

*volg JE hart,
WANT dat KLOPT.*

TR-IBE SESSION #1

business, a love story



welkom



+ welkom

+ korte introductie



welkom



korte introductie



ook de liefde van je leven was ooit een onbekende



- +** welkom
- +** korte introductie
- +** ook de liefde van je leven was ooit een onbekende
- +** antropologen en patronen in gedrag en betekenis



- +** welkom
- +** korte introductie
- +** ook de liefde van je leven was ooit een onbekende
- +** antropologen en patronen in gedrag en betekenis
- +** uitnodiging om te delen (veiligheid)



- +** welkom
- +** korte introductie
- +** ook de liefde van je leven was ooit een onbekende
- +** antropologen en patronen in gedrag en betekenis
- +** uitnodiging om te delen (veiligheid)
- +** verkennen, ontdekken, loslaten, creëren, waarmaken



wat heeft liefde te maken met business?



wat heeft liefde te maken met business?

alles ;-)



wat is aantrekkingskracht?



wat is aantrekkingskracht?

“Het vermogen om op een fysiek, seksueel of emotioneel niveau interesse van andere mensen te genereren.”

“Het vermogen om iets naar je toe te trekken.”



wat is aantrekkingskracht?



het belang van aantrekkingskracht



wat is aantrekkingskracht?



het belang van aantrekkingskracht

Ondernemers hebben aantrekkingskracht nodig om succesvol te zijn, impact te maken, hun merk in de wereld te zetten en een inkomen te genereren.

Van belang is: hoe trek je de juiste mensen aan?



de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen



+ de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen

+ 1. bekendheid



+ de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen

+ 1. bekendheid

Voor merken betekent dit: naamsbekendheid en zichtbaarheid.



- + de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen
- + 1. bekendheid
- + 2. nabijheid



+ de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen

+ 1. bekendheid

+ 2. nabijheid

Voor merken betekent dit: beschikbaarheid, laagdrempeligheid, type klantrelatie, mate van herkenning en identificatie.



- +** de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen
- +** 1. bekendheid
- +** 2. nabijheid
- +** 3. voorspelbaarheid



+ de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen

+ 1. bekendheid

+ 2. nabijheid

+ 3. voorspelbaarheid

Voor merken betekent dit: imago en reputatie, maar vooral congruentie. Beter gezegd: dat het klopt. ;-)



- + de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen
- + 1. bekendheid
- + 2. nabijheid
- + 3. voorspelbaarheid
- + 4. menselijkheid



+ de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen

+ 1. bekendheid

+ 2. nabijheid

+ 3. voorspelbaarheid

+ 4. menselijkheid

Voor merken betekent dit: belofte, authenticiteit en identiteit (opnieuw: herkenning en identificatie).



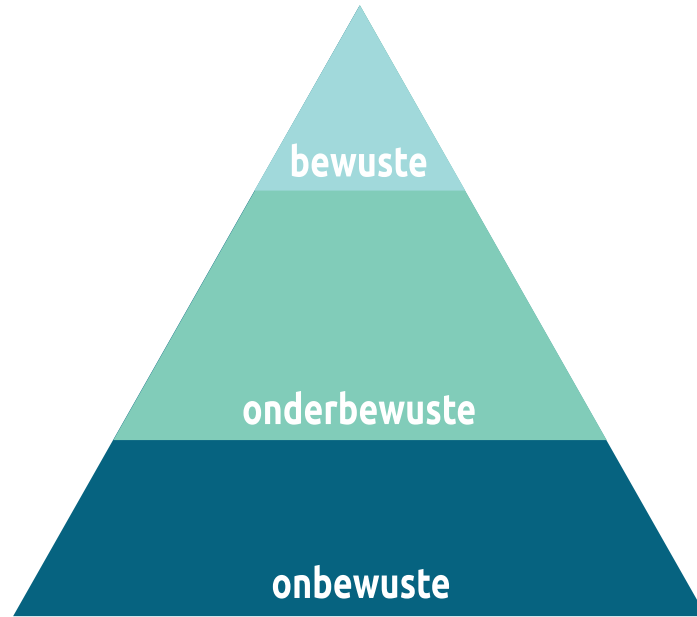
- + de theorie van aantrekkingskracht: vier variabelen
- + 1. bekendheid
- + 2. nabijheid
- + 3. voorspelbaarheid
- + 4. menselijkheid
- + maar let op: aantrekkingskracht is vooral onbewust!



drie levels van bewustzijn



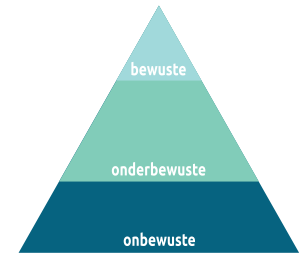
+ drie levels van bewustzijn





+ drie levels van bewustzijn

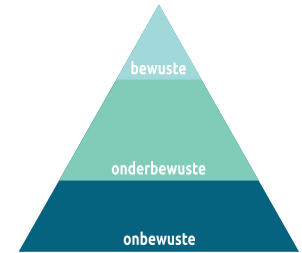
+ ons bewuste





+ drie levels van bewustzijn

+ ons bewuste



vermogen van de menselijke geest om de buitenwereld waar te nemen en te verwerken (sterk rationeel)

beleving of besef van eigen ik (ego) in de omgeving

we zijn ons een klein percentage bewust:
deskundigen zeggen 5 tot zelfs 0,0005 procent!

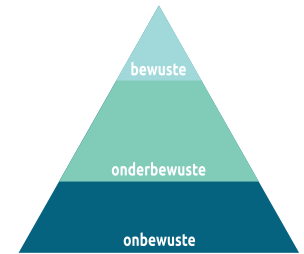
keuzes maken we dus nauwelijks rationeel



+ drie levels van bewustzijn

+ ons bewuste

+ ons onbewuste

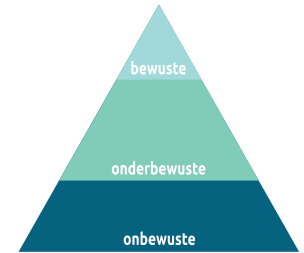




+ drie levels van bewustzijn

+ ons bewuste

+ ons onbewuste



dat wat er wel is, maar niet waargenomen wordt door het bewuste (ons 'normaal')

persoonlijk onbewuste (identiteit) - Freud

collectief onbewuste (cultuur) - Jung

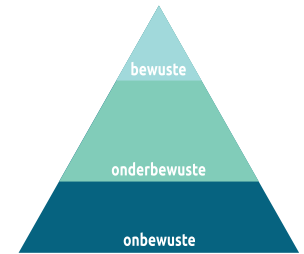


+ drie levels van bewustzijn

+ ons bewuste

+ ons onbewuste

+ ons onderbewuste



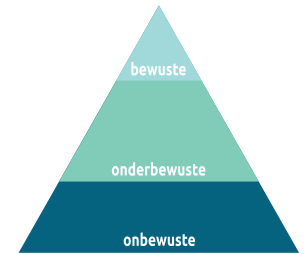


+ drie levels van bewustzijn

+ ons bewuste

+ ons onbewuste

+ ons onderbewuste



onbewust opgeslagen waarnemingen, die kunnen doordringen in het bewuste (dromen, intuïtie, etc)

de ruimte tussen ons onbewuste en bewuste



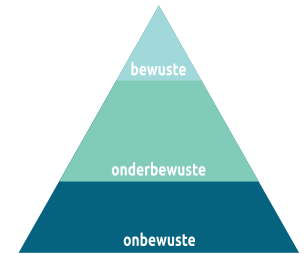
+ drie levels van bewustzijn

+ ons bewuste

+ ons onbewuste

+ ons onderbewuste

+ mensen raken doe je in hun onderbewuste





+ drie levels van bewustzijn

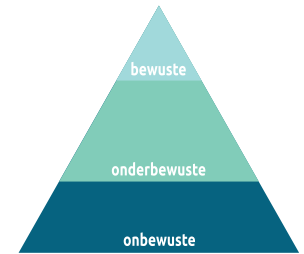
+ ons bewuste

+ ons onbewuste

+ ons onderbewuste

+ mensen raken doe je in hun onderbewuste

door verhalen en beloften die verlangens triggeren





- + drie levels van bewustzijn
- + ons bewuste
- + ons onbewuste
- + ons onderbewuste
- + mensen raken doe je in hun onderbewuste
- + patronen in hoe we geraakt worden: archetypen





hoe je je bewust wordt van verlangens:



hoe je je bewust wordt van verlangens:

intuïtie en gut feeling



hoe je je bewust wordt van verlangens:

intuïtie en gut feeling

dromen, deja-vu's, hypnose, visualisaties, etc.



hoe je je bewust wordt van verlangens:

intuïtie en gut feeling

dromen, deja-vu's, hypnose, visualisaties, etc.

persoonlijke ontwikkeling



hoe je je bewust wordt van verlangens:

intuïtie en gut feeling

dromen, deja-vu's, hypnose, visualisaties, etc.

persoonlijke ontwikkeling

triggers in verhalen en beloften



+ hoe je je bewust wordt van verlangens:

intuïtie en gut feeling

dromen, deja-vu's, hypnose, visualisaties, etc.

persoonlijke ontwikkeling

triggers in verhalen en beloften

+ archetypen zijn een waanzinnige tool hiervoor!





als ondernemer wil (en moet) je mensen raken



als ondernemer wil (en moet) je mensen raken



raken doe je in het onderbewuste



- +** als ondernemer wil (en moet) je mensen raken
- +** raken doe je in het onderbewuste
- +** raken is het triggeren van verlangens en emoties



- +** als ondernemer wil (en moet) je mensen raken
- +** raken doe je in het onderbewuste
- +** raken is het triggeren van verlangens en emoties
- +** niet door: feitelijke kenmerken van je aanbod



- + als ondernemer wil (en moet) je mensen raken
- + raken doe je in het onderbewuste
- + raken is het triggeren van verlangens en emoties
- + niet door: feitelijke kenmerken van je aanbod
- + professioneel verliefd zijn



- + als ondernemer wil (en moet) je mensen raken
- + raken doe je in het onderbewuste
- + raken is het triggeren van verlangens en emoties
- + niet door: feitelijke kenmerken van je aanbod
- + professioneel verliefd zijn
- + archetypen helpen begrijpen waarom we van je houden



aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent



aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent

vanzelfsprekend, dus blinde vlek

archetypisch profiel, maar het gaat om JOU

door de bril van (primair) archetype naar jezelf kijken helpt je om blinde vlek zichtbaar te krijgen

verlangens, dromen, wensen,
overtuigingen, wereldbeeld, waarden,
vermogens, talenten, kwaliteiten

"Oh ja, dat dóe ik inderdaad!"



aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent



aantrekkingskracht hack #2: ken je ideale klant



+ aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent

+ aantrekkingskracht hack #2: ken je ideale klant

dit gaat niet over demografische kenmerken
(gender, leeftijd, woonplaats, inkomen, etc)

gaat over identiteit, overtuigingen en verlangens

wie is hij, waar is hij mee bezig
en wat houdt hem bezig?



- +** aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent
- +** aantrekkingskracht hack #2: ken je ideale klant
- +** aantrekkingskracht hack #3: voel zijn verlangen(s)

dit gaat verder dan WETEN
dit gaat over je kunnen verplaatsen

ervaren, voelen, meeleven, voorleven

geluk van de kleine ondernemer die zichzelf goed kent:
dit is moeiteloos!



- +** aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent
- +** aantrekkingskracht hack #2: ken je ideale klant
- +** aantrekkingskracht hack #3: voel zijn verlangen(s)
- +** aantrekkingskracht hack #4: begrijp wat jouw rol is



- +** aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent
- +** aantrekkingskracht hack #2: ken je ideale klant
- +** aantrekkingskracht hack #3: voel zijn verlangen(s)
- +** aantrekkingskracht hack #4: begrijp wat jouw rol is

wat verlangt hij van jou? waarom houdt hij van jou?

tip: zie jouw klant als de held die op een spannende reis gaat, en jezelf als zijn mentor



- +** aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent
- +** aantrekkingskracht hack #2: ken je ideale klant
- +** aantrekkingskracht hack #3: voel zijn verlangen(s)
- +** aantrekkingskracht hack #4: begrijp wat jouw rol is
- +** aantrekkingskracht hack #5: raak hem



- +** aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent
- +** aantrekkingskracht hack #2: ken je ideale klant
- +** aantrekkingskracht hack #3: voel zijn verlangen(s)
- +** aantrekkingskracht hack #4: begrijp wat jouw rol is
- +** aantrekkingskracht hack #5: raak hem

vertel verhalen, doe beloften, creëer een merk dat klopt



- +** aantrekkingskracht hack #1: weet wie je bent
- +** aantrekkingskracht hack #2: ken je ideale klant
- +** aantrekkingskracht hack #3: voel zijn verlangen(s)
- +** aantrekkingskracht hack #4: begrijp wat jouw rol is
- +** aantrekkingskracht hack #5: raak hem
- +** aantrekkingskracht hack #6: be for real





verhalen, mythen en dromen



- + verhalen, mythen en dromen
- + joseph campbell: de monomythe



- + verhalen, mythen en dromen
- + joseph campbell: de monomythe
- + alle verhalen zelfde opbouw: van bijbel tot star wars



- +** verhalen, mythen en dromen
- +** joseph campbell: de monomythe
- +** alle verhalen zelfde opbouw: van bijbel tot star wars
- +** karakter en plot: herkenning en identificatie



- +** verhalen, mythen en dromen
- +** joseph campbell: de monomythe
- +** alle verhalen zelfde opbouw: van bijbel tot star wars
- +** karakter en plot: herkenning en identificatie
- +** gaat altijd over transformatie

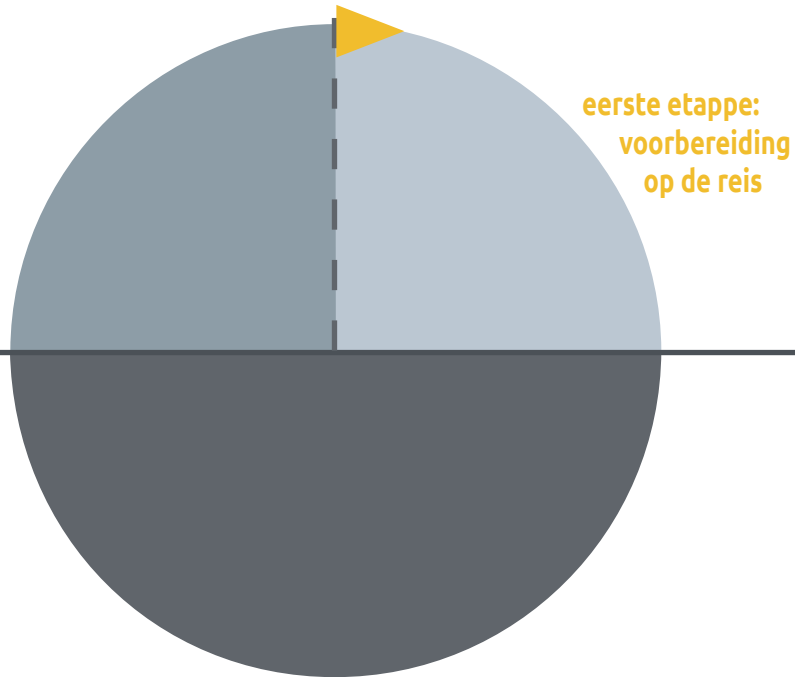


- + verhalen, mythen en dromen
- + joseph campbell: de monomythe
- + alle verhalen zelfde opbouw: van bijbel tot star wars
- + karakter en plot: herkenning en identificatie
- + gaat altijd over transformatie
- + de basis van veel (zo niet alle) opdrachten



einde van de reis

begin van de reis

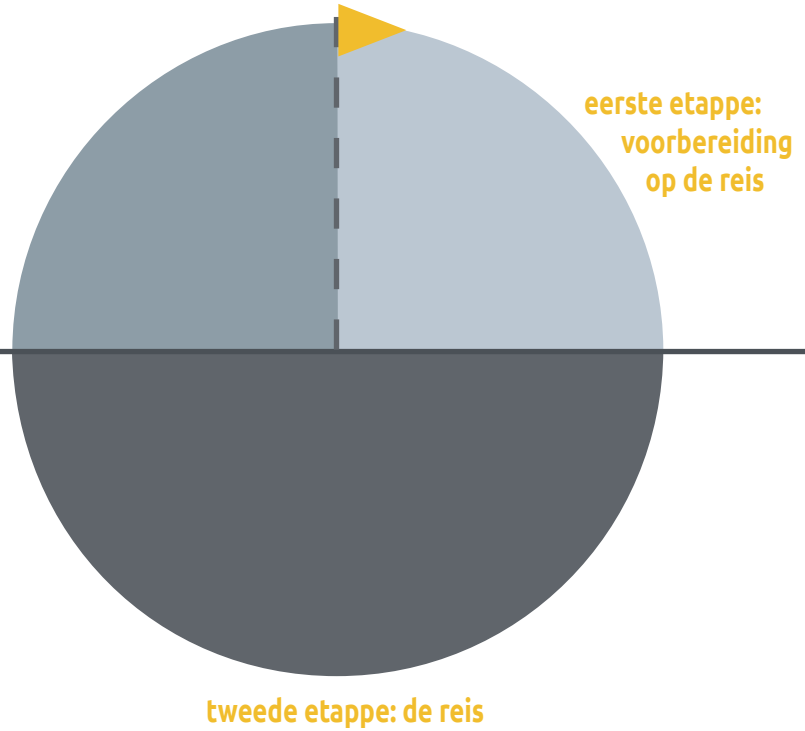


**eerste etappe:
voorbereiding
op de reis**



einde van de reis

begin van de reis





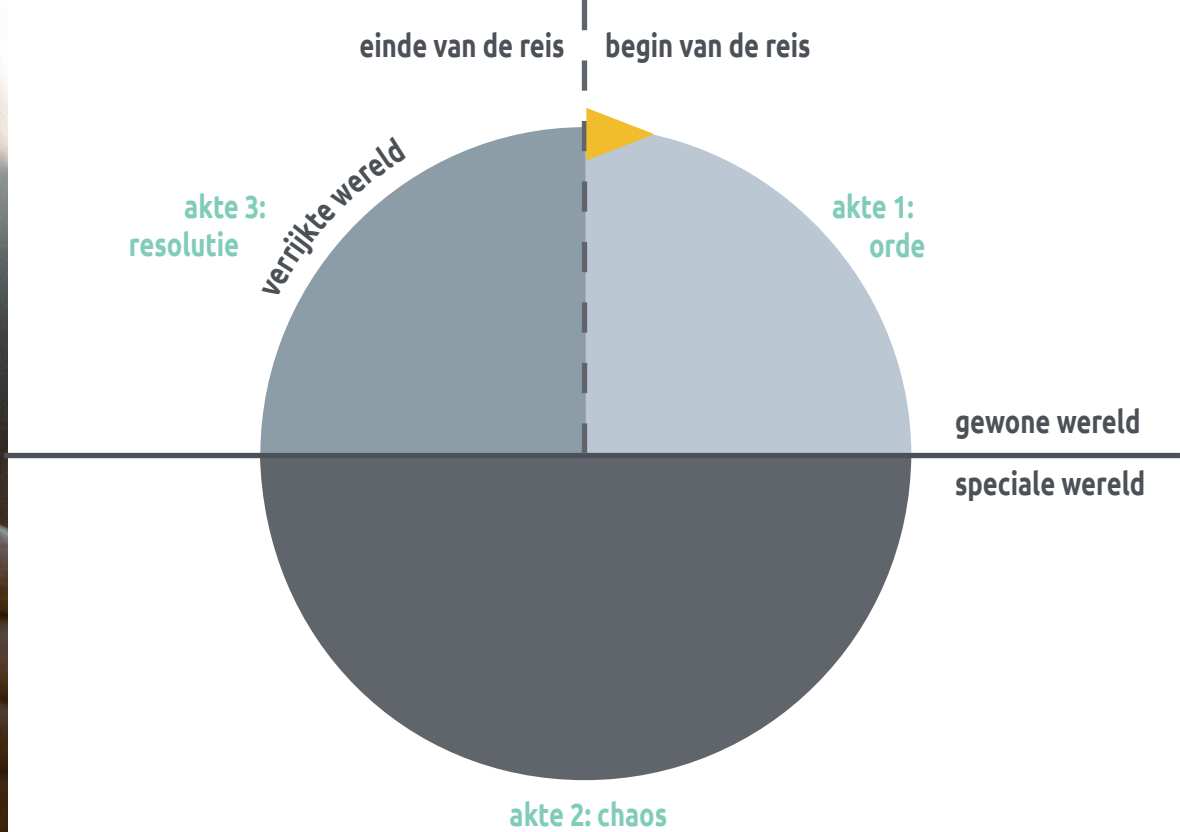
einde van de reis

begin van de reis

derde etappe:
de terugkeer

eerste etappe:
voorbereiding
op de reis

tweede etappe: de reis





| 1. het gewone leven

