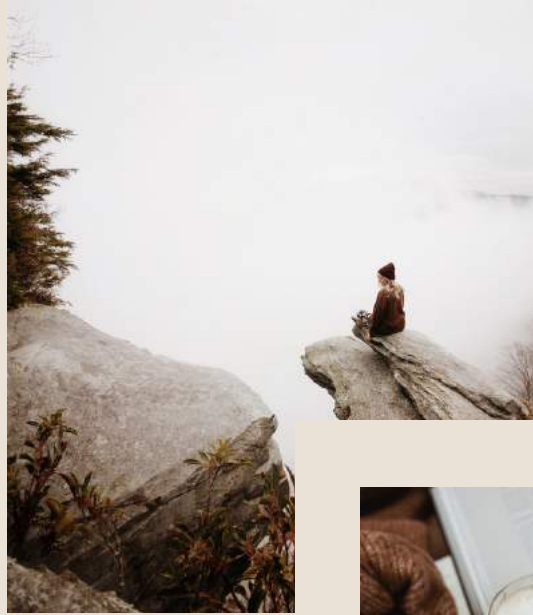




LEEF JE DROOMLEVEN ALS ONLINE ONDERNEMER

VIRTUEEL ASSISTENT WORDEN | © ROËLLA VERMEIREN



MODULE 2

JE IDEALE KLANT

‘Kies de mensen die jou kiezen’

“Maar ik kan iedereen helpen.”

“Mijn diensten zijn voor heel veel mensen geschikt.”

“Ik loop omzet mis als ik mijn doelgroep kleiner maak!”

Bovenstaande uitspraken zijn een aantal van de bezwaren die ik regelmatig tegenkom als het gaat over het bepalen van je doelgroep. Logische gedachten, maar toch is het slim om je doelgroep zo specifiek mogelijk te hebben.

Het belang van een specifieke doelgroep

Als je tegen iedereen schreeuwt, dan gaat niemand je horen. Stap dus niet in de valkuil om je doelgroep te breed te definiëren. “Maar mijn dienst is voor heel veel bedrijven geschikt”. Zeker waar, maar dat is absoluut niet wat jouw klant wil horen.

Hoe specifieker je je doelgroep hebt, hoe beter. Op het moment dat je doelgroep te breed is zul je op je website en social media snel gebruik maken van algemene termen. Op deze manier voelt niemand zich echt aangesproken en kun je niet tot kern van de pijn van jouw klant komen. Je klant zal niet aanhaken op de oplossingen die je hebt voor zijn/haar probleem. Dus durf te kiezen en je zult zien dat een kleinere doelgroep wel degelijk voor meer omzet gaat zorgen!

Voordelen van het helder hebben van je ideale klant:

- Het is voor jezelf heel duidelijk tegen wie je praat. Op je website, je social media, op een netwerkevent. Je kunt je hele bedrijf hierop inrichten en op een effectieve manier communiceren.
- Je kunt je klanten makkelijker vinden. Het is namelijk heel duidelijk naar wie je op zoek bent.
- Mensen weten waarvoor ze bij jou terecht kunnen en dat je precies snapt waar ze mee zitten

MODULE 2 | JE IDEALE KLANT

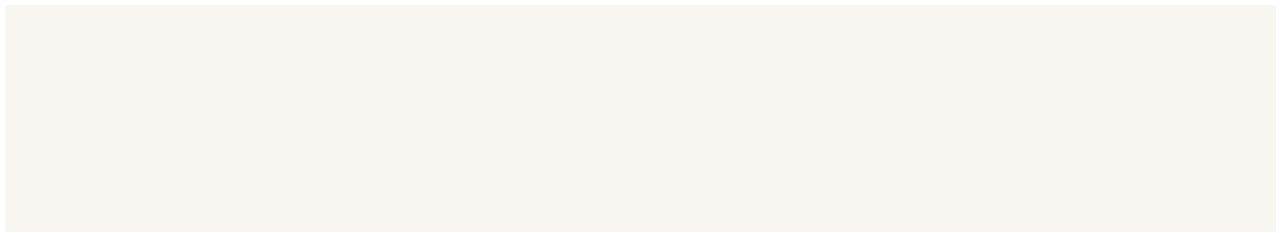
Weten wie je ideale klant is

Zoveel mensen, zoveel smaken. Dus hoe weet je nou wie je ideale klant is?

Vaak ligt het antwoord dichterbij dan je zelf denkt. In deze opdrachten gaan we helder krijgen met wie je graag zou willen werken en waarom.

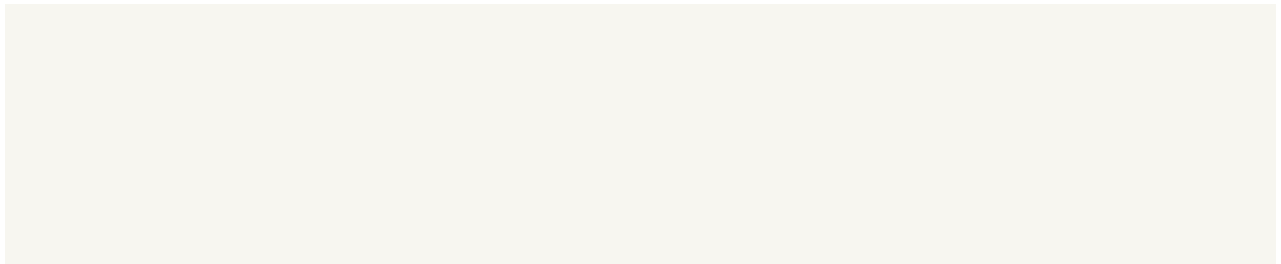
OPDRACHT 1.1 IDEALE KLANT

Even terug naar je why. Waarom ben je je eigen bedrijf begonnen?



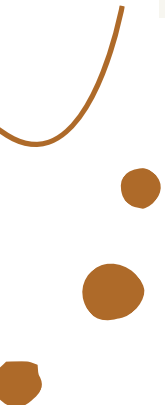
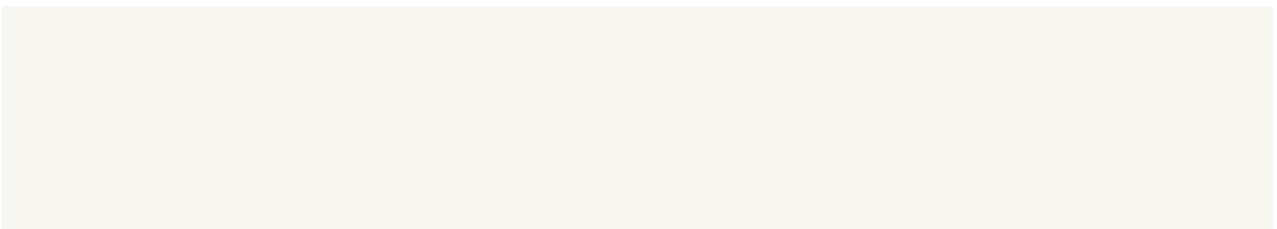
WERKZAAMHEDEN

Welke werkzaamheden en projecten vind je echt leuk om te doen? Waar ligt jouw passie op werkgebied?



VORM

Wil je op projectbasis werken of liever vaste klanten waar je een langere tijd werkzaamheden voor uitvoert.



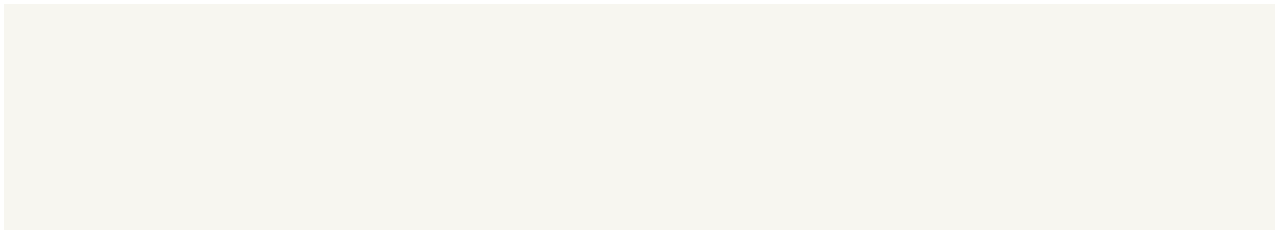
MODULE 2 | JE IDEALE KLANT

Doelgroep

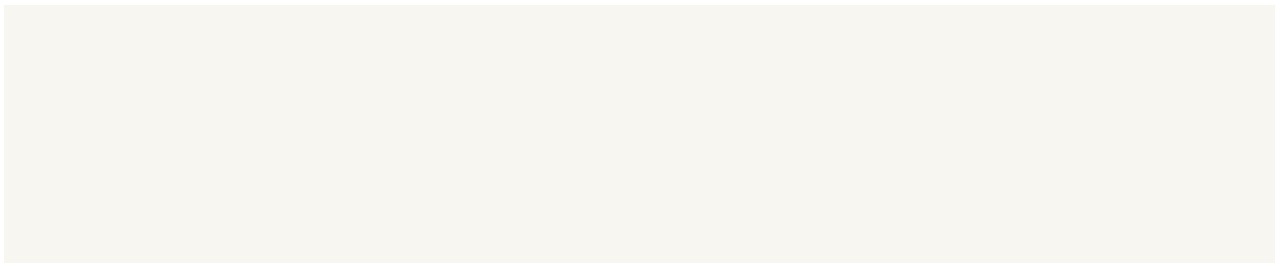
Jouw doelgroep is een groep van potentiële en ideale klanten waar jij graag mee zou samenwerken. Een groep die precies aansluit bij waar jij voor staat en wat je te bieden hebt. Onderstaande opdrachten zullen je helpen bij het helder krijgen van jouw ideale doelgroep

OPDRACHT 1.2 DOELGROEP

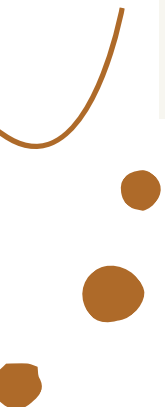
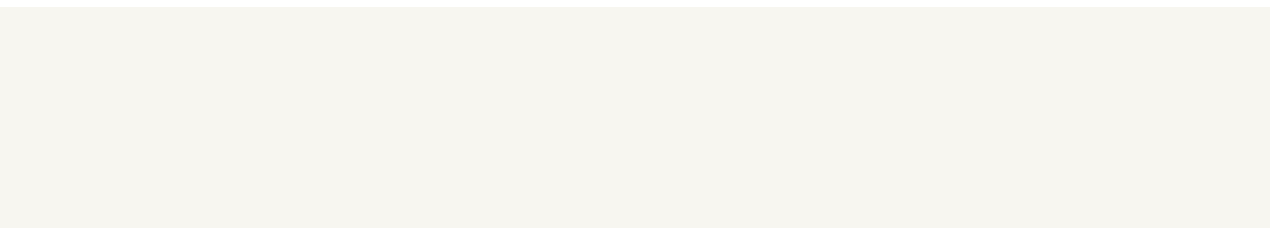
Met wat voor mensen werk je graag samen? Welke karaktereigenschappen hebben ze gemeen? Blik even terug op het afgelopen half jaar en schrijf 3 namen op van mensen waar je graag mee hebt samengewerkt + de karaktereigenschappen die je aanspreken.



En wat voor type mensen zitten in jouw allergie? Welke eigenschappen hebben ze gemeen?



Welke sector spreekt je aan? Het mag en sector zijn waar je ervaring in hebt maar dat is geen must.



MODULE 2 | JE IDEALE KLANT

Welke type ondernemer zou enorm geholpen zijn als ze met jou gaan samenwerken?
bv Coaches, MKB'ers, start ups, grote teams, groot bedrijf, online ondernemer of webshopeigenaar

Wat voor doelen en dromen heeft jouw ideale klant?

Tegen welke uitdagingen loopt jouw ideale klant aan?

OPDRACHT 1.1: FACTS & FIGURES OVER JE IDEALE KLANT

In deze opdracht gaan we jouw ideale klant tot leven brengen. Zodat ze helemaal in jouw hoofd zit, zodat je precies weet wie ze is en wat ze doet. Je kent haar (of hem, it's up to you) door en door!

Denk eens aan iemand waar je echt graag samen mee zou willen werken. Het mag iemand zijn die je online volgt of een (mix van) personen waar je eerder superfijn mee hebt samengewerkt. Zonder gedoe, gewoon relaxt. Neem echt degene in je hoofd met wie je het allerliefst samen zou werken.

Open nu de bijlage en vul onderstaande ideale klant oefening in. Pak deze opdracht er regelmatig bij als inspiratie voor teksten op je website of social media. Later duiken we dieper in op waar deze persoon mee zit en naar verlangt.

MODULE 2 | JE IDEALE KLANT

PERSONA

Leeftijd:

Geslacht:

Gezinssituatie:

Inkomen per jaar:

Opleidingsniveau:

Waar werkt ze en hoeveel uur:

BIOGRAFIE

Zo omschrijft ze zichzelf:

INTERESSES & INFORMATIEBRONNEN

Deze boeken / bladen leest ze:

Social media sites die ze volgt:

Inspiratie haalt ze uit:

Hobby's:

KENMERKEN

Eigenschappen:

Waarden en normen:



Wat het kiezen voor een duidelijke doelgroep mij heeft gebracht

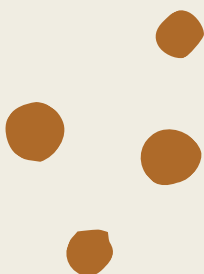
Ik zeg je eerlijk, over deze opdracht was ik destijds het meest sceptisch. Ik was ervan overtuigd dat ik hierdoor mega veel omzet door zou mislopen. Ik dacht echt: "Ok vooruit, ik doe deze opdracht wel maar ik geloof niet dat ik het zo ga doen." Eigenwijs zijn is een van mijn talenten zoals je ziet 😊 Maar, BOY WAS I WRONG!

Inmiddels weet ik beter

Hoe meer ik bezig was met dit (inmiddels favoriete) onderwerp, hoe duidelijker mijn verhaal werd. Alsof er puzzelstukjes samen vielen. Ik had in mijn hoofd mijn droomklant en ik ging bedenken waar ze 's nachts van wakker lag, waar ze tegenaan liep en wat haar bezig hield. Waar ze blij van werd en waarvan juist niet. En waarom wij dan een hele goede match konden zijn. Ze kwam tot leven. Niet alleen in mijn hoofd maar ook in al mijn uitingen. In de teksten op mijn website en in mijn social media posts. Ik was haar in mijn hoofd al verder aan het helpen en daar werd mijn innerlijke VA dus super happy van.

Fast forward naar vandaag.

Het uitwerken van mijn ideale klant en deze ten allen tijden in mijn hoofd houden heeft me zo veel gebracht. Ik werk nu enkel en alleen maar met de allerleukste mensen. Niet gewoon 'ok'. Nee, echt mensen die volledig bij mij passen. We hebben dezelfde normen en waarden, we spreken dezelfde taal en we levellen. Er is totaal geen hiërarchie, we werken gewoon superfijn samen. Zij blij, ik blij en ik verdien er ook nog eens (goed!) geld mee.



MODULE 2 | JE IDEALE KLANT

OPDRACHT 1.2: PIJNEN EN VERLANGENS

Nu je je ideale klant helder hebt gaan we kijken naar de pijnen en verlangens. Waar ligt je klant 's nachts wakker van? Maar ook, waar droomt ze van? Wat wil ze echt? Door het uitschrijven van de pijnen en verlangens kruip je nog meer in de huid van je ideale klant (plus je zit nooit meer verlegen om onderwerpen voor je content).

Door het herkennen van de pijnen en verlangens van jouw klant (en de oplossing die jij daarvoor kan bieden) kan de klant zich met jou identificeren. Je wil je potentiële klanten het gevoel geven dat je de klant (en haar struggles) begrijpt.

Open de opdracht 'pijnen en verlangens' in de academie' en beschrijf de pijnen en verlangens van jouw klant. Let er op dat het pijnen zijn waarbij jij ze kan helpen. Maak ze zo specifiek en helder mogelijk en schrijf deze aan je klant. Tegenover elke pijn staat altijd een verlangen. Waar droomt ze van? Hoe zou het voor haar voelen als haar pijnpunten weggenomen zijn? En maak hierin niet de fout om vanuit je eigen woorden, gedachtes en expertise te denken. Kruip echt in de huis van de klant en bedenk welke woorden hij/zij zou gebruiken voor deze opdracht.

PS Omdat ik weet dat het lastig kan zijn deze opdracht écht concreet te maken, mag je je antwoorden altijd naar me mailen. Ik kijk met je mee en voorzie je van feedback. Het is namelijk echt waardevol om deze opdracht goed te hebben staan.

Let er bij de pijnen op dat het geen gevolgen zijn maar echt pijnen (bv. Veel stress ervaren kan het gevolg zijn van een chaotische administratie. De pijn zit dan in de chaos en de stress is het gevolg daarvan.) Probeer met de bovenstaande opdracht echt in de huid te kruipen van de klant en niet te denken vanuit je eigen expertise. Gebruik de woorden waarmee ze zich aangesproken voelt.

Een verlangen van een klant is bijvoorbeeld ook niet: zaken uitbesteden aan een VA. Dat is een resultaat maar nooit het verlangen. De klant verlangt in dit geval naar overzicht, meer rust, meer groei. Een VA is daar dan het middel voor. Zie de voorbeelden op de volgende pagina.

VOORBEELDEN PIJNEN EN VERLANGENS

Duik in de het hoofd van jouw ideale klant. Hoe denkt ze? Wat wil ze écht? Waar liggen de pijnpunten.

PIJN: TE WEINIG TIJD

Je bent druk. Graag zou je de tijd nemen om te kijken naar je toekomstplannen. Maar je hebt helemaal geen tijd! Met grote regelmaat zit je tot middernacht met je laptop op schoot.

VERLANGEN: TIJD OVER

Hoe zou het voor je zijn als het einde van je to do lijst in zicht komt, terwijl jij doet waar je goed in bent? Als zaken die al een eeuwigheid op de planning staan nu ook echt van de grond komen?

PIJN: CHAOS

Je bedrijf groeit goed en dat is fijn. Je bent goed in je vak en weet precies waar je op moet focussen. Maar om je heen is het rommelig. Je ben je bonnetjes kwijt, je administratie loopt standaard achter en je mailbox ontploft met enige regelmaat.

VERLANGEN: ORDE

Hoe zou het voor je zijn als de 'rommel' om je heen opgeruimd wordt en je daardoor weer volledig in control bent? Dat je je echt kan focussen op waar jouw kracht ligt en waar je energie van krijgt?

Probeer met de bovenstaande opdracht echt in de huid te kruipen van de klant en niet te denken vanuit je eigen expertise.

Een verlangen van een klant is bijvoorbeeld niet: zaken uitbesteden aan een VA. Dat is een resultaat maar nooit het verlangen. De klant verlangt in dit geval naar overzicht, meer rust, meer groei. Een VA is daar dan het middel voor.

MODULE 2 | JE IDEALE KLANT

OPDRACHT 1.3: BRENG JE IDEALE KLANT TOT LEVEN

De meeste gegevens hebben we al, maar nu is het tijd om je ideale klant echt tot leven te brengen. Vanaf nu is deze persoon degene waar je het allemaal voor doet!

Omschrijf hieronder wat voor type jouw ideale klant is, welke energie, normen, waarden, pijnen en verlangens zij heeft. Geef om te starten jouw ideale klant een naam en beschrijf hem/haar vervolgens kort. Bekijk hieronder het voorbeeld ter inspiratie'.

VOORBEELD – UITGEWERKTE IDEALE KLANT

Fem is 34. Ze is samen met haar vriend en ze heeft twee kleine kinderen. Ze is iemand die de natuur graag opzoekt, maar net zo lief op het terras zit met vrienden. Samen met haar vriend probeert ze regelmatig te mountainbiken, al is de tijd daarvoor vinden soms lastig.

Ambitie is er van kleins af aan al geweest. Na haar opleiding Commerciële Economie wist ze al vrij snel dat een baan in loondienst niks voor haar was. Vijf jaar geleden is ze begonnen met het geven van online salestrainingen aan startende ondernemers. Inmiddels geeft ze diverse trainingen, zowel online als offline. Ze heeft inmiddels een omzet van € 150.000,- en ze is van plan om dat de komende jaren te verdubbelen.

Vrienden zijn graag bij haar omdat ze superlief en recht door zee is. Daarbij zit ze boordevol ideeën en is ze altijd in voor iets nieuws. Regelmatig lachen ze erom omdat Fem echt de meest slordige persoon op aarde is. Administratie is dan ook helemaal niet haar ding, laat staan dat ze er tijd voor heeft om dat goed te doen. Sales en klantencontact vindt ze fantastisch, maar alles eromheen vindt ze vooral vermoeiend.

De laatste tijd vraagt ze zich af of ze wel genoeg energie heeft om haar bedrijf naar een next level te tillen. Ze is dol op haar werk, maar ze verlangt er soms ook naar om niet alles alleen te hoeven doen en meer tijd met haar gezin door te brengen.



MODULE 2 | JE IDEALE KLANT

OPDRACHT 1.4: CONNECTEN

Nu je je droomklant helder hebt wil je je natuurlijk zoveel mogelijk met deze mensen omringen. Maak hieronder een lijst van minimaal 20 ondernemers (mag ook meer) die je inspireren. Waarvan het je een feestje lijkt om met ze samen te werken.

OPDRACHT 1.4: ECHTE CONNECTIE

Nu dat je een lijst hebt gemaakt van jouw ideale klanten zorg dat je deze mensen gaat volgen via social media. Wat zeggen ze? Welke woorden gebruiken ze? Waarom ga je nou juist aan van deze ondernemer en van de andere ondernemer helemaal niet? Wat houdt dit type klant bezig? Noteer hier je bevindingen:



‘Let's get social’

Het belang van een goede biografie

Later in de modules komt het nog uitgebreid aan bod. Zowel sales als social media. Maar als je 1 ding alvast mag onthouden is het dat sales overall is. Of het nou op LinkedIn, Instagram, je website of in real live is. Het is fijn om een goede eerste indruk achter te laten.

Daarom wil ik alvast kort stil staan bij je biografie. Omdat het namelijk fijn is om een goede eerste indruk achter te laten. Zodat mensen direct een idee hebben van wie je bent en wat je doet. [KLIK HIER](#) om de informatie over het opstellen van een goede biografie te openen.

