

INTRO

Ben jij vol passie over je dienst of product? Krijg jij energie van je werk? En wil jij groeien met je bedrijf of binnen je functie als verkoper of marketeer?

Mooi, want dan heb jij met dit boek goud in handen! Of je nu pas gestart bent of al jaren onderneemt, ik ga je leren hoe jij je business met tweehonderd procent laat groeien. Niet op basis van saaie theorieën of onrealistische opdrachten, maar met een eigen ontwikkelde, unieke en laagdrempelige methodiek. Al ruim tienduizend ondernemers gingen je voor. En zij behaalden allemaal hetzelfde resultaat: gegarandeerd meer klanten op basis van no-budgetmarketing.

Klinkt goed toch?

In dit boek ontdek jij:

- hoe je transformeert van een onbewust goede ondernemer in een bewust excellente ondernemer;
- hoe in succesvolle marketing alles met elkaar samenhangt;
- hoe kleine en simpele acties zorgen voor een groei van minimaal tweehonderd procent.

'Het geheim van succes is om gewone dingen
ongewoon goed te doen'
(John D. Rockefeller jr. 1839 – 1937)

Dit boek staat boordevol praktijkvoorbeelden. Die deed ik op als ondernemersadviseur voor mijn eigen bedrijven Solvid Ondernemen, BaazZ en Sparreo. Ik vind niets zo mooi als een bijdrage

leveren aan het succes van ondernemers en verkopers. Daar kom ik mijn bed voor uit. Mijn methodes zijn vernieuwend en laagdrempelig, en daardoor direct toepasbaar en met gegarandeerd resultaat.

Ik ontdekte dat je het succes van een onderneming in een snel-treinvaart brengt met drie simpele succesversnellers. Elke succesversneller is een krachtpatser op zich, maar wanneer je ze alle drie toepast, neemt jouw succes pas echt een vlucht. In elke onderneming die ik startte, liet groeien en succesvol verkocht, zag ik ze terug. En nu ben ik klaar om deze succesversnellers met jou te delen.

Ben jij er ook klaar voor?

Hoe kom jij aan meer klanten?

Wat ontdek je in dit hoofdstuk?

Je leert op welke manier jij je bedrijf kunt promoten en wat het allerbeste werkt.

Elke ondernemer wil meer klanten. Meer klanten zorgt voor meer opdrachten, voor meer geld en voor de groei van je onderneming. Maar hoe kom je aan meer klanten?

Jouw dienst of product aan de man brengen

‘Verse aardbeien! Kom hier voor de lekkerste aardbeien van heel Nederland! De beste aardbeien voor de scherpste prijs!’

Ik glimlach naar de marktkoopman en loop verder. Dat praatje houden ze natuurlijk allemaal. Iedereen is de beste, de verste, de lekkerste, de snelste, de goedkoopste.

'Geen aardbeien voor u vandaag, meneer?' roept de marktkoopman me toe. 'Wij staan hier iedere vrijdag en hebben nog veel meer heerlijk fruit in ons assortiment.'

Hij overhandigt me een flyer. Ik kijk ernaar en zie dat de fruitkraam al sinds 1959 bestaat. Een familiezaak. Ze kopen rechtstreeks van het land en houden de prijs eer-

lijk en laag. 'Goed om te weten,' zeg ik tegen de man en ik knik naar de flyer.

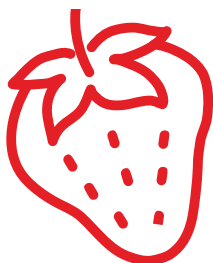
'We komen ook wel eens op tv, vanwege onze milieuvriendelijke werkwijze,' zegt de marktkoopman.

Ik herinner me de nieuwsuitzending op de lokale zender. Het draaide om milieuvriendelijk ondernemen en de marktkoopman zat als expert aan tafel. 'Ja, ik heb het gezien. Mooi programma. Goed onderwerp ook. Tof dat jullie dat zo oppakken!' Ineens hoor ik iemand mijn naam roepen.

'Pedro! Jij ook hier?' Het is mijn tante. 'Ik kom hier elke vrijdag. De aardbeien zijn hier zo lekker! Ik heb ze laatst nog verwerkt in een aardbeientaart. Zal ik je het recept geven? Dan kun jij het ook eens proberen.' Ik lach, want ik ben niet bepaald een kandidaat voor Heel Holland Bakt. Maar haar verhaal en haar enthousiasme werken aanstekelijk.

'Hier, alsjeblieft,' onderbreekt de marktkoopman ons. 'Proef maar eens. Dan weet je waar ik het over heb.'

Ik stop de aardbei in mijn mond en ben verkocht. Heerlijk! 'Doe maar twee doosjes,' zeg ik tegen de beste man. 'Of nee, maak er maar drie van.'



De meeste ondernemers en verkopers starten met 'zelfpromotie'. Ze roepen hoe goed ze zijn. Dat ze de beste zijn. Dat je nergens iets beters, mooiers of goedkopere treft. Dat is vanuit hun oogpunt logisch en vanzelfsprekend. Je bent als ondernemer goed in je vak en wilt dit graag aan de buitenwereld laten weten. Maar erg overtuigend is het niet voor een potentiële klant. Die denkt: eerst zien, dan geloven.



Veel ondernemers gaan een stapje verder om hun klanten te overtuigen. Denk aan een website, brochures en flyers. Informatief, dat zeker. Maar haalt het een potentiële klant over om bij jou een product of dienst af te nemen? Het is vaak een papieren of digitale versie van wat de ondernemer roept: ik ben goed! Kom naar mij! Hoe vaak ben jij enthousiast geworden van een flyer die in jouw brievenbus lag? Of van een digitale brochure in je inbox van een (voor jou) onbekende partij?

Wil je een stap verder en écht je klanten overtuigen, dan komt het aan op het tonen van je autoriteit. Je laat zien dat jij kennis van zaken hebt. Je schuift bijvoorbeeld aan als expert bij een tv-show, radioprogramma of podcast. Je schrijft een blogreeks, maakt vlogs of deelt artikelen in LinkedIn-groepen. Je deelt jouw mening als deskundige onder nieuwsartikelen en maakt relevante content voor jouw website en jouw Instagramfeed. Door jezelf te profileren als expert op jouw vakgebied speel je jezelf in de kijker bij een potentiële klant. Hij of zij ziet dat jij verstand

van zaken hebt. Je zégt niet alleen dat je goed bent, je laat het ook zien. Dat doe je overigens niet alleen door de media op te zoeken. Ook het behalen van certificaten en diploma's draagt bij aan het tonen van je autoriteit, evenals het benoemen van het aantal geholpen klanten, je gevolgde opleidingen, het tonen van referenties van tevreden klanten en natuurlijk jouw jarenlange ervaring in de branche.

Met elke stap die jij zet (van zelfpromotie via marketingmateriaal zoals filmpjes, flyers en websites naar het tonen van autoriteit), wordt jouw geloofwaardigheid voor een potentiële klant groter. Claim jij dat je goed bent, dan krijg je een 'wij van WC-Eend adviseren WC-Eend'-situatie. Beveelt een ander jou aan omdat je goed, vakbekwaam, snel, attent of goedkoop bent, dan vergroot dat jouw geloofwaardigheid. Ga maar eens na: hoe vaak bekijk jij de beoordelingen van anderen voordat je een product aanschaft? Check jij de recensies van een film voordat je de film daadwerkelijk gaat zien? Besluit je om dit tóch maar niet te doen, omdat je drie negatieve recensies gelezen hebt? De recensies van anderen, positief of negatief, beïnvloeden jouw keuzes, zelfs als je de persoon die de review geschreven heeft niet kent.

Maar de allerbelangrijkste manier om een potentiële klant te overtuigen is door hem of haar (een stukje van) jouw dienst, product of werkwijze te laten ervaren. Dat kan met de gratis weggever.

En toch focussen veel ondernemers zich in eerste instantie op hun website, het verkondigen van hun verhaal en het bestellen van drukwerk. In dit boek daag ik je uit om het anders te doen, om te focussen op het effectiefste middel om klanten te veroveren: de ervaring! En om daar al jouw andere acties op aan te laten sluiten.



In dit boek maak je kennis met drie succesversnellers die starten bij de ervaring: de weggever, de elevatorpitch en de wowervaring.



de weggever



de elevatorpitch



de wowervaring

Elke succesversneller zorgt op zijn eigen manier voor groei binnen jouw onderneming. Maar combineer je ze, dan zorgen ze gegarandeerd voor meer klanten! Hoe dat zit? Dat ontdek je in dit boek!

In de eerste drie hoofdstukken duiken we in de succesversnellers. Waarom draagt een versterker bij aan de groei van je bedrijf? Waaruit bestaat de versterker? En hoe zet je deze versterker in? Aan het eind van dit boek ontdek jij hoe je de drie succesversnellers combineert tot een krachtige en effectieve mix om daadwerkelijk groei te realiseren voor je bedrijf.

Verwacht geen suffe theorieën of lastige methodes, maar praktische tips, leuke anekdotes en eenvoudige stappen die leiden naar meer klanten voor je bedrijf! Ready? Daar gaan we!

De belangrijkste punten op een rij:

- Er zijn verschillende marketingtechnieken om jouw dienst of product 'aan de man te brengen': zelfpromotie, marketing, autoriteit tonen, recensies laten zien, laten ervaren.
- Ik daag je uit om te focussen op het effectiefste middel om klanten te veroveren: de ervaring! En om daar al jouw andere acties op aan te laten sluiten.
- Je maakt in dit boek kennis met drie succesversnellers die samen zorgen voor gegarandeerd meer klanten: de weggever, de elevatorpitch en de wowervaring.



SUCCESTERSTERKER 1
DE WEGGEVER

Wat ontdek je in dit hoofdstuk?

Je leert waarom een gratis weggever van essentieel belang is voor jouw bedrijf en hoe deze jou aan meer klanten helpt.

Eerst zien, dan geloven

Eerst ervaren, dan beslissen. Mensen gaan niet over één nacht ijs wanneer zij de keuze maken voor een product, dienst, bedrijf of persoon. Iemand die roept dat hij of zij fantastisch werk doet, roept over het algemeen vooral argwaan op. Wij willen het product of de dienst zien, horen, proeven, ruiken, voelen, kortom ervaren voordat we tot een aanschaf overgaan. Denk maar aan het verhaal over de aardbeien en vraag jezelf af:

- Ga jij in zee met een lifestylecoach die je niet kent?
- Koop jij een dure fles parfum als je niet weet of die lekker ruikt?
- Schaf jij een auto aan waar je nog nooit in gereden hebt?

Dat geldt ook voor jouw potentiële klant. Die wil jouw product of dienst ervaren voordat hij of zij besluit om klant bij jouw bedrijf te worden. Hoe laat je hem of haar kennismaken met je bedrijf, je product, dienst of werkwijze? Met een gratis weggever! Je hebt weggevers in alle vormen en maten. Denk bijvoorbeeld aan een gratis sample/proefmonster, een gratis e-book, een gratis online-training of een gratis adviesgesprek, maar bijvoorbeeld ook een gratis whitepaper, de eerste les van een onlinestudie, een online-test, een stappenplan of een checklist.

ONWEERSTAANBAAR ONDERNEMEN



Gegarandeerd meer klanten, dat is een stevige uitspraak! Na het lezen van dit boek weet je dat het kan. Ontdek hoe je jezelf op de kaart zet en met no budgetmarketing razendsnel groeit.

In simpele, praktische stappen beschrijft Pedro van Helden hoe je jezelf in korte tijd met zijn nieuwe marketingmethode ontwikkelt van een goede tot een excellente ondernemer. De sleutel tot succes bestaat uit drie succesversnellers:

- Maak het verschil met jouw weggever
- Laat zien wie je bent met de elevatorpitch
- Zorg voor een fantastische klantreis met de WOW-ervaring

Zet jij deze succesversnellers in? Dan heb je goud in handen, of je nou diensten of producten verkoopt, net start of jarenlange ervaring hebt. Meer dan tienduizend ondernemers zijn je voorgegaan en hebben ontdekt dat de succesformule werkt, altijd en overal.



Pedro van Helden helpt al meer dan tien jaar ondernemers aan meer klanten. Hij is een veelgevraagd spreker en directeur van Sparreo, dat gegarandeerde groei realiseert voor iedere ondernemer.



9 789461 264039