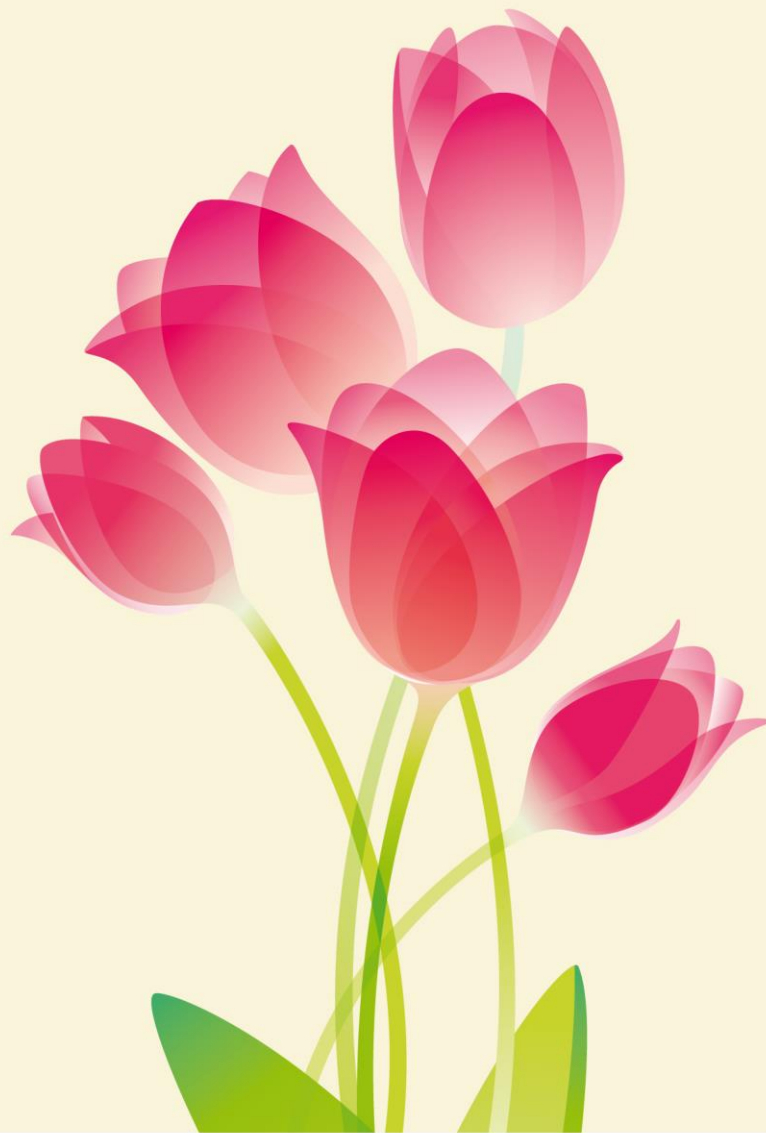


De 5 geheimen van een Bloeiend bedrijf



De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Inhoudsopgave

Voor wie is dit E-boekje de moeite waard om te lezen?	3
Wie is Annie?	4
Geheim 1. Word specialist	5
Geheim 2. Verkoop je deskundigheid, niet je uren.	8
Geheim 3. Weet wat je waard bent en krijg dat ook	11
Geheim 4. Een simpele, prettige, goedkope manier van promotie, waarbij de klanten naar <u>jou</u> toe komen	14
Geheim 5. Denk en handel als een echte ondernemer	18
Zet vandaag de eerste stap om een bloeiend bedrijf te creëren!	22
Hoe ga je verder?	23
Contact	23

Dit is versie 1.4. van **De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf**. Heb je dit E-boek doorgestuurd gekregen van iemand? Ga dan naar www.hartenzielmarketing.nl en vraag je eigen exemplaar aan, zodat je zeker bent van de meest recente versie! Je ontvangt dan regelmatig de Hart en Ziel Marketingtips met nog meer waardevolle informatie om een bloeiend bedrijf te creëren!

© 2012 - Hart en Ziel Marketing - Annie Massop - Alle rechten voorbehouden – Doorzenden, kopiëren of verveelvoudigen van dit E-boek is niet toegestaan. Gratis exemplaren van dit document zijn echter wel verkrijgbaar via www.hartenzielmarketing.nl.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Vraag jij jezelf wel eens af waarom sommige therapeuten en coaches een ruim inkomen hebben, plezier in hun werk en genoeg tijd voor hun privéleven?

En waarom anderen nauwelijks rondkomen, veel te hard moeten werken of met tegenzin aan het werk zijn?

Hebben die succesvolle coaches en therapeuten soms een geheim dat ze zorgvuldig verborgen houden en aan niemand doorvertellen?

Gelukkig niet! Je kunt hun geheim nu leren kennen en gebruiken!

Wat deze succesvolle therapeuten en coaches doen om hun bedrijf goed te laten lopen, kun je gewoon in dit boekje lezen.

Je leert hier de 5 essentiële elementen die nodig zijn om een bloeiend bedrijf te creëren.

Je weet precies wat averechts werkt en wat je wél kunt doen om jouw ideale bedrijf te realiseren.

En je leert hoe je vandaag al kunt beginnen om een bedrijf met genoeg klanten, een ruim inkomen, werkplezier en voldoende vrije tijd te krijgen.

Voor wie is dit E-boekje de moeite waard om te lezen?

Dit boekje is speciaal geschreven voor zelfstandig therapeuten en coaches of zelfstandig ondernemers in een aanverwant beroep, die graag hun intuïtie, gevoel en creativiteit in het werken met hun klanten inzetten.

Als je jezelf in één van de volgende punten herkent, dan is de informatie in dit boekje heel waardevol voor je:

- je hebt te weinig klanten
- je verdient te weinig
- je worstelt met je acquisitie
- je hebt te weinig tijd voor je privéleven
- je vindt je werk niet leuk meer
- je hebt wel eens een marketing of ondernemers-training gevolgd, maar daarin voelde je je niet thuis, of je werd er erg moe van

Als je dit boekje hebt gelezen:

- weet je hoe je een continue stroom van goed betalende klanten krijgt
- heb je begrepen dat er een manier van marketing en acquisitie is, waar jij je goed bij voelt
- heb je ook gezien hoe je je bedrijf zodanig inricht dat je genoeg vrije tijd overhoudt
- begrijp je hoe je met het werk wat je met hart en ziel doet je gewenste inkomen verdient
- heb je ervaren dat het leren van marketing en ondernemerskennis leuk en inspirerend is

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Wie is Annie?

Na eerder een bedrijf gehad te hebben begon het na een tijd in loondienst te hebben gewerkt, toch weer te kriebelen. Ik wilde weer een bedrijf starten.

Aanvankelijk wilde ik iets heel anders gaan doen dan marketing. Tijdens netwerkgesprekken werd ik binnen een week door twee verschillende zelfstandige trainers gevraagd om de marketing voor hun bedrijf te doen.

Ik was daar helemaal niet op bedacht, was heel verbaasd en zei : "Nee, dat doe ik niet."

Later toen alles bezonken was, besepte ik dat dit geen toeval was en ben ik toch serieus de mogelijkheid gaan onderzoeken of ik hier mijn werk van zou gaan maken.

Marketing leek me wel heel leuk, maar tegelijkertijd staken allerlei negatieve vooroordelen over marketing, verkopen en acquisitie onmiddellijk de kop op.

Uiteindelijk heeft een wijze leraar in een droom mij laten zien dat dit het werk is dat bij me paste. Op dat moment begreep ik gevoelsmatig dat het goed zat, later toen ik mijn methode verder ontwikkeld had en daadwerkelijk met klanten werkte kon ik het ook met mijn verstand begrijpen.

Omdat mijn klanten aangesproken worden op wie ze ten diepste zijn en vandaaruit hun marketing gingen doen, bleek dat ze zowel persoonlijk als zakelijk enorm gingen groeien. Ik begreep nu ook welke taak ik hierin had: mijn klanten leren echt helemaal vanuit hun hart te werken én daarmee het inkomen te verdienen waarmee ze het leven kunnen leiden dat ze graag willen.



Ik heb marketing en verkoopmethoden die hun waarde ruimschoots in de praktijk bewezen hebben, vertaald en toepasbaar gemaakt voor intuïtief en gevoelsmatig ingestelde mensen.

Ik nodig de klant steeds weer uit te voelen en te horen wat haar/zijn intuïtie zegt.

Ik zet mijn eigen intuïtie en gevoel in ten behoeve van mijn klanten . Als de klant ervoor open staat, kan ik gericht mijn intuïtie en gevoel voor hem of haar inzetten.

Ik ben business coach en heb daarnaast de afgelopen jaren veel marketingopleidingen op hoog niveau gevolgd.

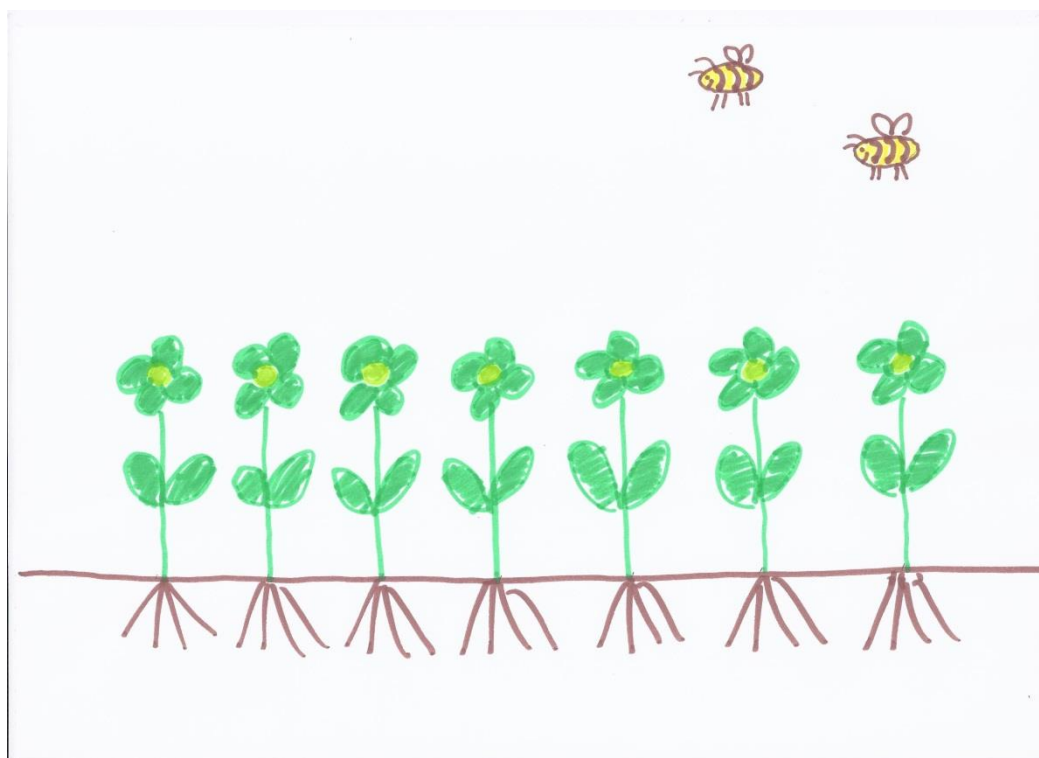
Mijn creativiteit, intuïtie en gevoel heb in de loop der jaren geschoold door allerlei trainingen en activiteiten op het gebied van zang, theater, toneelregie en dans, aura chakra healing en sjamanisme. Je leest nog meer over Annie's achtergrond op

<http://hartenzielmarketing.nl/annie-massop/>.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Geheim 1. Word specialist

Veel therapeuten en coaches hebben de neiging om zichzelf zo breed mogelijk aan te bieden. Ze bieden veel verschillende soorten werkzaamheden aan voor zoveel mogelijk mensen. Dit vanuit de overtuiging dat er dan zoveel mogelijk kansen zijn. Maar het omgekeerde is het geval. Zie het bijgaande plaatje.



Vanuit het perspectief van de bij zijn deze planten allemaal hetzelfde.

Zo is het ook voor jouw klanten: zij zien een heleboel coaches die zich breed aanbieden en die er voor hen precies hetzelfde uitzien.

Een voorbeeld: je bent kindercoach en je begeleid kinderen bij gedrag en leerproblemen, ouders bij opvoedingsvragen en leerkrachten bij lesgeven. Andere kindercoaches doen precies hetzelfde, omdat zij ook denken: "Hoe breder hoe meer klanten."

Waarom zouden de klanten dan voor jou kiezen? Alle coaches zien er voor hen precies hetzelfde uit!

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Klanten hebben een specifiek probleem of een specifieke wens waar ze een oplossing voor zoeken, waar ze geld voor willen uitgeven. Maar ze herkennen zichzelf en hun probleem niet in je website, horen dat niet in het verhaal dat je vertelt. En als ze in een paar seconden niet vinden wat ze zoeken, gaan ze snel door naar de volgende dienstverlener.

Het is dus belangrijk jezelf te onderscheiden van andere coaches en therapeuten. Hoe doe je dat dan?

Door je te specialiseren!

Als je ervoor kiest - en dat ook uitdraagt in je marketing - , om voor een specifieke groep klanten te werken, dat een specifiek probleem of thema heeft, word je heel zichtbaar voor die groep klanten. Dan herkennen zij zich onmiddellijk in jouw website, jouw verhaal en jouw dienstverlening.

Dan komen die klanten vanzelfsprekend naar jou toe, dan zien ze jou als iemand die alles van hun problemen afweet en heb je veel minder concurrentie.

Waar moet je op letten als je een specialisme kiest?

Om met hart en ziel te werken is het belangrijk dat je met klanten werkt die jou liggen, klanten waar je blij van wordt. En dat je jouw favoriete talent kunt inzetten en op de manier kunt werken zoals jij dat het liefste doet. Essentieel is dat je werk in overeenstemming is met je hogere doel: wat wil je met je werk bijdragen aan de wereld, waar doe je het allemaal voor? En tenslotte is het belangrijk dat je graag de problemen van jouw ideale klant oplost, dat je veel affiniteit met de thematiek hebt.

Om genoeg geld met je specialisme te verdienen is het essentieel dat de klant genoeg wil betalen voor jouw dienstverlening. Dat doet de klant alleen maar als je een urgent probleem voor hem of haar oplost, een probleem waar de klant 's nachts van wakker ligt.

Een voorbeeld van een specialisme:

Je bent de kindercoach uit het eerdere voorbeeld en hebt je specialisme bepaald. Jouw hogere doel is om harmonie in gezinnen te brengen. Je werkt het liefste met speelse en creatieve methoden. Jouw grootste talent is om mensen weer met elkaar te laten communiceren en samenwerken.

Jouw specialisme is om tweeverdienende hoogopgeleide ouders die kinderen met nachtmerries hebben te leren hoe ze met hun kind om kunnen gaan, zodat hun kind goed slaapt en iedereen uitgerust en met een goed humeur aan het ontbijt zit.

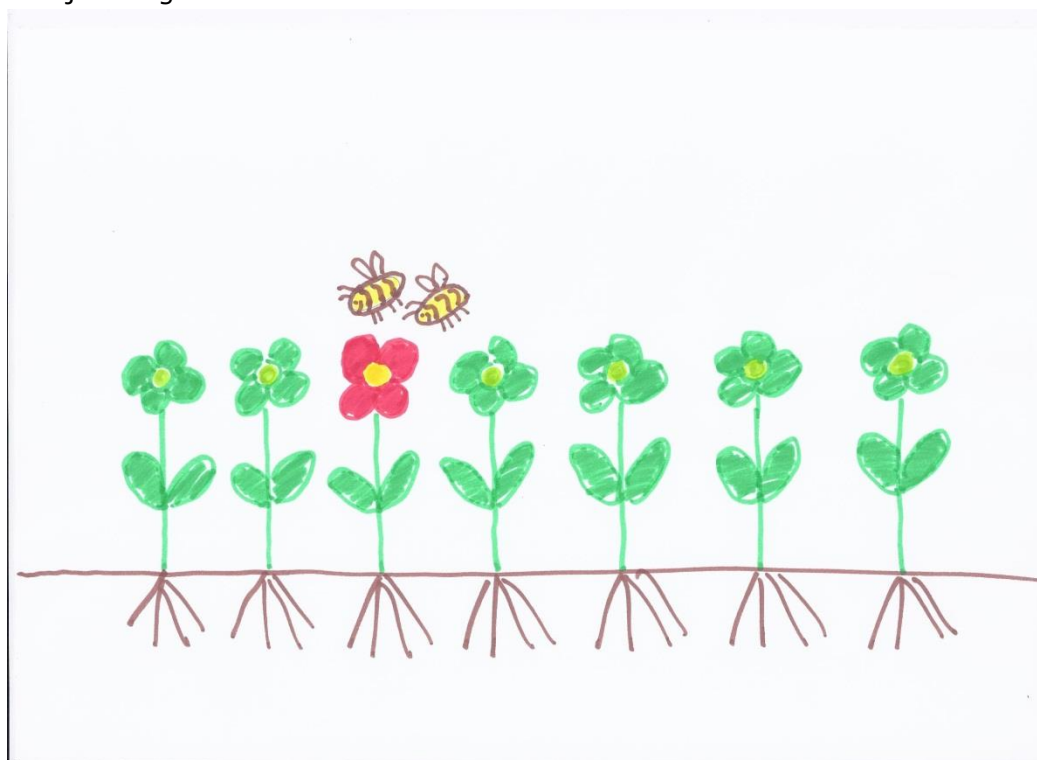
De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Bij het netwerken, op verjaardagsfeestjes en in de teksten van je website, overal zeg je steeds dat dit jouw specialisme is. Je bent heel duidelijk en zichtbaar, iedereen snapt je verhaal. Je wordt gezien als expert op het gebied van nachtmerries bij kinderen. Mond tot mond reclame gaat heel gemakkelijk en je wordt zelfs uitgenodigd om in een oudermagazine jouw mening te geven.

Zodra je specialist bent geworden, ziet het plaatje met de planten en de bij er heel anders uit!

Nu kan de bij in dit plaatje de plant met de rode bloem heel goed onderscheiden van de andere planten en komen ze vanzelf naar die plant toe.

Zo ben jij dus ook heel zichtbaar voor jouw klanten, komen ze vanzelfsprekend naar je toe en kun je een goed inkomen verdienen.



Als je geheim 1 in jouw bedrijf toepast levert je dat het volgende op:

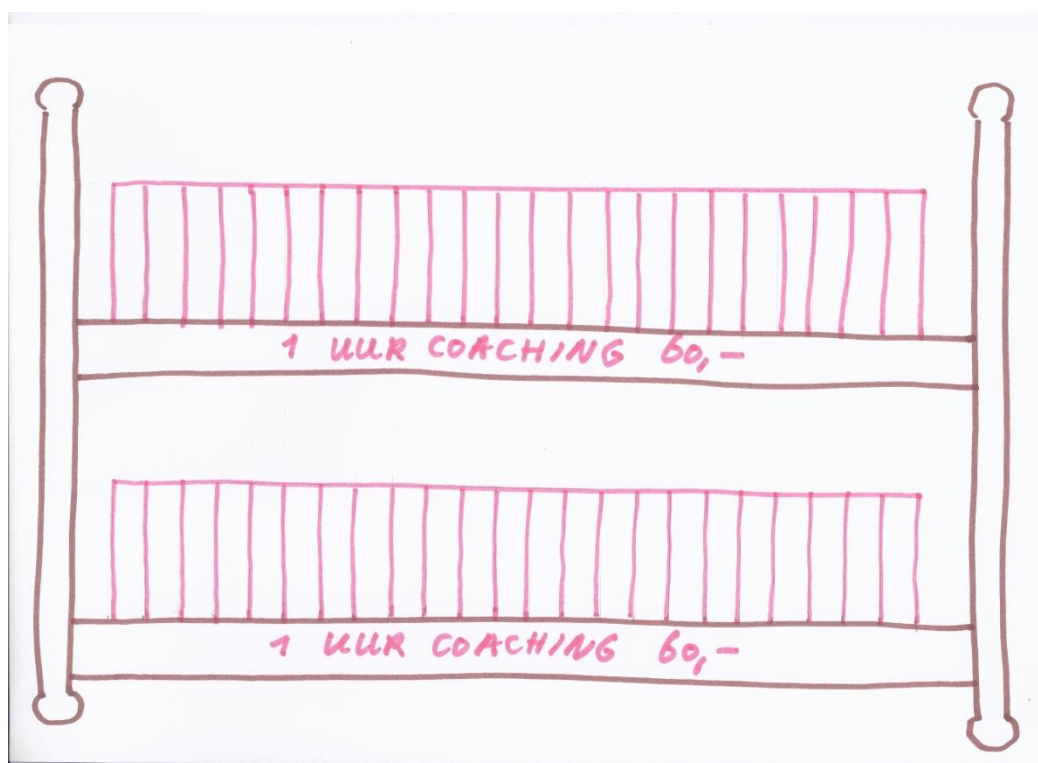
- voldoening, omdat je het werk doet wat je het liefste doet
- vervulling, omdat je het leven van jouw klanten beter maakt
- focus, je weet precies wat je wel en niet moet doen
- een goed inkomen

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Geheim 2.: Verkoop je deskundigheid, niet je uren.

De meeste therapeuten en coaches bieden hun diensten per uur aan. Soms geven ze een richtlijn voor het aantal sessies af, maar veel vaker beginnen ze gewoon aan een traject en zien ze wel hoe het verder loopt. Daarbij werken ze meestal individueel met klanten.

Als je de kindertherapeut uit het voorbeeld bij geheim 1 zou zijn en je zou een winkel hebben, dan ziet dat eruit als in het onderstaande plaatje.



Je maakt iedere week een beperkt aantal producten, namelijk een aantal 1-uur-coaching-producten. Die leg je iedere week op de schappen, als ze op zijn, kun je ze niet bijmaken. Op = op.

Als je producten over hebt, kun je ze weggooien, want ze blijven maar 1 week goed. Je hebt een heleboel individuele klanten, die elke keer steeds 1 uur coaching kopen.

Als je meer wilt verdienen, moet je dus meer producten maken en meer uren draaien. Daar zit een limiet aan, er zitten immers maar 24 uur in een dag, 7 dagen in een week. In het ergste geval houd je helemaal geen privé tijd meer over.

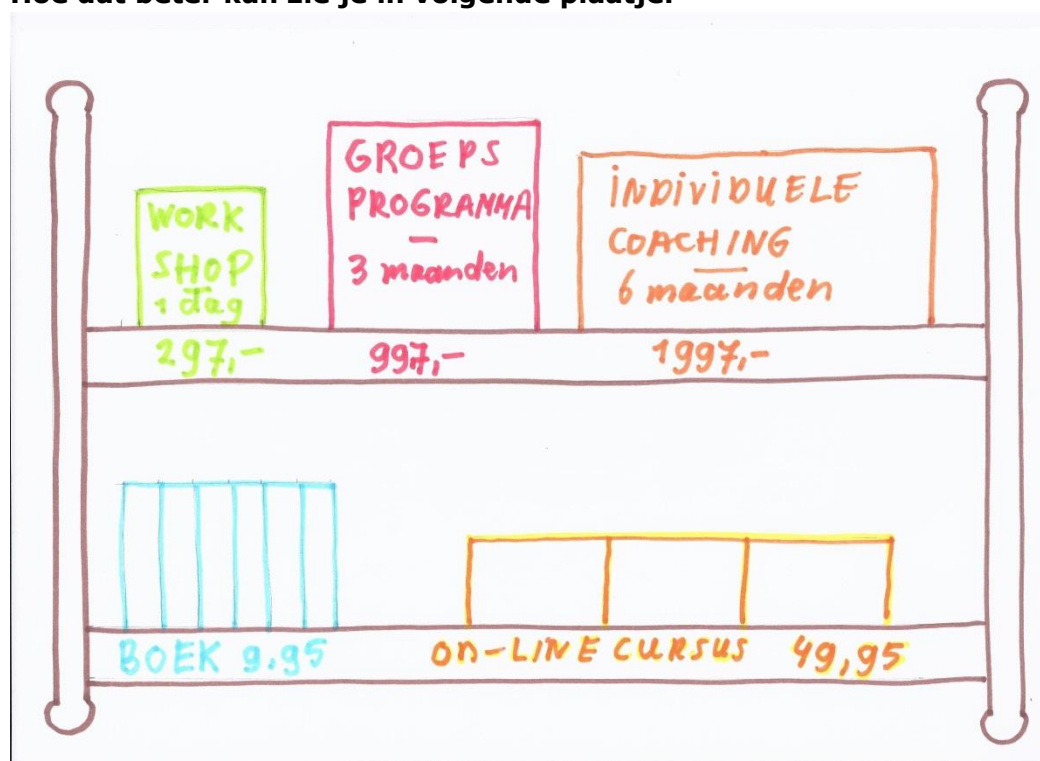
Ook zit er een limiet aan je omzet, want je kunt maar een beperkt aantal 1-uur-coaching-producten per week maken en verkopen. Dat is dan gelijk het plafond van je omzet.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Voor je klanten is het niet duidelijk hoeveel uren hij of zij uiteindelijk kwijt is tot het probleem opgelost is, en ook niet wanneer het probleem opgelost is, want dat staat nergens aangegeven in jouw winkel.

Dus zowel voor jou als voor je klanten zitten er veel nadelen aan deze werkwijze.

Hoe dat beter kan zie je in volgende plaatje.



Je hebt een boekje geschreven met als titel: "50 Manieren om de nachtmerries van je kind te stoppen."

Je hebt een online-training gemaakt waarin de klanten in 7 stappen leren hun kind de nacht door te laten slapen.

Er is een workshop bij je te volgen (maximaal 100 deelnemers) die je noemt: "Mijn kind slaapt door!"

Je hebt een intensief 3-maandenprogramma (maximaal 18 deelnemers): "Hoe je de nachtmerries van je kind de baas kunt worden."

En voor mensen die individuele begeleiding willen (dat doe je nog steeds, maar dan tegen een veel hoger tarief), heb je een 6-maanden programma gemaakt: "Ik vind mijn kind weer lief. Hoe je de harmonie in je gezin weer herstelt."

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Je ziet dat je hier allemaal verschillende producten hebt gemaakt met een duidelijk resultaat, duidelijke tijdsduur en een vaste prijs. Dat is prettig voor de klant, die weet nu precies waar hij aan toe is.

Vaak vertellen coaches en therapeuten dezelfde informatie keer op keer aan iedere klant. Je draagt nu jouw kennis en ervaring ook op andere manieren aan je klanten over, zoals in een (E-boek), een video of een audio-opname.

Je werkt daarnaast in groepen, waardoor je veel meer verdient in minder tijd. Je maakt je klanten blij, want zij betalen verhoudingsgewijs minder dan wanneer ze individueel bij je komen, terwijl ze toch goed geholpen worden. Bovendien heeft het deelnemen aan een groep als meerwaarde dat ze met lotgenoten ervaringen kunnen uitwisselen.

Klanten hebben verschillende behoeften, zowel qua inhoud als qua vorm van begeleiding. Door verschillende producten aan te bieden kom je daar nu heel mooi in tegemoet. Je hebt ook verschillende prijzen, waardoor het voor veel meer klanten mogelijk wordt om van jouw hulp te profiteren.

Alle producten hangen met elkaar samen en versterken elkaar. Een klant die een boekje koopt zal wellicht later een workshop gaan volgen, het boekje kun je weer bij de individuele coaching uitreiken enz.

Zelfs bij beroepen, waarvan je denkt dat je klanten alleen individueel kunt helpen (denk b.v. aan massage, healing/reading of kledingadvies) heb je legio mogelijkheden om verschillende producten te maken. Dat lukt echter alleen maar als je jezelf gespecialiseerd hebt.

Bijvoorbeeld: je masseert en je richt je op kenniswerkers in de ICT met RSI. Of je geeft healingen en readingen en je richt je op mensen in de zorg met burn-out. Of je geeft kledingadvies en je richt je op managers in de bankwereld die onzeker overkomen en daardoor hun afdelingsresultaten niet behalen.

In al die gevallen kun je over jouw specialisme schrijven, video's maken, oefeningen opnemen als MP3, in een groep informatie geven, er een zelfhulpmethode van maken enz.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Ook als je denkt dat wat jij doet alleen maar in maatwerk kan worden omgezet, je bent bijvoorbeeld loopbaan-coach in het bedrijfsleven, kun je nog steeds afgebakende trajecten aanbieden.

Ook hier geldt dat je een duidelijk specialisme moet hebben om dat te kunnen doen. Je richt je bijvoorbeeld op vrouwelijke professionals in de ICT, die graag naar een volgend niveau in hun loopbaan door willen groeien. Hoewel iedere klant haar eigen thematiek heeft, zit er altijd een zelfde soort opbouw in je coaching en zijn er altijd een aantal problemen die ze als groep gemeenschappelijk hebben. Daarom is het ook voor jou mogelijk afgebakende trajecten aan te bieden.

Als je geheim 2 in jouw bedrijf toepast levert je dat het volgende op:

- je verhoogt je inkomen en je kan dat net zo hoog maken als je zelf wilt
- je hebt meer vrije tijd
- je kan je creativiteit helemaal kwijt in het ontwerpen van producten

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Geheim 3. Weet wat je waard bent en krijg dat ook

Coaches en therapeuten doen niets liever dan anderen helpen, hun motivatie en drijfveer is in het algemeen niet om heel rijk te worden en heel veel geld te verdienen. Helaas zorgt die houding er vaak voor dat ze te weinig voor hun diensten krijgen en daardoor te weinig inkomen hebben.

Een veelvoorkomend probleem is dat je er te weinig bij stilstaat hoeveel jouw dienstverlening waard is voor de klant.

De kindercoach denkt bijvoorbeeld: "Dat kind slaapt weer lekker door en het heeft geen nare dromen meer. Fijn, ik ben blij dat ik dit kind geholpen heb. "

Je vergeet dan dat je dienstverlening veel meer effect kan hebben dan alleen een kind dat doorslaapt. Bijvoorbeeld wanneer door de gebroken nachten de tweeverdienende hoogopgeleide ouders moe en gestrest zijn. Ze maken ruzie met elkaar en functioneren niet goed op hun werk. Ze lopen promotie mis en als het zo doorgaat lopen ze ook nog eens het risico van een scheiding.

Jij lost dan niet alleen het probleem van de nachtmerrie op, maar ook alle gevolgen ervan.

Want als hun kind weer doorslaapt, zijn de ouders weer fit, uitgerust en ontspannen, is er weer harmonie in het gezin, functioneren ze weer goed op hun werk en maken ze promotie. En dat maakt dat ze graag en goed willen betalen voor je diensten.

Een ander veelvoorkomend probleem is dat je niet weet hoe je de waarde van je dienstverlening aan de klant moet overbrengen.

Meestal proberen therapeuten en coaches de klant te overtuigen door veel over hun methode te vertellen. Maar dat is niet wat de klant over de streep trekt. Het is veel belangrijker dat de klant zich de ernst van de situatie bewust is.

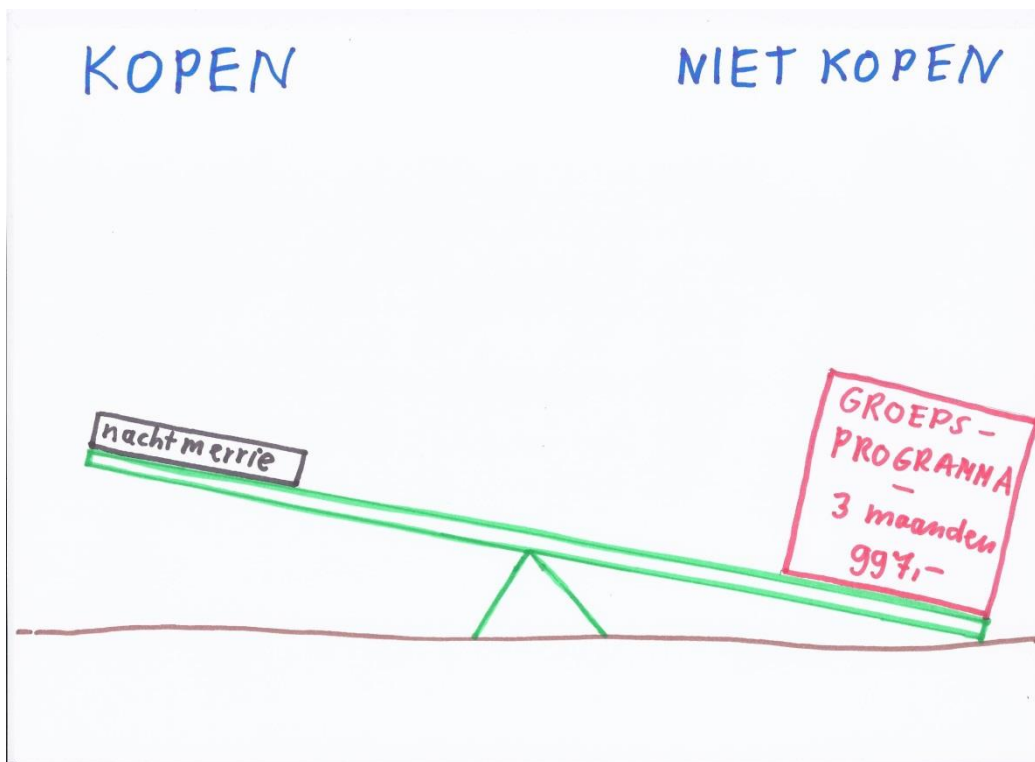
Het is jouw taak de klant ervan bewust te maken hoe ernstig de situatie is. De klant kan dat niet zelf, die zit midden in de problemen en vindt het vaak ook te pijnlijk om de situatie onder ogen te zien. Daarna is ook jouw taak om jouw klant te laten zien wat jouw dienstverlening hem of haar kan opleveren.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Het allerbelangrijkste is dat jouw klant zich heel goed realiseert wat het hem of haar kost om de situatie hetzelfde te laten.

Want een klant maakt altijd een afweging of de kosten van de oplossing opwegen tegen de ernst van de situatie.

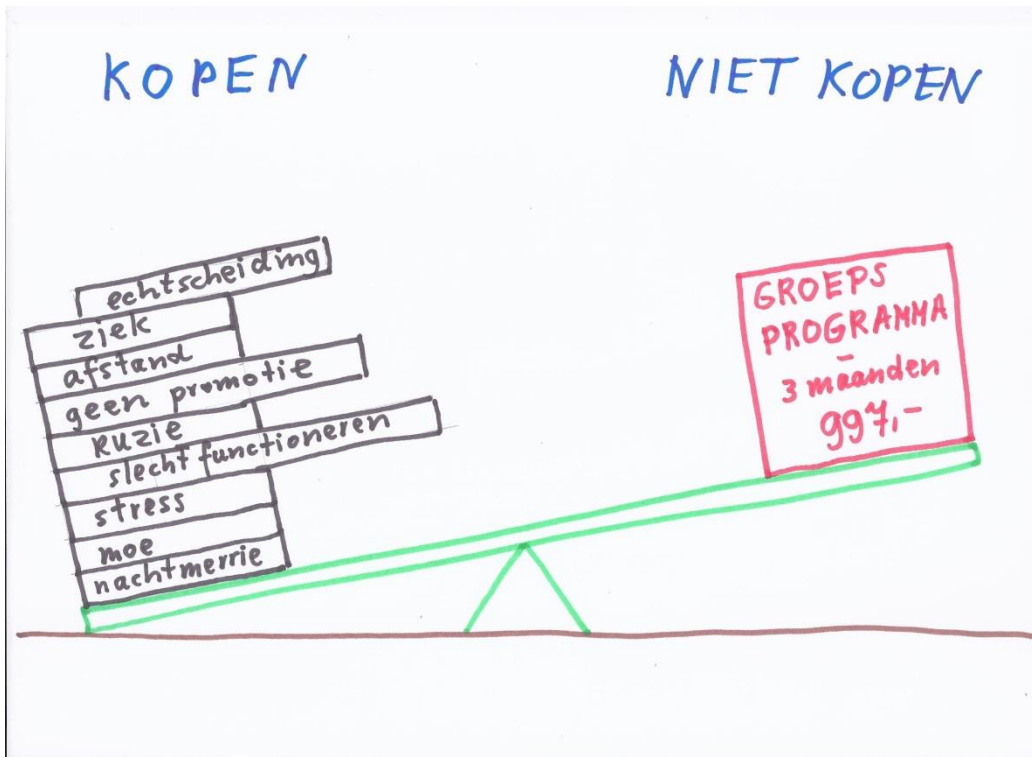
Het gezin dat net als voorbeeld werd gegeven zou het b.v. het meest gebaat zijn bij jouw 3-maanden-programma van 997,- euro. Stel dat jij alleen maar zou zeggen dat je de nachtmerrie van hun kind gaat verhelpen. Dan ziet de afweging van de ouders er als volgt uit.



De ouders denken: "997,- euro om ons kind te laten doorslapen? Dat gaan we echt niet betalen" en ze kopen je 3-maandenprogramma niet.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Als je naar het volgende plaatje kijkt, slaat de wip naar de andere kant door.



Als jij de ouders bewust hebt gemaakt van de situatie: de gebroken nachten, de vermoeidheid en stress, de ruzies en de problemen die ze op hun werk hebben. Het risico van de scheiding. Hier zien de ouders in dat de situatie veel ernstiger is dan zij dachten en zijn ze wel bereid te betalen voor jouw 3-maanden-programma.

Als je geheim 3 in jouw bedrijf toepast levert je dat het volgende op:

- je vraagt hogere prijzen en die betalen de klanten ook graag
- je vergroot je inkomen
- je waardeert jezelf meer en je hebt meer zelfvertrouwen

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

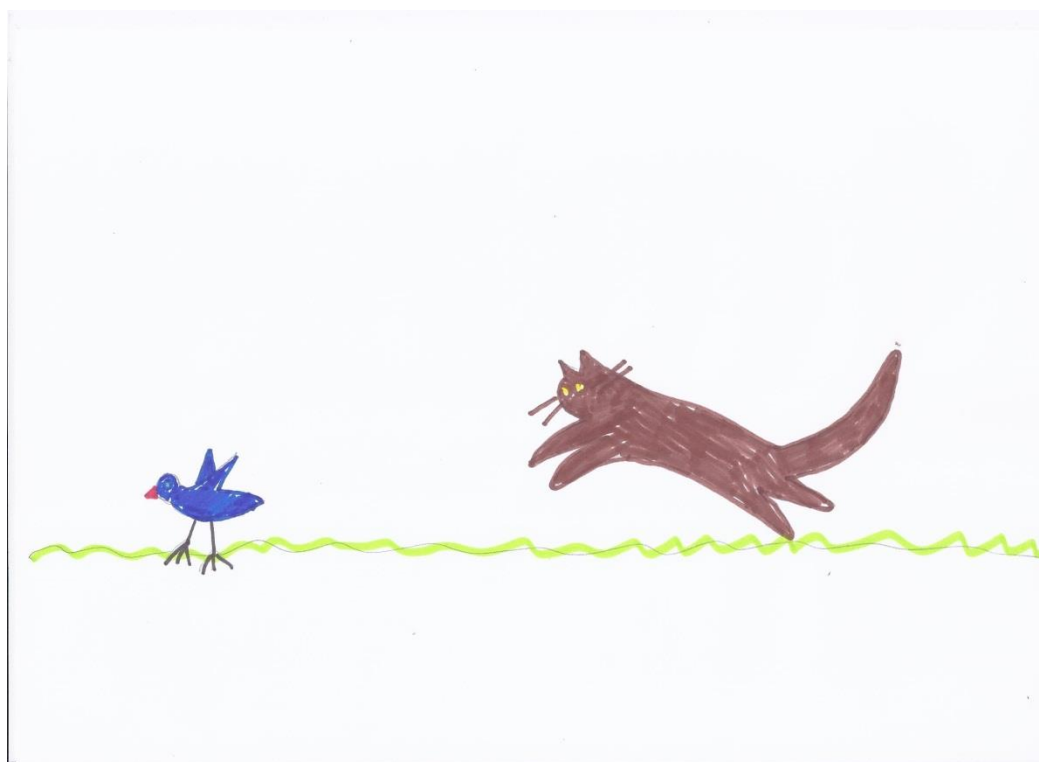
Geheim 4. Een simpele, prettige, goedkope manier van promotie, waarbij de klanten naar jou toe komen

Net zoals andere therapeuten en coaches bezoek je netwerken en probeer je actief in contact met doorverwijzers te komen. Of je belt mensen op waarvan je denkt dat ze interesse in je dienstverlening zouden kunnen hebben. Als je voor organisaties werkt bel je met de HR(M)-manager of een lijnmanager om een gesprek te regelen.

Je doet dit met de intentie om onmiddellijk klanten te krijgen.

Vaak leveren deze activiteiten je niet het aantal klanten op dat je nodig hebt en kosten ze je heel veel tijd. Diep in je hart voel je jezelf er ook niet goed bij, je hebt het idee dat je jezelf opdringt of dat je met jezelf aan het leuren bent.

Die manier van acquisitie doen laat zich het beste uitleggen door het volgende plaatje.



Je jaagt als een kat op een vogel, een muis of iets anders dat voedsel voor je is. De vogel of de muis vindt dat niet leuk, die wil niet opgegeten worden en vlucht weg. En dan moet de kat weer op zoek naar de volgende prooi.

Met deze vorm van acquisitie ga je actief achter de klanten aan en ben je erop gericht iets van ze te krijgen

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Er is echter ook een manier van acquisitie waarbij de klanten naar jou toe komen en die gebaseerd is op geven.

Hieronder lees je hoe dat in zijn werk gaat.

Ten eerste is het belangrijk dat je weet dat een klant heel vaak van je moet horen voor hij of zij zich jou überhaupt herinnert.

Gemiddeld genomen moet een klant 7 keer van je horen, voordat jouw naam in zijn of haar herinnering blijft hangen. Daarbij is het ook heel belangrijk dat je steeds dezelfde boodschap uitdraagt - hier komt je specialisme weer om de hoek kijken - want dan maakt de klant in zijn of haar hoofd de koppeling tussen jouw naam en een specifieke doelgroep en probleem.

Een ander feit is dat klanten veel informatie nodig hebben om een dienst te kopen.

Een dienst is niet tastbaar, je kunt die niet vasthouden en bekijken zoals een fysiek product, bijvoorbeeld een T-shirt of een mobiele telefoon. Een klant gaat pas kopen als hij of zij alle vertrouwen in jou en in het resultaat van je dienstverlening heeft. Daarom wil de klant alles van je dienstverlening weten voor hij of zij een beslissing neemt.

Bij een dienst is ook het contact met de dienstverlener heel belangrijk, want zeg nou zelf, jij gaat toch ook niet naar een coach waar je jezelf niet bij op je gemak voelt of die je niet aardig vindt?

Een klant moet je dus kennen, aardig vinden en vertrouwen voordat hij of zij een dienst van je koopt.

Hoe kun je dat bereiken? Door met grote regelmaat over je specialisme te publiceren! Publiceren kan in dit verband ook video of een audio-opname zijn. Het kan via artikelen, maar ook via sociale media berichten.

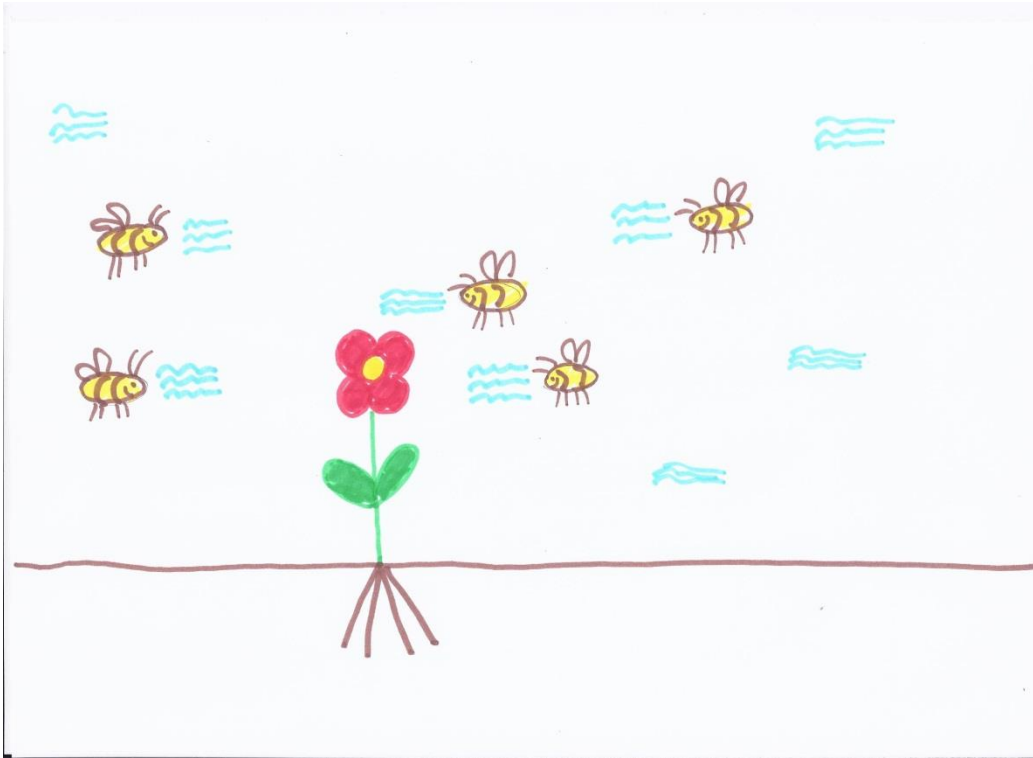
Doordat je veel van jezelf laat horen en zien, komt de klant jou steeds weer tegen en leert de klant je kennen, weet de klant dat je er bent.

Door jouw publicaties te lezen, te zien of te horen, bepaalt de klant of hij of zij jou aardig vindt, of jij bij hem of haar past.

Doordat je steeds over je specialisme publiceert krijgt de klant steeds meer vertrouwen in je dienstverlening.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Als je het zo doet, ziet je promotie er als in het volgende plaatje uit.



Hier komen de bijen naar de bloem toe. De bij haalt nectar uit de bloem om zichzelf en zijn larven te voeden. De bloem wordt door de bij bevrucht en kan daardoor zaden maken. Ze hebben allebei baat bij de samenwerking, een win-win-situatie.

De bij herkent de rode bloem van grote afstand tussen de groene bloemen zoals we bij geheim 1 gezien hebben. Maar één bezoek aan de bloem is niet genoeg om de bloem te bevruchten, er kan altijd iets misgaan. Daarom moeten de bijen vaker terugkomen. En daarom zendt de bloem steeds maar weer geuren uit, geuren die de bij lekker vindt, zodat de bijen steeds terugkomen.

Concreet naar jouw acquisitie vertaald betekent dit:

- dat je op je website een gratis cadeautje aanbiedt (zoals een E-boekje, een zelf test of een geleide meditatie)
- bij de gratis cadeautje krijgen je websitebezoekers gratis een abonnement op je publicaties
- dat je jouw abonnees regelmatig een artikel met waardevolle informatie stuurt, waar ze echt iets aan hebben (dit zijn de lekkere geuren).
- in de artikelen staat natuurlijk een link naar je website, zodat ze regelmatig op je website kijken
- op je website heb je alle informatie opgenomen die klanten nodig hebben om een koopbeslissing te nemen (dit is de rode bloem)

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Op deze manier blijf je onder de aandacht van je klanten, bouw je een band met ze op en gaan ze je vertrouwen. Pas daarna gaan ze van je kopen.

Nu vraag je jezelf natuurlijk af: " Hoe krijg ik bezoekers op mijn website?"

Dat doe je door actief op sociale media te zijn. Ook op sociale media plaats je berichten die voor jouw doelgroep interessant zijn (dus weer die lekkere geuren). Af en toe plaats je een bericht met een link naar je gratis cadeautje. Zo komen je websitebezoekers vanzelf op je abonneelijst, ze krijgen je artikelen met een link naar je website en zo komt je aanbod als vanzelf onder hun aandacht. Zo simpel is het!

Belangrijk om te weten als je op sociale media actief wordt:

- weet op welk social medium jouw klanten actief zijn
- kies om te beginnen 1 social medium, krijg dat goed in de vingers en wordt dan pas actief op het volgende social medium
- promoot heel spaarzaam je aanbod op sociale media! Mensen zitten op sociale media om informatie te vinden of voor de gezelligheid en niet om te kopen. Een betere strategie is om veel en genereus interessante informatie te delen en je volgers uit te nodigen je gratis cadeau aan te vragen.

Het grote voordeel van deze manier van acquisitie is dat klanten kopen wanneer ze er zelf aan toe zijn. Je hoeft ze niet op te bellen of erachter aan te gaan.

Andere voordelen zijn dat je met weinig kosten en weinig tijdsinvestering een heleboel mensen bereikt met als resultaat een hoog percentage dat werkelijk klant bij je wordt. Je zult merken dat je zelfs klanten krijgt zonder ze ooit persoonlijk gesproken te hebben.

Als je geheim 4 in jouw bedrijf toepast levert je dat het volgende op:

- je krijgt gemakkelijk klanten
- je krijgt meer klanten
- je besteedt je acquisitietijd heel efficiënt en effectief
- je voelt je goed bij deze manier van acquisitie
- het is leuk om over je kennis en ervaring te publiceren

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Geheim 5. Denk en handel als een echte ondernemer

Bij grotere professionele bedrijven is er een telefoniste, iemand die de personeelszaken doet, een ICT-afdeling, de marketingafdeling, een directie die de lange termijnplannen maakt, financiële zaken en ga zo maar door.

Ook wordt in die grotere professionele bedrijven vaak voor bepaalde zaken advies van buiten ingehuurd, omdat die expertise in het bedrijf zelf niet aanwezig is.

Jij bent in je eentje, maar net zoals in een grotere organisatie moeten alle bovengenoemde taken ook in jouw bedrijf uitgevoerd worden. Ook jij moet naar de lange termijn kijken, je financiën op orde hebben, klanten krijgen, de telefoon beantwoorden, je computer aan de praat houden enz.

En jij hebt ook niet alle expertise in huis om je bedrijf goed te laten draaien, weet jij bijvoorbeeld alles van belastingbesparende regelingen?

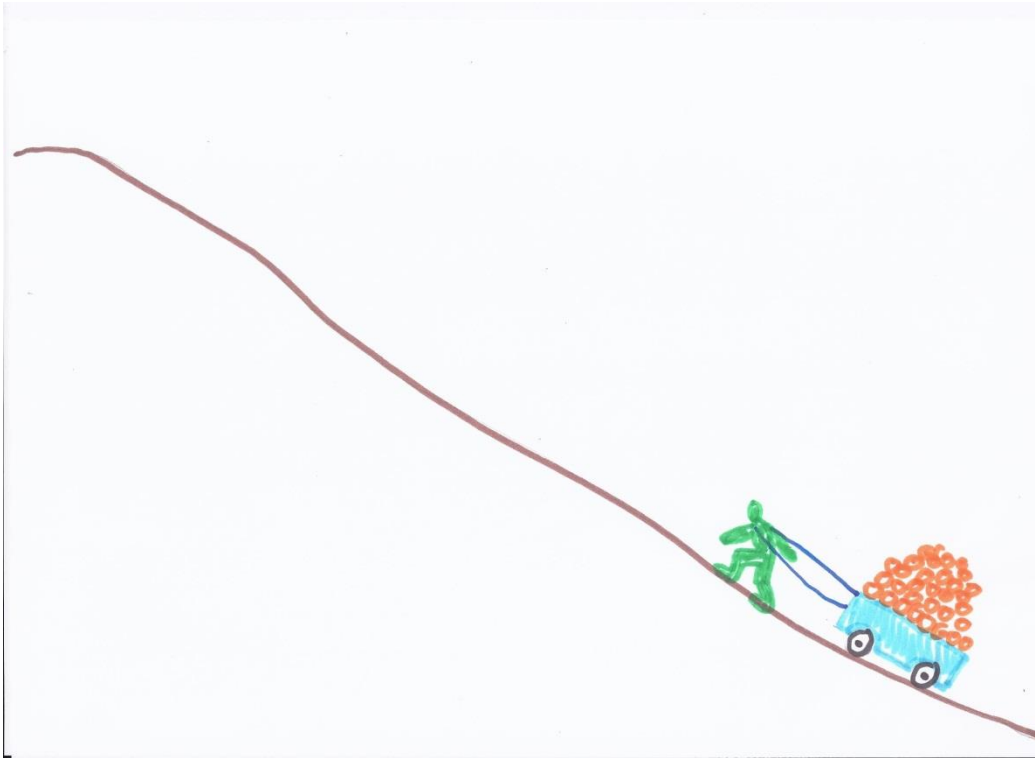
De meeste dienstverleners doen zoveel mogelijk zelf, want dat bespaart geld denken ze.

Ze doen zelf hun boekhouding, maken hun eigen website, bedenken zelf hoe ze hun marketing aanpakken enz. Ze gaan met hun bedrijf om alsof het hun huishouden is, zoveel mogelijk zelf doen en als het morgen niet af is, dan komt het overmorgen wel.

Wat ze over het hoofd zien is dat deze manier van denken en handelen heel veel tijd en moeite kost. Je kunt in je eentje onmogelijk op al die gebieden expert zijn en de nieuwste ontwikkelingen bijhouden. Alle tijd die je hier insteekt besteed je niet aan dingen die geld opleveren, namelijk jezelf promoten en je diensten verlenen. Dus bespaar je niets, maar kost het je uiteindelijk alleen maar geld en tijd.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

In een plaatje ziet dat er als volgt uit:



Je hebt al die verschillende taken in een karretje hebt gelegd. Je trekt de kar helemaal alleen de berg op. Het gaat heel langzaam en het kost je enorm veel energie en tijd. Als je boven op de berg bent gekomen (als je er al komt), ben je zo uitgeput en vermoeid dat je niet eens meer van het uitzicht kan genieten.

Met andere woorden, je geniet niet van het ondernemen, maar bent aan het zwoegen en ploeteren om alles af te krijgen. Je kunt geen moment rust nemen, want dan gaan jij én de kar naar beneden.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Hoe het ook kan zijn.

Kijk eens naar het volgende plaatje, hoe zou dat voor je zijn?



Hier ben je boven op de berg gaan staan en kun je te allen tijde van het uitzicht en het ondernemen genieten. De taken die uitgevoerd moeten worden liggen naast je. Het water symboliseert mensen en systemen die jou helpen de taken uit te voeren. Je hoeft de taken alleen maar in het water te gooien, en de stroom doet de rest.

Natuurlijk hangt hier een prijskaartje aan, alle ondersteuning kost geld.

Het is goed om je te realiseren dat serieus ondernemen betekent dat je durft te investeren.

Een echte ondernemer investeert alleen maar als een persoon of systeem hem of haar helpt binnen afzienbare tijd geld te verdienen, tijd te besparen of vervelend werk uit handen te nemen.

Bijvoorbeeld: een accountant moet je belastingpapieren zo gunstig mogelijk invullen (alles binnen het wettelijke uiteraard). Die accountant levert je geld op.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Iemand die je website maakt neemt jou werk uit handen waar je geen verstand van hebt en dat je niet leuk vindt, dat bespaart je een hoop ergernis en tijd.

Een coach op marketinggebied leert jou veel sneller dan je het zelf ooit kunt uitzoeken hoe je meer klanten kunt krijgen. Dat levert je geld en tijd én werkplezier op.

Software waarmee je jouw teksten inspreekt levert je tijd op en zorgt ervoor dat je geen RSI krijgt.

Reken eens uit hoeveel tijd je aan taken besteed die je niet leuk vindt? Hoeveel extra omzet zou je in die uren kunnen maken?

En hoeveel uren zou iemand die er goed in is erover doen? Hoeveel zou het je kosten als je dit zou uitbesteden? Vergelijk nu eens de omzet die je in die uren maakt met de kosten die het uitbesteden met zich meebrengt.

Een zelfde soort rekensommetje kun je maken als je specifieke ondersteuning voor jezelf inhuurt. Bijvoorbeeld een ondernemerscoach. Hoeveel levert 1 extra klant je op en hoeveel klanten heb je nodig om de investering in een ondernemerscoach eruit te hebben?

Ondernemen is eerst investeren en daarna de vruchten plukken. En inschatten of jouw investering zich binnen afzienbare tijd terug zal verdienen.

Het maakt niet uit of je net begint of al langer bezig bent, ondernemen is in beide gevallen risico nemen en durven investeren. In het begin zul je 500 euro misschien een groot bedrag vinden als je het vergelijkt met je omzet. Maar als je langer bezig bent en meer verdient heb je weer andere dingen nodig, die veel meer investering zullen vragen. Dan zal bijvoorbeeld 5000,- euro een heel groot bedrag lijken in vergelijking met je omzet. Het gevoel van het eng vinden blijft, of je nu een beginnende of een ervaren ondernemer bent.

Het is goed om van het begin af aan de juiste ondernemershouding aan te nemen en te durven investeren in ondersteuning, ook al is het nog maar voor een paar uur of voor een klein bedrag.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Als je geheim 5 in jouw bedrijf toepast levert je dat het volgende op:

- het levert je vrije tijd op
- je werkt samen met mensen die je zelf hebt uitgezocht
- je weet dat alle taken door mensen worden gedaan die er verstand van hebben
- je kunt je helemaal richten op datgene waar je goed in bent en waar je het meeste plezier in hebt
- routinezaken heb je in systemen ondergebracht en kosten je geen tijd meer
- je helpt andere mensen aan werk

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Zet vandaag de eerste stap om een bloeiend bedrijf te creëren!

Het allerbelangrijkste is dat je eerst een specialisme kiest, zoals bij geheim 1 beschreven. Want op basis daarvan kun je jouw diensten gaan vormgeven, de waarde van je dienstverlening bepalen en weet je precies over welke onderwerpen je kunt publiceren.

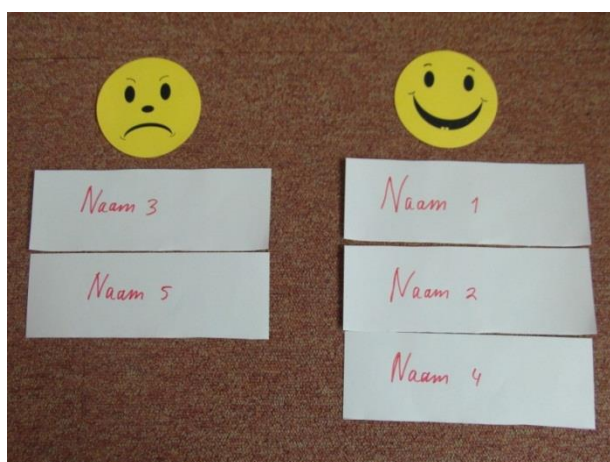
Je hebt bij geheim 1 gelezen dat het essentieel is dat je met klanten werkt die jou waarderen en waar je blij van wordt. Want dat is een van de voorwaarden om met hart en ziel te kunnen werken.

Het is een goed begin om nader te onderzoeken wie jouw ideale klant is.

Hoe kun je jouw ideale klant ontdekken?

Hou voor jezelf eens bij van welke mensen je energie krijgt en van welke mensen je moe wordt. Dat is vaak een hele goede graadmeter of iemand wel of niet bij je past. Noteer namen van privé en zakelijke contacten, want het gaat er hier om dat je de kenmerken ontdekt van mensen waar je graag contact mee hebt. En die mensen kun je zowel privé als zakelijk tegen komen.

Schrijf de namen op aparte strookjes papier en sorteer ze onder blije gezichtjes en niet-blije gezichtjes. Een voorbeeld zie je op de foto.



Leg dit op een plek neer waar je regelmatig langs komt. Dan blijft het in je aandacht en hou je jezelf er onbewust ook mee bezig.

Je zult merken dat het bij sommige mensen gelijk duidelijk is en dat je over andere mensen twijfelt. Durf rustig de namen tussen de gezichtjes heen en weer te schuiven en voel dan wat voor jou klopt. Soms heeft het gewoon tijd nodig en merk je dat het op een gegeven moment vanzelf duidelijk wordt.

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Na een week maak je de balans op. Wat hebben de mensen die onder het blije gezichtje liggen met elkaar gemeen? Zo heb je al een aantal kenmerken van jouw ideale klant bepaald. Vaak is er nog een verfijning van het profiel nodig, maar je hebt nu al een heel goed idee in welke richting je jouw ideale klant kan zoeken.

Wil je nog meer informatie en tips over hoe jij jouw ideale bedrijf kan realiseren? Lees dan de gratis Hart en Ziel Marketing tips.

Ben je nog geen abonnee van Hart en Ziel Marketing tips? Ga dan naar www.hartenzielmarketing.nl en schrijf je gratis en vrijblijvend in!

Ik wens je heel veel succes en plezier bij het realiseren van jouw bloeiend bedrijf!

Annie Massop
info@hartenzielmarketing.nl

De 5 geheimen van een bloeiend bedrijf

Hoe ga je verder?

Als je graag met de informatie uit dit E-boekje aan de slag wil gaan en daar ondersteuning en advies bij wilt hebben, neem dan deel aan één van de programma's van Hart en Ziel Marketing.

Kijk voor het meest actuele aanbod op <http://hartenzielmarketing.nl>.

Ik zou het erg leuk vinden je bij mijn programma's te ontmoeten!

Contact

Wil je eerst persoonlijk contact met me? Mail me dan op info@hartenzielmarketing.nl

Je vind me ook op sociale media:

Twitter <https://twitter.com/anniemassop/>

Linkedin <https://www.linkedin.com/in/anniemassop>

Facebook <https://www.facebook.com/HartenZielMarketing>

Google+ <https://plus.google.com/103147430386502267372/about>

Pinterest <https://www.pinterest.com/anniemassop/>