

# GA AAN DE SLAG

---

- Wat zijn jouw doelen voor deze Stand Up?**
- Waarom is het voor jou belangrijk om strategisch marketing te gaan doen?**
- Wat zal het jou opleveren als je strategisch aan marketing gaat doen?**
- Wat was je strategie tot nu toe?**
- Wat heeft je dat tot nu toe gebracht?**
- Wil je dat zo blijven doen of mag het anders vanaf nu?**
- Naar wie kijk jij op en wat doen zij?**
- Wat lijkt voor jou een goede frequentie? Aan welke frequentie wil jij committeren?**
- Bepaalde opleiding of een unieke mix aan opleidingen waardoor je een unieke combinatie van expertise hebt?**
- Wat was je vorige professionele ervaring waardoor je unieke saus giet over deze expertise?**
- Persoonlijke ervaringen en verhalen waardoor je unieke visie hebt die anderen niet hebben?**
- Ervaring met klanten waardoor je er uitspringt?**
- Hoe ben jij professioneel en persoonlijk?**
- Uniek Verhaal: Waarom doe je wat je doet?**

# GA AAN DE SLAG

---

- Waarden: Wat vind jij belangrijk in je leven?**
- Welke dagelijkse gewoontes en obsessies maken jou weird? - mag zowel oppervlakkig als diep zijn - en nee - dit heeft NIKS te maken met je beroep.**
- Wat is jouw Grote Thema?**
- Vul de Ideale klant briefing in (die vind je op de volgende pagina).**
- Doe een Content Mindmap Brainstorm / Research**
- Maak een "Master Content Idea List" van alle concrete ideeën waarrond je content kan gaan maken**
- Wat wordt jouw format? (tekst, audio, video, live)**
- Via welk kanaal wil jij jouw content gaan delen?**
- Wen aan jezelf zien verschijnen op video. Hoef je nog niet delen, mag wel, gewoon creëren en terug luisteren/zien ervaren waar word ik meest blij van.**

<p><b>Aanbod</b>      <b>Wat je wil verkopen</b></p>	<p><b>1. Identiteit</b></p> <p>"Oppervlakkige" info over wie je ideale klant is. Eigenschappen. Waarmee kunnen ze instant identificeren (ja/nee)?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat op iemands CV of Instagram bio zou staan.</li> <li>• Geslacht, leeftijd, job-functie, woonplaats, status.</li> <li>• Voorbeeld: man/vrouw, 40+ers, vrouwen in menopause, vrouwelijke leidinggevend, coaches, moeders, singles, ondernemers, chronisch zieken, burn-outer...</li> </ul>	<p><b>6. Oplossing</b></p> <p>Wat werkt wel? Wat is de échte oorzaak van het probleem? Wat is jouw manier om dit doel te behalen? Waarom werkt wat je doet?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dit is NIET je aanbod, je product of je dienst. En ook niet "coaching"</li> <li>• Dit is WEL waarom wat je doet werkt (jouw methode, jouw techniek, jouw manier van werken, jouw stappenplan, jouw stijl, ...). Positioneer dat als "De beste / juiste manier"</li> <li>• Voorbeeld: Verbindend Verkopen, Story Teaching, bewustzijn, wandelen, spiegelen van paarden, aangeboren talenten ontdekken en ontwikkelen, Kennen &gt; Betrappen &gt; Corrigeren &gt; Verankeren</li> </ul>	<p><b>4. Resultaat</b></p> <p>Wie zullen ze daardoor worden? Wat zal dat doel voor hen opleveren? Hoe willen ze zich voelen? Wat zijn de neven-effecten op hen en hun omgeving?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Denk aan het Ripple Effect: dit mag "vaag" en "out there zijn"</li> <li>• Voorbeeld: elke dag opstaan met plezier, een goede ouder zijn, impact maken op deze wereld, geluk kunnen delen met een partner,</li> </ul>
<p><b>2. Probleem</b></p> <p>Wat is er mis? Waar zitten ze mee? Wat willen ze anders? Hoe uit zich dat? (waar jij mee kan helpen)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een concrete situatie waarin bepaalde mensen in je doelgroep zitten</li> <li>• Een gevoel waarmee bepaalde mensen in je doelgroep zitten</li> <li>• Voorbeeld: moeite om aan klanten te geraken, amper nog seks met je partner, je kind is onzeker op school, geen plezier meer op het werk, continu brandjes aan het blussen van je medewerkers</li> </ul>	<p><b>5. Valkuilen</b></p> <p>Wat werkt niet? Wat hebben mensen al geprobeerd? Welke alternatieven zien ze nog?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat is de concurrentie? (en daarmee bedoelen we niet enkel andere coaches)</li> <li>• Voorbeeld: gewoon doorblijven, honger lijden, meer en harder studeren, continu op social media posten, mensen ontslaan, harder werken</li> </ul>	<p><b>3. Doel</b></p> <p>Wat willen ze bereiken? Hoe ze willen dat de situatie er uitziet? Wat staat op hun "verlanglijstje"?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concreet doel of bestemming dat mensen willen bereiken</li> <li>• Soms gewoon het omgekeerde van het probleem</li> <li>• Voorbeeld: 50.000 euro omzet, een job die voldoening geeft, een gezellige maaltijd met het hele gezin (zonder gezeur), weten wat ik wil nu, een partner vinden met wie ik wil trouwen</li> </ul>	<p><b>4. Resultaat</b></p> <p>Wie zullen ze daardoor worden? Wat zal dat doel voor hen opleveren? Hoe willen ze zich voelen? Wat zijn de neven-effecten op hen en hun omgeving?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Denk aan het Ripple Effect: dit mag "vaag" en "out there zijn"</li> <li>• Voorbeeld: elke dag opstaan met plezier, een goede ouder zijn, impact maken op deze wereld, geluk kunnen delen met een partner,</li> </ul>

**Aanbod**

**1. Identiteit**

IDENTITEIT



**2. Probleem**

PROBLEEM

**5. Valkuilen**

VALKUILEN



**6. Oplossing**

OPLOSSING

**3. Doel**

DOEL

**4. Resultaat**

RESULTAAT

