



Converterende content voor social media



Op welk platform ben je het meest actief met je content?



**Wie help je (doelgroep) en wat wil
je met je content verkopen?**

**(een product, dienst, of jezelf als
expert of professional)**



Content maken die converteert

1. Hoe meet je succes?
2. Content fouten die je wilt voorkomen
3. Wat is je sales proces?
4. Wat deel je?
5. Planning en uitwerken





Content maken die converteert

1. Hoe meet je succes?
2. Content fouten die je wilt voorkomen
3. Wat is je sales proces?
4. Wat deel je?
5. Planning en uitwerken





1. Hoe meet je succes?

Meten = weten



Waar sta je nu?

Hoe meet je succes?

Engagement

Nieuwe leads score

Sales score



Opdracht engagement

Hoe vaak ging je live, zette je video in, plaatste je afbeeldingen, alleen tekst?

Plaatste je ook links naar je opt-in, blog, YouTube, LinkedIn, Podcast, etc?

Waar kreeg je het minste engagement op?

Welke berichten kreeg je het meeste engagement op? Wat voor type berichten zijn dat? Waar wil je meer van maken?



Maandelijks nieuwe leads score

Nieuwe mensen op je E-maillijst;

Nieuwe leden in je online community;

#volgers op je Instagram, LinkedIn,
Facebook business page, Facebookgroep,
TikTok, Twitter, YouTube, etc.

Weet je dat? Schrijf het op.

Waar focus je op?



Maandelijks nieuwe sales score

Hoeveel heb je de afgelopen maand verkocht?

Product / aanbod + aantallen.



Meet succes

Belangrijkste om te meten:

Van leads naar sales!

Engagement zonder sales = hobby;

Engagement met sales = enthousiaste
fanbase EN een succesvolle business.

Wil je populair zijn of winst maken?



Content maken die converteert

1. Hoe meet je succes?
- 2. Content fouten die je wilt voorkomen**
3. Wat is je sales proces?
4. Wat deel je?
5. Planning en uitwerken





2. Content fouten

Waarom converteert je content niet?



#1 Je hebt geen idee tegen wie je het hebt

Wel doen

1 persoon

1 probleem

Persoon direct aanspreken

Niet doen

Iedereen

Vaag

Over iemand praten



#2 Er is geen reden om te stoppen met scrollen (titel)

Goede titel

Nieuwsgierig makend;
Onweerstaanbaar aanbod;
Tegen een vriend;
Shock factor;
Kort of lang;
Vraag met open einde...

Slechte titel

Saai;
Onduidelijk;
Geeft de clou al weg;



#3 Er is geen reden om te stoppen met scrollen (beeld)

Goed beeld

Vertelt een verhaal;
Leuk;
Licht en kleurrijk;
Roept emotie op;
Doorbreekt een patroon.

Slecht beeld

Fletse kleuren;
Ziet eruit als iedereen (stock);
Te veel filters & fake;
Te veel tekst.



#4 Je bent saai en klinkt als ieder ander

Wel doen

Anders dan anders;
Ongepolijst;
Video eens ergens anders,
bijvoorbeeld onderweg;
Wees 'echt' en oprecht.

Niet doen

Monotone stem;
Geen persoonlijkheid;
Perfectie.



#5 Je gebruikt overbodige woorden

Wel doen

Actief schrijven;
Korte zinnen;

Niet doen

Willen, kunnen, mogen,
moeten, zullen en gaan
gebruiken.

Streep deze woorden weg
waar mogelijk.



#6 Geen duidelijk (stand)punt

Wel doen

Elk woord, elke zin, leidt naar de volgende met uiteindelijk de CTA;

Blik vooruit "daar kom ik zo op terug";

Kernboodschap in een paar woorden te vertellen.

Niet doen

Onduidelijk;

Meerdere punten zonder opbouw laat mensen verward achter.



#7 Veel tekst zonder opmaak

Wel doen

Korte zinnen;
Actief taalgebruik;
Paar regels onder elkaar;
Emoji's of GIF-jes;
Sommige woorden
dikgedrukt;
Start in het moment.

Niet doen

Lange zinnen en alinea's;
Teveel achtergrond info en
uitleg voordat het 'echte'
verhaal begint.



#8 Geen CTA, mensen weten niet wat ze hierna moeten doen.

Wel doen

Vertel heel duidelijk wat je wilt dat mensen doen;

Als je ..., doe dit ...

Niet doen

Geen Call To Action (CTA)



#9 Geen duidelijk eindpunt. (Als Google Maps zonder bestemming)

Wel doen

Start met je eind doel in gedachte;

Elke content die je daarvoor deelt bouwt op naar het einddoel.

Niet doen

Content delen om het content delen;

Hoop dat het werkt.



#10 Regels niet volgen (op Insta/FB) m.b.t. misleiding

Wel doen

Deel een emoji als je ... wilt;

Laat me hieronder weten of ...;

Wat vind jij ervan? Deel het hieronder;

Wie moet dit zien?

Titel die past bij de tekst.

Niet doen

FB: woorden gebruiken zoals like comment, like and share, like en deel, like en win;

Titel die niets met de body tekst te maken heeft.



#11 Je vertelt de Call To Action maar 1 keer

Wel doen

Deel dezelfde Call To Action meerdere keren, met verschillende invalshoeken.

Niet doen

Je Call To Action maar 1 keer noemen en denken dat dat genoeg is.



#12 Je content niet leiden naar je sales mechanisme

Wel doen

Alle wegen leiden naar je sales mechanisme;

Doel titel is stop scrollen;

Doel elke zin is om de volgende zin te lezen;

Doel van de CTA is een klik;

Doel van sales mechanisme is verkopen.

Niet doen

Denken dat je bericht (of email) genoeg aandacht trekt dat je meteen verkoopt. In een keer.



Content maken die converteert

1. Hoe meet je succes?
2. Content fouten die je wilt voorkomen
- 3. Wat is je sales proces?**
4. Wat deel je?
5. Planning en uitwerken





3. Wat is je sales proces?



Bepaal je sales proces

Opties:

Automatisch verkopen (via een landingspagina / email funnel)

Verkopen aan groepen (via webinar / challenge)

Verkopen 1-1 via connective selling / een 1-1 advies gesprek.



Bepaal je sales proces

Opties bij een 1-1 adviesgesprek:

Planner -> strategie gesprek -> klant

Vragen vooraf -> planner -> strategie gesprek -> klant

Training -> vragen -> planner -> strategie gesprek -> klant

Training -> vragen -> planner -> vooraf goedkeuring door je team -> strategie gesprek -> klant



Bepaal je sales proces - meten

Meest belangrijke om te meten is van leads naar sales

Aantal betalende klanten delen door:

Aantal leads in je sales proces = conversie ratio

Elk sales proces is anders

Voor nu: meten, leren en optimaliseren.

Doel: 2-5% conversie ratio.



Bepaal je sales proces - meten

Je content voedt je sales mechanisme aka je sales proces.
Daar verdienen je dus mee.

Van 100 leads naar 5 klanten = 5% conversie

Van 1.000 leads naar 10 klanten = 1% conversie.



Om je inkomen te vergroten...

Vergroot het aantal leads dat je sales proces ingaat

Verhoog het aantal conversies in je sales proces

Verhoog de waarde van je aanbod

Verhoog de klantwaarde door de periode dat iemand klant is te verhogen (bijvoorbeeld via een membership).



Om je inkomen te vergroten...

-  Vergroot het aantal leads dat je sales proces ingaat
-  Verhoog het aantal conversies in je sales proces
-  Verhoog de waarde van je aanbod
-  Verhoog de klantwaarde door de periode dat iemand klant is te verhogen (bijvoorbeeld via een membership).

Met content, via de know – like – trust – buy methode.



Jouw content 'moet':

Je sales proces vullen EN

Potentiele klanten overtuigen dat jij hen kunt helpen

Potentiele klanten overtuigen dat jouw methode de juiste is

Potentiele klanten overtuigen dat ze dit zelf ook kunnen.



Hoe?

Quick-win geven en resultaat met kleine acties;

Cases delen van jou of van je klanten die bezwaren wegnemen;

Autoriteit neerzetten en social proof als bewijs;

Fouten blootleggen en mythes en oude overtuigingen ombuigen. Zodat ze zien waar ze vastlopen en een nieuwe manier aanbieden;

Probeer je potentiële klanten te begrijpen.



Content maken die converteert

1. Hoe meet je succes?
2. Content fouten die je wilt voorkomen
3. Wat is je sales proces?
- 4. Wat deel je?**
5. Planning en uitwerken





4. Wat deel je?

Kies je niche, ken je doelgroep. Weet wie je ideale potentiële klant is en waar hij/zij tegenaan loopt. Waar hij/zij hulp bij nodig heeft. Doe onderzoek!



Uitgangspunt

Met de juiste content kun je de gedachtes, gevoelens en frustraties van je ideale klant beter begrijpen dan zichzelf.

Als je hun angsten en bezwaren weg kan nemen, dan heb je klanten voor het leven!

Jouw content 'moet' deze dus oplossen en hun emoties benoemen.



Elk bericht

Gaat over EEN onderwerp. Focus op wat het bezwaar is om op dat moment actie te ondernemen;

1 punt of doel;

1 doel per onderdeel (titel, eerste zin, etc.)

1 persoon waar je tegen praat;

1 call to action waar je naar verwijst.

Kies een onderwerp en een invalshoek (categorie).
Bijvoorbeeld: Vragen, Angsten, Frustraties, Bezwaren, Verlangen.



Voorbeeld onderwerp: start met een online community

Invalshoek / categorie: Vragen beantwoorden:

Hoe start ik met mijn community?

Welke platform kies ik?



Voorbeeld onderwerp: start met een online community

Invalshoek / categorie: Angsten

Kan ik wel starten als ik nog geen fans heb?

Ben ik wel uniek? Wat kan ik zeggen dat nog niet eerder gezegd is?



Voorbeeld onderwerp: start met een online community

Invalshoek / categorie: Frustraties

Ik deel iets maar niemand reageert

Ik weet niet meer waar ik moet beginnen...



Voorbeeld onderwerp: start met een online community

Invalshoek / categorie: Bezwaren

Ja, maar...

Ik begin niet want het kost teveel tijd

Wat als ik teveel waarde geef en ze kopen niet?



Voorbeeld onderwerp: start met een online community

Invalshoek / categorie: Verlangen naar oplossingen

Hoe willen ze dat hun leven eruit ziet?

Hoe kan ik mijn community vullen met ideale klanten?

Hoe trek ik mensen aan die ook kopen?



Opdracht content

Verplaats je in die potentiële klant.

Oefening: bedenk per categorie 3 bericht onderwerpen

Vragen 3x

Angsten 3x

Frustraties 3x

Bezwaren 3x

Verlangen 3x



Connect via emoties

Benoem emoties die je doelgroep heeft

Overspoeld of verward

Weet niet wie te vertrouwen

Niet gezien voelen

Niet gesteund voelen door een geliefde

Jezelf minder voelen dan anderen

Bang om te falen en/of afgewezen te worden

Bang om iets te missen of achter te blijven

Bang om door de mand te vallen

Onzeker of je wel genoeg waarde deelt



Opdracht storytelling

Oefening: bepaal welke verhalen je hebt waar deze emoties een rol spelen

Emoties

-> Verhaal



Verander hun gedachte en maak mensen klaar om te kopen (!)

Overtuigingen

Jij bepaalt het verhaal

Wat moeten zij geloven dat waar is om business met jou te doen?

Dat JOUW systeem ...

De BESTE, snelste, makkelijkste, #1 manier, enige bewezen methode, eerste ...

Om RESULTAAT te krijgen



Opdracht jouw belofte

Jouw (manier)

Is de (wat kun je claimen)

Om .. te krijgen (resultaat of transformatie)

Bijvoorbeeld: een online community is de snelste en makkelijkste manier om online relaties te bouwen. Zodat je een groep fans om je heen creëert die niet kunnen wachten om te kopen. Zonder tijd, geld en energie te verspillen.



Ondersteun jouw bewering

Maak het rond met redenen om dit te geloven

Studies

Statistieken

Jouw verhaal

Data

BN-ers

Testimonials van klanten

Actualiteiten

Oude manier versus nieuwe manier



Haal bezwaren weg

Die zorgen ervoor dat ze geen actie nemen. Benoem de olifant in de kamer.

Geef argumenten waarom dit geen goede alternatieven zijn.



Bijvoorbeeld online communities

Bezwaar: je kunt ook op een andere manier een (online) relatie bouwen met je ideale klanten

Wegnemen: grote offline evenementen zijn er nog steeds niet. Een voor een connecten kost teveel tijd. E-mail heb je toestemming voor nodig en is eenrichtingsverkeer, banners worden steeds duurder want iedereen adverteert online, bellen is lastig vanwege bel-me-niet-register, etc. Die alternatieven benoem ik en vervolgens zeg ik waarom dat dus geen alternatief is.

Verhaal: bevriende ondernemer adverteerde altijd en vertelde me dat haar advertentiekosten 4x zo duur zijn geworden. Ze is volledig afhankelijk van ads en weet niet niet meer wat ze moet doen.



Opdracht bezwaren wegnemen

Bezwaar

Wegnemen

Verhaal om dat te onderbouwen

Doe dit voor 3 bezwaren.



Buzz en engagement

Meeste mensen focussen hierop, zonder resultaat;

Pas op! Overspoel mensen niet met teveel informatie. Dan krijgen ze het gevoel dat ze veel moeten doen, terwijl ze al niet genoeg tijd hebben;

Ik zie dit ook vaak als mensen niet meer weten waar ze het over moeten hebben, als ze twijfelen over hun waarde, niet weten HOE je mensen mee krijgt.

Af en toe engagement 'voor de leuk' is prima, maar focus liever op engagement met een doel. (Daarover zo meer).



Buzz en engagement

Wel handig om buzz te creëren

Vooral voor een promotie, om je bereik te vergroten.



Buzz en engagement

Maak het makkelijk om te reageren! Gewoon leuk.

Ik ben op zoek naar ... Kun je me helpen?

Heb je tips om ...?

Deel je favoriete GIF als je je ... Voelt

Wat wil je liever, A, B, C of iets anders?

Deel een foto van ... In de reacties hieronder

Wat past bij jou, A of B?



Engagement met een doel

Heeft een doel

Marktonderzoek

Connectie

Geloofwaardig



Engagement met een doel

Marktonderzoek

Doel: stel vragen aan je potentiële klanten om ze beter te leren kennen

Hoe: vraag waar ze nu hulp bij willen, hoe ver ze zijn met hun doel, wat wel of niet werkt, hoe ze zichzelf omschrijven, etc.



Engagement met een doel

Marktonderzoek

Heeft iemand weleens ... gedaan?

Als je weleens ... hebt gedaan, deel hieronder een emoji

4 opties van een afbeelding, laat hen stemmen

Wat vind je van ...?

Dit of dat?

Als je mij 1 vraag mag stellen over [jouw expertise], wat zou dat dan zijn?



Engagement met een doel

Connectie

Doel: connect op een persoonlijk niveau met je potentiële klanten

Hoe: connecten via verhalen en door je missie, movement of doel te delen.



Engagement met een doel

Connectie

Belangrijk moment in je leven

Verhaal over een dag uit je leven of achter de schermen

Persoonlijke struggle + het is ok

Fouten delen

Kwetsbaarheid en imperfectie

Tegen de gevestigde orde of verwachtingen in en hoe je dezelfde gedachtes, gevoelens en struggles had.



Engagement met een doel

Connectie

Verzamel mensen rondom jouw mening

Deel iets en nodig anderen uit om te nomineren (bijv tof boek)

Welk advies geef je jongere zelf 10 jaar geleden?

Deel iets relevants dat je ontdekt hebt

Vier een succes met je volgers en/of communityleden

Dit was mijn verhaal, nu jij



Engagement met een doel

Geloofwaardigheid

Doel: zorgen dat jij gezien word als de expert

Hoe:

Opinie over een trending topic of artikel

Verhaal over iets dat je geleerd hebt met het resultaat

Verhaal van de reis van de held, jij bent de gids, zij zijn de held

Duidelijk statement, wat je ergens van vindt.



Engagement met een doel

Geloofwaardigheid

Zonder op te scheppen je expertstatus claimen. Bijvoorbeeld:
ik word gezien als de Queen of Communities

Geleende autoriteit van een bekend iemand (3 waarheden en
een leugen met bekend iemand)

Stel me een vraag (bijv. inloopspreekuur)

Live demo van je favoriete tool of een achter de schermen

Nieuwe klanten vragen waarom ze klant zijn geworden

Klant interviewen over hun resultaat.



Opdracht engagement met een doel

Bedenk per onderdeel 5 insteken voor een engagement bericht op basis van wat je net geleerd hebt.

Marktonderzoek: 5x

Connectie: 5x

Geloofwaardigheid: 5x.



Leads generatie content

Engagement content is bedoeld om interesse te wekken voor [jouw onderwerp] waar je gratis weggever en je aanbod over gaat.

Leads generatie content is bedoeld om mensen naar je sales proces te leiden. Bijvoorbeeld naar een gratis weggever of sales gesprek.



Gaat naar je sales proces

Opties:

Automatisch verkopen (via een landingspagina / email funnel)

Verkopen aan groepen (via webinar / challenge)

Verkopen 1-1 via connective selling / een 1-1 advies gesprek.



Waarom?

Doel is om je mail lijst te laten groeien en evt ook op andere platforms, om de relatie verder te bouwen op verschillende locaties;

Je sales proces verkoopt, je opt-in leidt naar je sales proces
Meetbaar en te herhalen.



Tips voor leads generatie

Deel de link in het bericht

Deel de link in de eerste opmerking

Vraag of mensen een gifje of reactie plaatsen als ze geïnteresseerd zijn

Eerst zaaien, dan oogsten door het gesprek te voeren over [jouw onderwerp] waar je gratis weggever over gaat, wat het oplost, etc.



Engagement voor leads generatie

Engagement berichten, livestreams, etc over top frustraties, mythes, bezwaren, alternatieven over jouw onderwerp. Ook buiten je community, zodat ze lid worden;

Bepaal hoe succes eruit ziet en wat er mogelijk is als ze dit onder de knie hebben;

Laat mensen ontdekken waar ze nu staan in het proces en wat de volgende stap is.



2 manieren voor leadgeneratie

Direct: Ben je Ik had dat ook totdat ik ... Ontdekte en nu kan ik ... Check mijn gratis e-book / training / etc. waarin je ontdekt hoe jij dat ook kunt. Deel een afbeelding als je de link wilt.

Indirect: vertel een verhaal of deel een waardevol bericht en eindig met een CTA naar je gratis weggever.

Of start met engagement en het gesprek en vraag mensen daarna of je ze verder kunt helpen (connective selling)



Opdracht leads

Bedenk voor zowel direct als indirect 3 insteken voor een leads bericht op basis van wat je net geleerd hebt.

Direct: 3x

Indirect: 3x



Directe sales met je content

Alleen als mensen opgewarmd zijn

Direct naar de salespage

Naar een gesprek



Directe sales met je content

Direct naar je salespage

Voor laag geprijsde producten

Of tijdens een lancering waar je al veel buzz hebt gecreerd



Indirecte sales met je content

Via een telefoongesprek



Opdracht sales

Bedenk voor zowel direct als indirect 3 insteken voor een sales bericht op basis van wat je net geleerd hebt.

Direct: 3x

Indirect: 3x



Samenvatting content maken die converteert

1. Hoe meet je succes?
2. Content fouten die je wilt voorkomen
3. Wat is je sales proces?
4. Wat deel je?
5. Planning en uitwerken





5. Planning en uitwerken



Content inplannen & review