



LEEF JE DROOMLEVEN ALS ONLINE ONDERNEMER

VIRTUEEL ASSISTENT WORDEN | © ROËLLA VERMEIREN



MODULE 5

ONLINE ZICHTBAARHEID

MODULE 5 | ONLINE ZICHTBAARHEID

WEBSITE TEKSTEN WAAR JOUW IDEALE KLANT VAN AAN GAAT

Je salespagina, of je homepagina, is de pagina waar mensen binnen 6 seconden gaan beslissen of jij de juiste persoon voor ze bent, of juist helemaal niet. Je wil daarom een pagina waarin je klant zich meteen herkent en aangesproken voelt. Dat ze direct denken: Met haar wil ik samenwerken!

In deze module geef ik je tips mee voor het schrijven van je website teksten. Dit kun je als basis gebruiken maar probeer er vooral ook je eigen draai aan te geven. Onderstaande tips zijn goed om rekening mee te houden:

Een goed beeld zegt meer dan 1000 woorden.

Ik weet hoe makkelijk het soms kan zijn om je te verstoppen achter een schitterend logo, maar weinig mensen voelen zich aangesproken tot een logo. Ze willen zien met wie ze zaken gaan doen! Zorg dat je een goede foto van jezelf hebt. Met een goede foto bedoel ik het liefst een foto waarin je echt uitstraalt wie je bent, waar je voor staat, én een stukje professionaliteit. Een lach doet het altijd goed, maar ook een foto waarbij je in de camera kijkt.

Je maakt je website niet voor jezelf

Wees je met het schrijven van je teksten bewust van je publiek.

Welke indruk wil je achterlaten op je website?

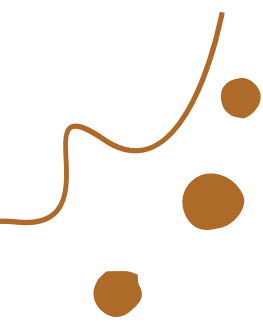
Wat denk je dat een klant van jou zou willen weten om een beslissing te maken contact met je op te nemen?

Wat is nou écht belangrijke informatie voor een klant en wat mag je weglaten?

Houdt tijdens het schrijven je ideale klant in gedachte (inclusief hetgeen ze tegenaan lopen en dat waar ze naar verlangen) en pas daar je teksten op aan.

OPDRACHT 1.12: SALESPAGINA MAKEN

Open de bijlage 'Salespagina' in de online academie. Hier staan een aantal onderdelen in die je kunt gebruiken voor het opbouwen van jouw salespagina. Je mag de onderdelen als houvast gebruiken, maar je bent natuurlijk vrij om er je eigen invulling aan te geven.



MODULE 5 | ONLINE ZICHTBAARHEID

Pijnen en verlangens

We gaan even terug naar die pijnen en verlangens van jouw ideale klant.

We starten met het kijken naar de pijnen van je klanten. Een stukje herkenning, waarbij je een aantal pijnen van je klant opnoemt. Het liefste hoor je ze denken: "Ja, dit gaat over mij! Dit heb ik, hier heb ik last van."

Voorbeeld:

- Je **bedrijf groeit goed** en dat is fijn. Maar die administratie? Daar heb je helemaal geen tijd voor.
- Je **inbox stroomt vol** en daarmee ook je hoofd, je **verliest je focus**.

Vervolgens een stukje "Hoe zou het zijn als..." Daarin gaan we de verlangens aanstippen. We gaan dus in een heel korte tekst aanstippen wat het de klant gaat opleveren als ze met jou gaan samenwerken. Wat je wilt vertellen op deze pagina is wat ze gaan krijgen, en waar je van weg wil blijven is hoe je dat gaat doen. Belangrijk verschil. Gebruik hiervoor een aantal zinnen of bullets.

Voorbeeld:

Hoe zou het voor je zijn als:

- je overvolle **mailbox weer leeg** en overzichtelijk is?
- het **einde van je to do lijst in zicht** komt, terwijl jij doet waar je goed in bent?

MODULE 5 | ONLINE ZICHTBAARHEID

Call to action

Een knop waarmee de klant direct contact met jou kan opnemen. Heel duidelijk: Zo kan ik met haar in contact komen. Deze knop (en dat is lastig als je heel perfectionistisch bent en een mooi kleurenpaletje hebt) mag ont-zet-tend vloeken met de rest van je pagina. Als er iets zonde is, dan is het wanneer mensen hier overheen kijken. Maak hem groot en schreeuwerig. Mensen haken af bij langzame of onduidelijke websites.

Reviews

Je kan het zelf allemaal wel vertellen, maar het is nog fantastischer wanneer andere mensen je vertellen wat het hen heeft opgeleverd. Dus heb je reviews, zorg dat ze in beeld komen, zorg dat ze er zijn! Heb je nog niet zoveel reviews? Pak dan één review en knip die op in meerdere stukken. Maak er een triggerende quote van.

Overige

Op een apart pagina kun je eventueel je prijzen benoemen op een aparte tarieven pagina. Zorg dat dit als laatste komt. Je wilt dat mensen eerst getriggerd worden en zich herkennen in die pijnen en verlangens, vervolgens dat ze weten hoe ze contact met je kunnen opnemen, en daaronder kan je nog wat extra dingen vermelden. Je prijs, een verwijzing naar de tarievenpagina, of je diensten.

Je kunt er nog voor kiezen om ook nog een veelgestelde vragen-sectie toe te voegen, om je kopersvragen te tackelen. Bijvoorbeeld "Ik vind het lastig om te investeren, ik weet niet of een VA wat voor me is" of "Hoe gaat het samenwerken met een VA in zijn werk?" Hiervoor is een veelgestelde vragen-sectie ideaal.

MODULE 5 | ONLINE ZICHTBAARHEID

OVER MIJ PAGINA

Het doel van je Over Mij-pagina is dat klanten jou leren kennen zoals je bent, kunnen verbinden en vertrouwen. Maar anders dan de naam doet vermoeden gaat de over mij pagina niet over jou. Je wil op deze pagina de klant laten zien dat jij de oplossing voor het probleem bent.

Wat je niet wil in je Over Mij-pagina, is teveel vertellen over wie je bent en wat je achtergrond is. Dus noem hier niet al je opleidingen die je hebt gevolgd, al je trainingen, je hobbies, wat je in het weekend met je vrienden doet. Probeer een beetje weg te blijven van teveel algemene zaken en clichés. Je kunt een aparte over mij pagina maken of (een deel) verwerken op je homepage.

Laat zien op je over mij pagina dat je weet waar het probleem van de klant is en dat jij daar mogelijk de oplossing voor kunt zijn. Ik laat je zien hoe ik dit op mijn eigen website heb verwerkt maar ter inspiratie heb ik een aantal inspirerende Over mij pagina's voor je verzameld :

Voorbeelden Over Mij pagina's

Focus assistant: mijn eigen website

[Klik hier](#)

Ninke van der Leek: business coach

[Klik hier](#)

Amber Rosa: Instagram Expert

[Klik hier](#)

Charlotte van 't Wout : business coach

[Klik hier](#)

OPDRACHT 1.2: YOU DO YOU

Welke vorm je ook kiest, het is vooral belangrijk dat jouw website ook echt jouw verhaal verteld. Jouw unieke verhaal. Bekijk 3 Over mij pagina's van ondernemers die jou echt aanspreken. Welke elementen van de over mij pagina spreken je aan?

MODULE 5 | ONLINE ZICHTBAARHEID

OPDRACHT 1.13: OVER MIJ PAGINA MAKEN

Open de bijlage 'over mij pagina' in de online academie. Vul hier de antwoorden op de onderstaande vragen in.

Wie ben je en wat doe je?

Je start met twee zinnen waarin je samenvat wie je bent en wat je doet. Je kunt je naam noemen, je functie, en waar je de lezer mee kunt helpen. Twee zinnen, meer niet.

Wat is je passie?

Vervolgens ga je vertellen over je passie: drie dingen die vertellen wat jouw passie is. Waarom doe jij wat je doet? Wat maakt dat jij in dit vak past? Waarom vind jij dit vak zo fantastisch?

Daarin mag je best een twist naar je eigen leven meenemen, bijvoorbeeld "Alles in mijn kast ligt netjes gesorteerd op kleur, en ik wil ervoor zorgen dat het er in jouw organisatie ook zo netjes uitziet."

Wat maakt jou uniek?

Benoem drie dingen die jou uniek maken. Dat mag best een stukje over je achtergrond zijn. Wat maakt jou uniek in deze functie? Ook hier mag je een stukje persoonlijkheid in leggen. Eigenlijk is dit deel een beetje tweeledig: aan de ene kant voelt jouw ideale klant zich begrepen en herkent hij of zij zich hierin, aan de andere kant kun je hier ook subtiel aangeven welke klanten je niet wilt.

MODULE 5 | ONLINE ZICHTBAARHEID

Waar zit jouw ervaring?

Hiermee geef je een stukje expertstatus weer en zet je jezelf goed op de kaart. Dit kan ervaring in het VA vak zijn of je eerdere werkervaring. Enkele voorbeelden:

- Dat ik al veel ondernemers heb ondersteund waardoor zij rust hebben kunnen ervaren en konden groeien;
- Dat ik ondersteuning kan leveren aan ZZP'ers, maar ook met multinationals heb gewerkt; en dat ik daardoor niet snel onder de indruk ben van de enorme hoeveelheid werk die erbij komt kijken.

Hier kun je dus echt een stukje schrijven over waar je al bent, wat je al hebt bereikt, en hoe ondernemers daarop kunnen aanhaken. Je kunt aangeven dat je al voor grote bedrijven en corporates hebt gewerkt, maar bijvoorbeeld ook dat je al voor 6 makelaars hebt gewerkt: "Ik werk al jaren in de makelaardij, er zijn weinig verrassingen voor me. Van bezichtiging tot verkoop ben ik degene die weet welke documenten jij nodig hebt en wanneer." Pak hier echt dat stukje expertstatus.

Gebruik reviews

Wat ook goed werkt is wat je van klanten terug krijgt. Mijn klanten zien mij als een betrouwbaar iemand. Ze weten dat dingen geregeld worden en dat ze die met vertrouwen los kunnen laten. Door het gebruiken van reviews vergroot je het vertrouwen.

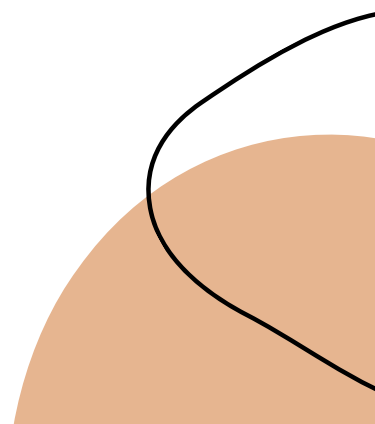
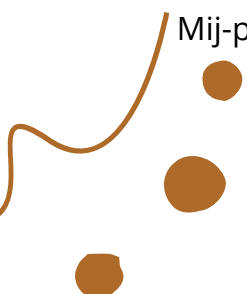
5 dingen die je nog niet over mij wist

Dit is het laatste stukje wat je kunt toevoegen. Ook in dit punt kun je subtiel duidelijk maken met welke mensen je wel en niet samen wilt werken. Blijf weg van "ik houd van katten en puzzelen", dat is wel heel basic. Probeer er geen droge opsomming van te maken, maar een leuk verhaal waardoor mensen een idee krijgen wie jij bent.

Samenvoegen

Je hebt nu alle elementen los beschreven. Wat je nu gaat doen is ze koppelen in één goedlopend verhaal. Dat is jouw Over Mij-pagina!

Houd er rekening mee dat jouw Over Mij-pagina nooit écht af is, maar je hebt in ieder geval een mooi begin. Als je meer ervaring hebt opgedaan, kun je altijd je Over Mij-pagina aanpassen.



MODULE 5 | ONLINE ZICHTBAARHEID

WERK AAN JE ZICHTBAARHEID

Je hebt nu een voldoende handvaten om aan de slag te kunnen met je zichtbaarheid. Het is vooral een kwestie van doen en kijken wat bij je past. Aan de slag met je website? Jij hebt precies de teksten die jouw persoonlijkheid laten zien én je ideale klant aanspreken.

PLANNING

Wat zijn de eerste 3 belangrijke acties om je online meer zichtbaar te maken? Plan deze voor de aankomende periode in:

1.

2.

3.