

Sta steviger in je schoenen in 7 stappen in 7 weken
**Jouw Personal Branding en
Zichtbaarheid**
WEEK 6

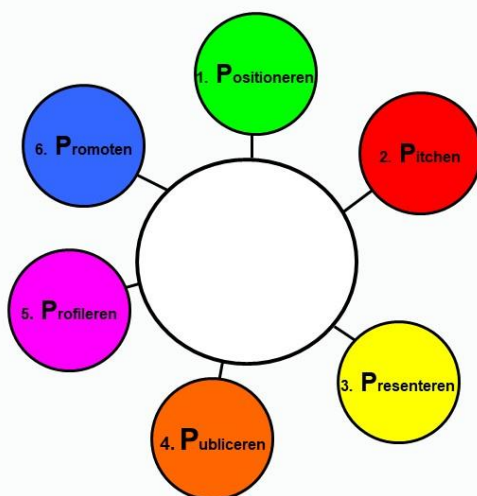


PAK JE PODIUM!

“Zet die volgende stap!”

Patrick van Gils

6. Promoten



Sta steviger in je schoenen in 7 stappen in 7 weken

Promoten

Jouw 'pet': SuperPromotor

De basiskracht van promotie en reclame is 'herhalen, herhalen, herhalen'. Momenten creëren. En een concreet aanbod doen. Iets waar de ander JA (of soms NEE) op kan zeggen. Na één keer iets promoten, ben je nog lang niet klaar. Maak een plan met fases voor jouw product- of dienstpromoties & -lanceringen. En benoem ook vooral de herhaalmomenten in jouw aanpak. De kracht van herhaling is veel groter dan je denkt. Te snel denk je en concludeer je dat de ander het allemaal al weet wat jij doet of aanbiedt. Dat is een grote misvatting.

Ondernemers en bedrijven die wél herhalen, regelmatig een aanbod doen en plannen, zijn succesvoller. Wat doe jij? En vergeet niet de basis; weten al jouw netwerkcontacten eigenlijk wel waar jij momenteel voor staat, wat jij nu doet en wat je aanbiedt? Test het maar eens! Ook naar je bestaande netwerkcontacten liggen er volop kansen om jouw aanbod te promoten. Wist je trouwens dat er wel zéven contactmomenten nodig zijn om van een koud contact een klant te maken? Bouw pro-actief aan die reis van 7 contactmomenten: offline en/of online. Stap voor stap. Gepland. En uitgedacht. Het grote geheim is dat mensen die jou *kennen*,

jouw *waarden* en jouw *vertrouwen* jouw product of dienst sneller bij jou willen afnemen en jou zullen aanbevelen binnen hun netwerk! Daarnaast zullen (nieuwe) klanten vooral voor jou kiezen als er geen enkele inhoudelijke ‘ruis’ in al jouw communicatie-uitingen zit. Ruis geeft twijfel en verkoopt niet. Dan lopen klanten naar een ander. Dat voorkom je door consequente en consistente communicatie. Weet je het nog? Jouw kern, jouw ‘2 kernwoorden’, dient van al jouw communicatiemiddelen af te ‘spatten’: van visitekaartje, e-mail-handtekening, folder, social media tot website. Deze dienen een herkenbare, herhalende en overtuigende boodschap te hebben. Dit is de basis van jouw promotie. Ook de opbouw van je verkoopgesprekken en de aansluitende offerte of voorstel zijn genadeloos sterke, herhalende en dus bekrachtigende promotiemiddelen en promotiemomenten. Daarmee realiseer jij sneller meer impact! Nog een paar belangrijke ‘promotiewetten’:

- Als je een offerte of voorstel stuurt, doe dan een super concreet aanbod. Geef ook aan hoe lang dat specifieke aanbod geldig is; dat ‘dwingt’ de ander om te kiezen. Je *helpt* de ander te kiezen!
- Schaarste is een ander aspect van succesvol promoten. Op het moment dat jouw product in beperkte aantallen verkrijgbaar is, is dat een reden om te kiezen om nú bij jou te kopen. Theaters spelen veel met dit mechanisme (‘de laatste plaatsen!’).
- Promoten is geen ‘truc’ waarmee je altijd vraag kunt opwekken en kunt verkopen. Het Engelstalige spreekwoord geldt ook hier: ‘*Fish when the fish are biting*’. Het is dus alleen zinvol om te promoten in een periode dat er in de basis een (hulp-)vraag en behoefte is bij je klanten.

Tot slot: sommige mensen vinden ‘promoten’ een ‘vies’ woord. Alsof we dat alleen voor eigen gewin doen, als het ware ten koste van onze medemens. Het ligt natuurlijk anders; als jij zichtbaar maakt wat jij hebt, kunt of biedt, help je de ander om van zijn problemen af te komen. Hoe erg is het wel niet voor een klant als hij een groot probleem heeft en hij kent niemand om hem daarvan af te helpen? Jij bent dus de ‘reddende engel’! Jij hebt de

oplossing! Dus dan moet je het wel aan de wereld, aan je toekomstige klanten, vertellen dat je bestaat. Promoten is dus ook een vorm van hulp bieden. Dat voelt al gelijk een stuk beter! Toch?

Week 6. Thuiswerk-opdrachten

In week 6 focussen wij ons op de volgende 'P': Promoten. Tijd om alle schroom van ons af te slaan en de wereld te laten zien wat we 'in de aanbieding' en 'in de etalage' hebben. Promoten kun je naar één persoon doen. Vaak is Promoten een vorm om meer mensen uit jouw markt of doelgroep tegelijkertijd te vertellen wat jij hen biedt. Daarom kan promoten helpen met het laten groeien en opschalen van jouw bedrijf of van het bedrijf van je werkgever. Dat noem ik... Scale UP!



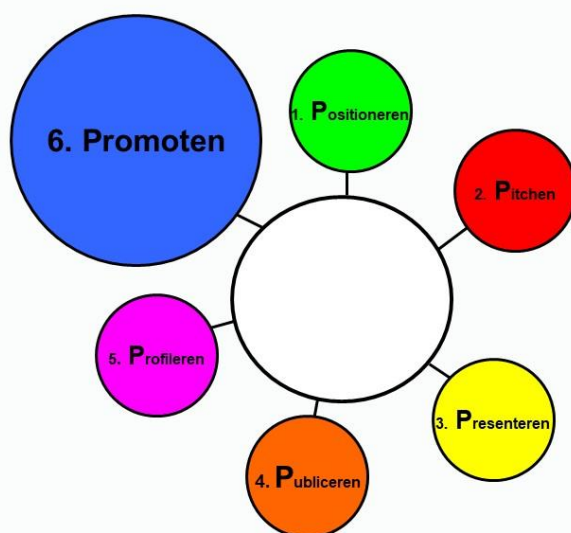
De 'pet' die bij dit domein hoort is de 'SuperPromotor-pet'. Als jij trots bent op wie jij bent of als je trots bent op het product dat jij biedt, en je soms voelt dat meer mensen ervan zouden mogen profiteren, is het de hoogste tijd om deze 'SuperPromotor-pet' wat vaker op te zetten. Het kan je op weg helpen naar verdere groei van jouw droom of business. Als er één bedrijf is waar ik heel goed heb leren promoten met groots resultaat dan is het McDonald's wel. En ik hoor je denken...: *"Maar ik ben geen McDonald's"* en *"Zo wil ik ook helemaal niet zijn of worden"*. Dat begrijp ik heel goed. Jij bent Jij. Toch... door goed te kijken hoe andere bedrijven hun producten 'aan de man' brengen, kun je ongelooflijk veel kennis en inzichten verwerven die jij op jouw eigen, authentieke wijze ook kunt toepassen. En daardoor 'woest aantrekkelijk' veel klanten helpen! Veel succes met een nieuwe week bomvol praktische en voor jou, direct toepasbare, promotie-inzichten!

Patrick



DAG 2. PLAY! *(uitschrijven, proberen, 'spelen')*

Dag 2 van deze week, de dag van 'PLAY'. De opdrachten lekker in je eigen tempo uitwerken. En *de overtreffende trap* in je eigen woorden ontdekken. Je mag jezelf 'overtreffen' deze week!





Wat bied JIJ aan?



1. Wat is het antwoord (wat nu in jou opkomt) op de bovenstaande vraag?

P roduct

1. Geef je product of dienst een **naam**
2. Een naam die iets zegt over de **inhoud** of het **resultaat**
3. Liefst met een '**unieke twist**'

1. Heeft jouw product of dienst momenteel een naam?

2. Zo ja, hoe heet het?

Prijs

1. Heb een '**vaste**' prijs. Heb oog voor de markt; en volg je eigen gevoel
2. Neem jouw eigen-waarde (jouw uurtarief), als **grondslag** bij de prijs van je dienst. Bij product: cost +.
3. **Promotieprij**s-opties: lagere prijs, meer product, extra waarde, pakket

1. Wat is de 'vaste prijs' die jij hanteert voor jouw belangrijkste product(en) of dienst(en)?

2. Wat is jouw methode om tot jouw prijsstelling te komen?

3. Welke vormen heb jij eerder toegepast bij eerdere acties of promoties?
 - Tijdelijk lagere prijs
 - Meer product voor dezelfde prijs
 - Een extra toevoeging of waarde bovenop het product
 - Het samenstellen van een 'pakket' aan producten/diensten

Plaats

1. **Hoe en waar** kan de klant jouw product of dienst gebruiken? (Online, Offline of Combi)
2. **Proces**-communicatie, voorafgaand aan en na de aankoop, wordt te vaak vergeten en onderschat. Vertrouwen!

1. Wat is jouw antwoord op bovenstaande vraag onder punt 1?

2. Dan over het tweede punt. Hoe communiceer jij over de processtappen, voor en ook na een aankoop van een klant? (In contact blijven geeft jouw nieuwe klant sneller meer vertrouwen in hoe jouw bedrijf werkt. Dit aspect is vaak onderbelicht in je communicatie)

Promotie

1. Promoot **gefaseerd**: teasen, introductie & herhaling (“rehit”)
2. Verjaardag, feestdag, jubileum zijn ‘**aanleidings-momenten**’
3. Kies de **kanalen/media-MIX** die door (nieuwe) klant worden gezien
4. Promotie-**impact**: stel einddatum of beperkte hoeveelheid

1. Welke van de bovenstaande 4 punten en tips zou jijzelf concreet kunnen gaan toepassen?

- Faseren.** Welke fases kun jij toepassen?
- Aanleidings-momenten.** Welke heb jij dit jaar?
- Kanalen/Media-MIX.** Welke media of kanalen gebruikt jouw klant?
- Promotie-impact.** Welke kun je toepassen om jouw (nieuwe) klanten te ‘forceren’ te kiezen?



Jij hebt zoveel te geven!

Wat heb jij, zonder dat het jou cash/geld kost, aan waarde te geven?

1. Luisterend oor, aandacht voor de ander
2. Jouw kennis, ervaring, jouw methode
3. “.....”-inspiratiegesprek (online & offline)
4. E-book of whitepaper (of een video of podcast)
5. Een echt ‘voor-proefje’ van jouw product/dienst

1. Welke van bovenstaande punten *geef* jij nu al?

2. Welke van bovenstaande punten zijn voor jou nu nog nieuw en kun jijzelf gaan toepassen?



Jij ontvangt!

Wat kan de ander jou *teruggeven* als je jouw *waarde* niet voor geld *ruilt*?

1. Gezamenlijke ervaring (winst voor klant en jou)
2. Feedback op jouw product of dienst
3. Foto's van de dienst ('echt' en vertrouwen)
4. Referentie (voor op je site, in je offerte)
5. Aanbeveling in netwerk ander

1. Welke van bovenstaande 5 punten 'ontvang' jij al van jouw klanten?

2. Welke zijn voor jou nieuw en kun jijzelf gaan toepassen?



Wat overtuigt klanten?

Wat overtuigt een nieuwe klant het snelst om klant bij jou te worden?

1. Als anderen jou of je product kunnen “proeven”
2. Testimonials/Klantervaringen
3. Media-publicaties
4. Awards/Prijs
5. Getallen (klanten, jaren, uren ervaring)

1. Welke van bovenstaande overtuigingstechnieken pas jij nu al toe?

2. Welke van deze overtuigingstechnieken zijn voor jou nu nog nieuw en kun jijzelf gaan toepassen?



De overtreffende trap

Goed > Beter > Best

1. Schrijf enkele kenmerken of unieke punten op over jezelf, je bedrijf of je product/dienst

2. Pas hier vervolgens de overtreffende trap op toe (voorbeeld: ik ben *inspirerend* > *meer inspirerend* > *de meest inspirerende...*)



Jij en jouw product!

IK

1. Ik ben Patrick van Gils,
2. dé inspirerende pitch- & presentatietrainer

MIJN PRODUCT

1. Ik bied de allerbeste pitch-, presentatie- & personal branding-trainingen (van Nederland)
2. waardoor mijn deelnemers 1) steviger in hun schoenen staan, 2) hun impact vergroten, 3) hun resultaten en dromen realiseren

1. Lees het bovenstaande eens aandachtig een paar keer door. Probeer de woorden echt te 'voelen'. Welke woorden vind je interessant of goed klinken?



Jij en jouw product!

IK

1. ik ben ...
2. dé ...

MIJN PRODUCT/DIENST

1. ik bied...
2. waardoor mijn klanten ...

1. Schrijf de tekst van de vorige pagina over mij nu eens voor jezelf uit aan de hand van de bovengenoemde opbouw. In jouw eigen woorden. Met je eigen gevoel!



6. Promoten

Promoot jouw product!

Ik bied de allerbeste

Pitch-trainingen



Haal uit jouw tekst van de vorige pagina de ene zin over jouw product (de zin die begint met “ik bied...”). Schrijf deze opnieuw hieronder op. Dit is jouw ‘marktkoopman-zin’!

1. Mijn ‘marktkoopman-zin’ is:



6. Promoten

1. Gratis 2. Product 3. Pakket



Jij hebt een product of misschien wel enkele producten. Wat kun jij hier meer mee dan je nu al doet in het promoten ervan? Kun je jouw product in een ander formaat aanbieden? (Bij een dienst bijv. in meer tijd?) Kun je er een extra product aan toevoegen om het waardevoller te maken? Laat je gedachten eens de vrije loop! Hoe kun jij jouw assortiment uitbouwen en versterken voor je klanten?

Bouw aan jouw assortiment en aan jouw eigen 'menu'. Je verkoopt toch liever een 'menucombi' dan één product? En je helpt je klant - in veel gevallen - toch ook vaak beter met een 'menucombi' dan met één product?

1. Wat zijn de gratis vormen van jouw product of dienst?
2. Wat zijn de reeds beschikbare of nieuw te maken producten/diensten?
3. Hoe kun je een pakketcombi maken? (Bijv. van de antwoorden onder vraag 2)



DAG 3. SOUND! *(hardop uitspreken, spiegel, je mobiel)*

Twee ‘uitspreek-SOUND-oefeningen’ deze week.

1. Spreek hardop uit wat je hebt opgeschreven onder ‘*Jij en jouw product*’ in dit werkboek. Zet je camera op je mobiel aan en neem je geluid op. Luister het eens terug. Hoe klinkt het als jij deze persoon niet zou kennen...?

2. Spreek enkele keren jouw ‘*Marktkoopman-zin*’ uit.

3. Nu nog een keer hetzelfde als onder punt 2. Je gaat je nu focussen op *jouw stemklank en uitspraak!* Spreek jouw ‘*marktkoopmanzin*’ uit in verschillende stemklanken:
 - hard/zacht
 - snel/langzaam
 - hoog/laag

Zet je camera aan en neem het op. Pak na de opname een drankje. En luister eens naar jouw eigen opname en stemgeluid. Zet een ‘big smile’ op je gezicht 😊. Lach gerust om jezelf! Hoe klinkt het?



DAG 4. PAUZE! (adempauze, beweeg, drink water)

Vandaag de Pauzedag! Het lied is deze week van Tina Turner. *The Best*. (*Better than all the rest..!*). Geef deze dag eens wat ruimte aan het voelen en ervaren dat je beter bent dan je van of over jezelf vaak denkt. En dat je op een aantal punten echt anders en beter bent dan vele anderen. You're THE BEST! De link 🎵:

<https://www.youtube.com/watch?v=GC5E8ie2pdM>



You're simply the best, better than all
the rest
Better than anyone, anyone I ever met
I'm stuck on your heart, I hang on
every word you say
Tear us apart, baby, I would rather be
dead
Each time you leave me I start losing
control
You're walking away with my heart
and my soul
I can feel you even when I'm alone
Oh, baby, don't let go
You're the best, better than all the rest
Better than anyone, anyone I ever met
I'm stuck on your heart
I hang on every word you say
Tear us apart
Baby I would rather be dead
Oh you're the best





DAG 5. FAST FORWARD! *(feedback van ander)*

Vandaag *Fast Forward*. Je groeit sneller als je met anderen spreekt en deelt wat je leert. Je ontvangt altijd een reactie. En een reactie is altijd waardevol, wat die reactie ook is. Mijn vraag aan jou is: waar zou jij deze week over het Promoten vooral reactie op willen? Een suggestie:

1. Kies uit het werkboek een paar punten die je graag met een ander wilt delen, een gesprek over wilt voeren en een eerste reactie van de ander op wilt krijgen.



DAG 6. STOP! (stoppen met dingen, doen & denken)

De song op deze 'STOP'-dag is van Queen: *Don't STOP me now!* Die tekst gaat vooral over 'doorgaan waar jij graag mee wilt doorgaan'. Om dat te kunnen doen, moet je andere dingen soms stopzetten. Waarmee besluit jij te stoppen, zodat je ruimte krijgt voor je doeltreffende plannen?

De link 🎵: <https://www.youtube.com/watch?v=HgZGwKwLmgM>



Tonight, I'm gonna have myself a real
good time
I feel alive and the world I'll turn it
inside out, yeah
And floating around in ecstasy
So don't stop me now don't stop me
'Cause I'm having a good time, having
a good time
Don't stop me now, I'm having such a
good time
I'm having a ball

Don't stop me now
If you wanna have a good time, just
give me a call
Don't stop me now ('cause I'm having a
good time)
Don't stop me now (yes, I'm havin' a
good time)
I don't want to stop at all



CHECKLIST WEEK 6:



Gereflecteerd?



Geschreven?



Gesproken (hardop)?



Gepauzeerd?



Gesproken (met ander)?



Gestopt (met iets?)