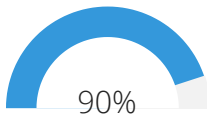


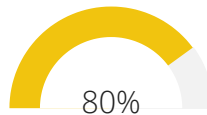
## Jouw persoonlijk advies

Dit is een demo met fictieve scores en tips.

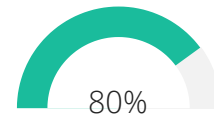
### JE AANBOD



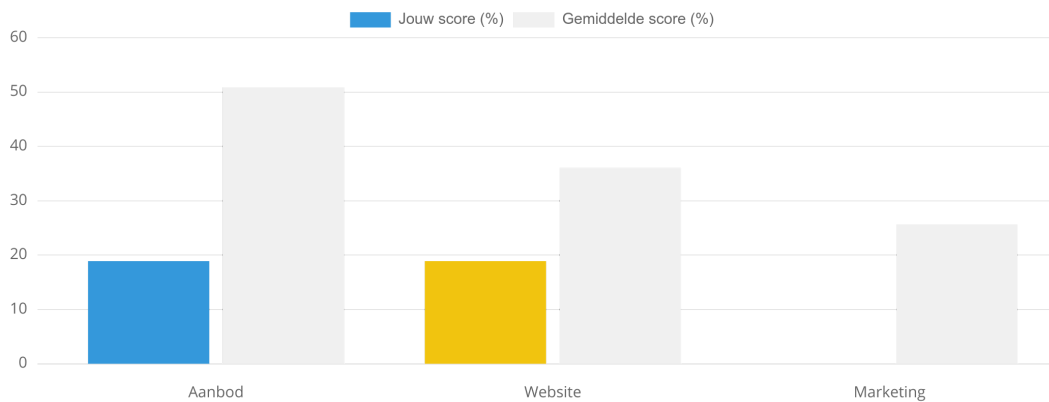
### JE WEBSITE



### JE MARKETING



### ZO SCOORDEN COLLEGA'S



### JE AANBOD ONDER DE LOEP

#### Feedback bij je score



Proficiat! Je hebt een helder en uniek aanbod dat goed scoort bij je doelgroep. Hoe hoger je aanbodscores, hoe beter je doelgroep jouw aanbod begrijpt en hoe meer jij eruit springt voor hen.

Pas als je aanbod helder en uniek is – en dat lijkt bij jou het geval te zijn – heeft het zin om te bouwen aan je website en marketing. Vergelijk het met een huis: het heeft pas zin om dat te bouwen als de fundering stevig ligt.

Zit je aanbod goed en heb je toch onvoldoende van de juiste klanten? Dan schort er wellicht iets aan je website of marketing, check dat hieronder.

#### Tips bij je antwoorden



**Heb je soms het gevoel dat je aanbod(verhaal) mensen uit je doelgroep koud laat?**

Nee Prima, het wekt voldoende interesse en vertrouwen. Doe zo voort!

**Stel, iemand heeft interesse. Kan je die nu meteen vertellen wat jou uniek maakt?**

Ja Je hebt hier wellicht al over nagedacht en kan dit vlot verwoorden. Proficiat!

**Worstel je met je prijszetting en denk je soms dat je eigenlijk te goedkoop bent?**

**Ja** Wellicht is dat ook zo. En is er ruimte om je prijs en dus je winst te verhogen.

Heb je het soms moeilijk met keuzes maken in wat je goed kan en graag doet?

**Nee** Waarschijnlijk heb jij een heldere focus en zo meer kans op een sterk, uniek aanbod.

Weet je welk type klanten jou het meeste voldoening geeft én het meest rendabel is?

**Ja** Uitstekend, dit bewijst dat je actief nadenkt over je klanten en aanbod.

Moet je soms moeite doen om prospecten te overtuigen om met jou in zee te gaan?

**Nee** Ze zien jouw meerwaarde en zijn bereid om daarin te investeren. Knap werk!

Vertel je je aanbodverhaal elke keer wat anders en weet je niet wat best werkt?

**Nee** Prima, je hebt er goed over nagedacht en het zorgvuldig getest bij je doelgroep.

Vergelijken prospecten je aanbod vaak met dat van concurrenten voor ze beslissen?

**Nee** Ze begrijpen dat jij iets uniek hebt dat ze nergens anders zullen vinden. Top!

Vind je moeilijk een rode draad in je aanbod omdat je zoveel doet voor klanten?

**Nee** Als je die rode draad ook op je website toont, heb je een helder, wervend verhaal.

Doen prospecten soms moeilijk over je prijs of proberen ze korting te krijgen?

**Nee** Ze vinden jouw prijs bijzaak. Minder belangrijk dan jouw unieke aanbod, dus. Mooi!

## JE WEBSITE TEGEN HET LICHT

Feedback bij je score



Je website op zich presteert goed: hij spreekt bezoekers uit je doelgroep meteen aan. Doet hen in één klik op de juiste aanbodpagina landen. En schept daar interesse en vertrouwen in de resultaten die jij boekt. Kortom, je site heeft het potentieel om meer van de juiste klanten aan te trekken.

Je aanbod en website zitten dus goed. Heb je toch onvoldoende van de juiste klanten? Dan schort er wellicht iets aan je marketing, check dat hieronder.

Tips bij je antwoorden

**2** **8**

Stellen prospecten soms vragen over je aanbod terwijl de antwoorden op je site staan?

**Nee** Prima, dan hebben ze die info online al gevonden én is die duidelijk genoeg.

Noem 3 klanten. Zouden die meteen op de juiste aanbodknop in je menu hebben geklikt?

**Ja** De kans is groot dat nieuwe bezoekers dat ook doen. En dat je menu dus helder is.

Staat je aanpak – hoe je dienst(en) uitvoert – uitgebreid uitgelegd op je site?

**Ja** Je doet zoals zoveel van je collega's. Helaas is je aanpak bijzaak voor bezoekers ...

Past je website 100% bij wat jij vandaag doet en/of wie jij vandaag bent?

**Ja** Als je je site al even hebt, betekent dit wellicht dat jij hem up-to-date houdt. Blijven doen!

Hoor je soms dat je website helder is en dat mensen meteen vinden wat ze zoeken?

**Ja** Bezoekers zeggen dit enkel als ze blij verrast zijn. Je scoort dus beter dan veel collega's.

Staan er meer dan 5 recente aanbevelingen van tevreden klanten op jouw site?

**Ja** Uitstekend, zo schep je vertrouwen bij bezoekers die jou nog niet kennen. Belangrijk!

Levert je website jou steeds het juiste type prospecten en/of klanten op?

**Ja** Al zijn het er misschien nog niet voldoende, toch is je aanbod al helder op je site.

Weet je hoe je een aanbodpagina opbouwt zodat die je doelgroep aanspreekt?

**Ja** Goed dat je je daarin hebt verdiept. Zo bespaar je bezoekers veel tijd en frustratie.

Geef je op je website informatie die je ook vertelt in je verkennend gesprek?

**Ja** Dat is overbodig. Op je website verkoop je het verkennend gesprek, nog niet je aanbod!

Vertel je wat jou uniek maakt op elke aanbodpagina of op een 'Waarom ik?' pagina?

**Ja** Je hebt erover nagedacht en durft dat in de kijker zetten. Zo help je bezoekers beslissen.

## JE MARKETING OP DE ROOSTER

Feedback bij je score



Je marketing zit duidelijk op het goede spoor. Knap, want zo onderscheid je je van veel collega's en werk je aan een voortdurende stroom van de juiste klanten.

Ook je aanbod en website lijken goed te zitten, een mooi totaalplaatje dus! Natuurlijk kan het altijd beter, dus stuur ik je de minitraining voor marketing die nieuwe klanten aantrekt. Die minitraining bestaat uit 5 dagelijkse doe-het-zelftips en de eerste landt straks in je mailbox.

Tips bij je antwoorden



Blijven resultaten uit terwijl je best wel tijd of geld investeert in marketing?

**Nee** Wil je (nog) meer van de juiste klanten? Dat kan door te meten en gericht bij te sturen.

Krijg je regelmatig prospecten die niet uit je netwerk of via je klanten komen?

**Nee** Je doet te weinig marketing of investeert je tijd of geld verkeerd. Dit kan beter.

Ben je vooral bezig met marketing als je minder werk hebt voor klanten?

**Nee** Proficiat, je bouwt stap per stap aan een stroom van klanten. Doe zo verder!

Inspiratie zoeken, schrijven, posten: vind je marketing vooral vermoeiend?

**Nee** Jij weet wellicht hoe je eenvoudig verbinding maakt met je doelgroep. Fijn!

Je opdracht is afgelopen. Hoort je klant nu nog regelmatig iets van jou?

**Ja** Je bent een uitzondering, wist je dat? Wellicht levert dit jou nieuwe opdrachten op.

Weet je precies via welke kanalen en hoe jij je doelgroep best aanspreekt?

**Ja** Je hebt een goede kennis van je doelgroep en focus in je marketing. Mooi!

Als je aan marketing doet, zijn dat dan vooral acties die los staan van elkaar?

**Ja** Ook al werken die acties misschien goed, samen zouden ze nog beter werken.

Voel je weerstand tegen marketing omdat je niet verkoperig wil doen?

**Nee** Zolang je je niet laat verleiden tot *American style* marketing, zit jij helemaal goed.

Weet je welke marketingacties jij volgende maand gaat uitvoeren?

**Ja** Je hebt wellicht een soort marketingplan. Meet je je acties ook en stuur je ze bij?

Brengen jouw klanten regelmatig spontaan nieuwe klanten aan?

**Ja** Niet alleen zijn ze tevreden, ze kunnen je aanbod ook helder verwoorden. Mooi!

## KRIJG OOK PERSOONLIJK ADVIES

Dit was een demo met fictieve scores en tips.  
Wil je ook persoonlijk advies? [Doe de test \(5 min.\)](#)