun je een sterkere connectie met hen maken.

## GEBRUIK KLANTGERICHTE TAAL

Vervang woorden als 'we' en 'ons'. Deze woorden gaan vooral over jezelf als bedrijf. Schrijf met de klant in gedachten en verander deze zinnen met 'je' en 'jij'.



"Wij hebben je bericht in goede orde ontvangen en we geven je binnen 1 werkdag antwoord op je vraag."



"Je bericht is ontvangen en je krijgt binnen 1 werkdag antwoord op je vraag."

## KORTOM

Praat minder over jezelf en meer over wat je voor je klant kunt betekenen. Gebruik klantgerichte taal en focus daarbij op de behoeften van je klant om je websiteconversie te verhogen. Simpel toch? Nou gelijk naar je website en dit aanpassen. Hup, hup!

*Handige tip: CTRL-F en type daar het woord 'we' en 'ons' in. Zo heb je meteen de zinnen die over je bedrijf gaan en niet over je klant.*



## MAAK JE CALL-TO-ACTION ONWEERSTAANBAAR

[Verzenden](#)

[Aanmelden](#)

[Meer informatie](#)

Jeetje, wat zijn dit slaapverwekkende woorden, toch?

Dit is zo zonde, want een goede call-to-action (CTA) kan het verschil maken tussen een bezoeker die wegklikt en een bezoeker die actie onderneemt. Laten we kijken hoe je je CTA kunt verbeteren met neuromarketing.

## MAAK JE CTA PERSOONLIJK

Mensen reageren beter op een CTA die persoonlijk en relevant voor hen is. Maak hier dus gebruik van. Hoe? Zo:



### Spreek je bezoeker persoonlijk aan

Spreek je bezoekers direct aan met 'jij' of 'je'. Bijvoorbeeld: 'Ontvang *jouw* gratis gids' in plaats van 'Ontvang de gratis gids.'



### Speel in op de emotie van je bezoeker

Laat je bezoekers voelen wat ze missen als ze niet klikken. Bijvoorbeeld: 'Mis deze kans niet om je conversies te verhogen'.

## ZORG DAT JE CTA OPVALT

Ja, een beetje een opendeur, maar oh-zo-belangrijk! Je CTA moet opvallen. Als je CTA onduidelijk of moeilijk te vinden is, zullen bezoekers niet de actie ondernemen die jij wilt.



### Gebruik actiegerichte taal

Je CTA moet duidelijk maken wat de bezoeker kan verwachten. In plaats van 'Verzenden,' gebruik je 'Meld je nu aan' of 'Download je gratis gids'.



### Visuele aantrekkelijkheid

Zorg ervoor dat je CTA visueel opvalt. Gebruik contrasterende kleuren, een groter lettertype en een opvallende knop om de aandacht te trekken.

## KORTOM

Je CTA is één van de belangrijkste elementen op je website. Zorg ervoor dat deze opvalt en persoonlijk is.

*Handige tip: test verschillende versies van je CTA om te zien welke het beste werkt. Meten = weten.*



## MINDER KEUZES, MEER KLANTEN: DE KRACHT VAN EENVOUD

Een pagina met:

... tien verschillende producten.

... vol met banners en pop-ups.

... ontelbare CTA's.

We houden allemaal van opties, toch? Alleen te veel keuze leidt tot besluiteloosheid. Dit heet ook wel: keuze-overload en kan ervoor zorgen dat bezoekers afhaken. Laten we dit eens met neuromarketing aanpakken.

## HOU HET SIMPEL, SCHAT

Te veel keuzes op je website is overweldigend voor je bezoekers. Ze weten niet wat ze moeten kiezen en besluiten dan maar om helemaal niets te doen. AUW, pijnlijk. Ik leer je graag het neuromarketing-woord van de dag: eenvoud.

### Beperk het aantal keuzes



Minder is meer. Door het aantal keuzes te beperken, maak je het makkelijker voor bezoekers om een beslissing te nemen. Focus hierbij op je belangrijkste producten of diensten.

## GUIDED CHOICES: GEEF EEN DUWTJE IN DE GOEDE RICHTING

Soms hebben mensen gewoon een beetje hulp nodig met het maken van een beslissing. Door de juiste opties te presenteren en subtiele hints te geven, kun je jouw bezoekers helpen sneller een keuze te maken.

### Aanbevolen producten of diensten



Highlight je populairste of best beoordeelde producten. Dit helpt je bezoekers te weten wat andere klanten kiezen en krijgen hierdoor meer vertrouwen in hun keuze.

## KORTOM

Meer is minder. Door het aantal opties te beperken en je bezoekers een duwtje in de goede richting te geven, kun je het je bezoekers makkelijker maken om te kiezen en zo meer klanten binnenhalen.





## BOUW VERTROUWEN MET SOCIALE BEWIJSLAST

Populair bij velen.  
Bekend product.  
Veel mensen vinden dit goed.

Vertrouw jij dit? Nee, precies want wie zegt dit? Jij als bedrijf? Als mensen je niet vertrouwen, zullen ze geen zaken met je doen. Punt. Sociale bewijslast is een krachtig neuromarketingmiddel om dat vertrouwen op te bouwen.

### LAAT ANDEREN VOOR JE SPREKEN

Mensen vertrouwen de mening van anderen. Het horen van echte ervaringen van andere klanten kan een groot verschil maken. Sociale bewijslast laat zien dat je betrouwbaar bent en dat je producten of diensten echt werken.

-  **Reviews en beoordelingen**  
Verzamel en toon klantreviews op je website. Laat zien hoeveel mensen tevreden zijn met je producten of diensten.
-  **Testimonials**  
Gebruik quotes van tevreden klanten op prominente plekken op je website.

### DE KRACHT VAN LOGO'S

Het tonen van logo's wekt extra vertrouwen op. Mensen voelen zich meer op hun gemak als ze zien dat jij ervaring hebt en vertrouwen je dan meer.

-  **Bekende klanten**  
Laat zien voor welke bekende bedrijven of merken je hebt gewerkt. Dit geeft potentiële klanten vertrouwen in jouw expertise.

### KORTOM

Vertrouwen is cruciaal voor het verhogen van je conversies. Gebruik sociale bewijslast om dit vertrouwen op te bouwen. Laat anderen voor je spreken met reviews en testimonials en toon logo's op je website.

*Handige tip: Gebruik aanhalingstekens (" ... ") om een quote duidelijk weer te geven. Zo lijkt het net of iemand het op dat moment zegt.*





## EN NU BEN JIJ AAN DE BEURT

Wil jij een betere conversie met jouw website? Wacht dan niet langer en pas deze tips vandaag nog toe! Door kleine aanpassingen te maken, kun je je website omtoveren tot een echte klantenmagneet.



## IK WIL BETERE CONVERTERENDE TEKSTEN

Is schrijven niet jouw ding? Heb je het gevoel dat jouw website of marketing niet aansluit op je doelgroep? Geen zorgen, ik kruip graag in het brein van je doelgroep om daar verandering in te brengen.

### Wat moet je doen?

1. Ga naar mijn website
2. Geef aan waarbij ik je kan helpen
3. Zie je conversie verhogen

[WWW.CLAUDIACONTENT.NL](http://WWW.CLAUDIACONTENT.NL)



CLAUDIA TREEP - JOUW NEUROMARKETEER

[WWW.CLAUDIACONTENT.NL](http://WWW.CLAUDIACONTENT.NL)