

DE 5 GEHEIMEN OM **jouw marketingbedrijf te laten groeien**



STORY

BRAND®

Als je je wilt onderscheiden van andere marketeers, zorg je met 5 dingen dat je opvalt.

1

Leg in één zin je waardepropositie uit

Van freelance marketeers zijn er dertien in een dozijn. Dus wat kun je doen om jouw diensten te onderscheiden van al die andere? Als eerste: begrijpen welke waarde jij te bieden hebt en in staat zijn om dat in één zin te herhalen. Jouw waardepropositie moet altijd de voordelen communiceren die je klanten zullen ervaren wanneer ze jou inhuren. Voordelen zijn anders dan kenmerken. Een kenmerk is een geweldige website, maar het voordeel waar klanten echt naar op zoek zijn, is wat de website hen oplevert. Het voordeel is meer verkopen of meer downloads.

VOORBEELD

Ik bouw websites die zorgen voor een toename in conversies zodat je omzet groeit.

In dit voorbeeld is het duidelijke aanbod (website) verbonden aan het voordeel (meer omzet), zodat prospects direct begrijpen hoe jij ze gaat helpen om resultaat te halen.

2

Zorg dat je een duidelijk aanbod hebt

Als je zelf onzeker bent over je productaanbod, zullen je klanten en prospects al helemaal niet begrijpen hoe jij ze kunt helpen. En wanneer klanten en prospects niet weten hoe jij ze kunt helpen, haken ze af. Je moet dus heel helder zijn over wat klanten krijgen wanneer ze jou inhuren, zodat ze direct begrijpen waarom ze jouw hulp nodig hebben. Het presenteren van een helder aanbod is een van de makkelijkste manieren om jezelf te onderscheiden van andere marketeers.

Om jezelf te onderscheiden van andere marketeers, moet je aanbod:

- reflecteren waar jij goed in bent en wat je leuk vindt om te doen;
- alle tastbare en niet-tastbare resultaten opsommen die klanten krijgen wanneer ze jou inhuren;
- van je diensten en producten verschillende versies aanbieden, zoals small, medium en large.

3

Leer hoe je afrekent met prijsdruk

De markt wordt steeds meer transactiegedreven. Dit betekent dat mensen heel vaak op zoek zijn naar een goedkope deal. En op zo'n moment maken veel marketeers een vergissing: ze staan klanten of prospects toe om te onderhandelen over de tarieven. Spoiler: wanneer klanten of prospects onderhandelen over de tarieven, zijn ze waarschijnlijk niet het type klant of prospect met wie je wilt werken.

Om jouw business echt te laten groeien, moet je leren hoe je prijsdruk overwint en vasthouden aan jouw tarief. Weersta de druk om je prijzen te verlagen, behoud je geloofwaardigheid en win vertrouwen.

Wanneer een klant onderhandelt over het tarief zorg dan dat je:

- jouw zelfvertrouwen een boost geeft en je rol als gids omarmt;
- bezwaren tijdig weerlegt;
- de behoefte van de klant goed identificeert;
- de deal sluit met een heldere call-to-action.

4

Ken je beperkingen en besteed werk uit

Wanneer klanten je inhuren, verwachten ze dat jij hun marketingexpert bent die alles weet en alles kan. Het is echter onmogelijk om een expert te zijn in alle marketingspecialismen. Je wilt niet overkomen als een amateur, maar het is onmogelijk om een klant álles te bieden. Hoe kun je aan alle verzoeken van je klanten voldoen, waarbij je je niet gek laat maken en opereert vanuit jouw kracht? Dat kun je doen door zaken uit te besteden die niet binnen jouw expertise vallen.

Stel jezelf de volgende vragen:

- Waar ben ik als marketeer minder sterk in?
- Wat vind ik niet leuk om te doen en kan ik afstoten?
- Op welke wijze kan uitbesteding van dit onderdeel bijdragen aan betere resultaten voor mijn klanten?
- Welke omzetverhoging kan ik verwachten als ik dit onderdeel toevoeg aan mijn aanbod?

Op deze manier krijg je een goed beeld van de groei die je kunt verwachten wanneer je werkzaamheden uitbesteedt waar je minder of niet goed in bent. Het zal je een goed gevoel geven en je zult zien dat je klanten bereid zijn zelfs meer te betalen, omdat je ze een totaalpakket biedt.

Zorg dat je met een bewezen framework werkt

De meeste marketeers vinden het lastig groei te realiseren, omdat ze geen effectief plan hebben of niet weten waar ze moeten beginnen. En zelfs wanneer ze een plan hebben, laten ze hun werk vaak aan het toeval over. Hierdoor lukt het hen maar niet om grip te krijgen op hun business en stagneert hun groei en omzet. En dat ook met klanten die eigenlijk niet de juiste doelgroep zijn.

Je vak als marketeer moet leuk zijn. Lonend en niet stressvol. Dat betekent dat je geen tijd moet verspillen aan het najagen van business die je uiteindelijk niet helpt om te groeien.

Maar hoe bereik je loon naar werk? Daarvoor heb je een bewezen framework nodig waarop je kunt vertrouwen en dat iedere keer goede resultaten oplevert.

Gebruikmaken van het StoryBrand Framework helpt je niet alleen je eigen marketingbedrijf te laten groeien, maar ook om klanten goed advies te geven dat de investering ruimschoots waard is.

Het StoryBrand Framework helpt je om:

- direct te identificeren waar de gaten zitten in het verhaal van je klant;
- exact te weten waar je moet beginnen wanneer je een project start met een nieuwe klant;
- meer vertrouwen te hebben dat jouw marketingadvies voor jouw klanten waardevolle resultaten oplevert;
- structuur te geven aan je advieswerk zodat je niet opbrandt.

Om jezelf te onderscheiden van andere marketeers en je bedrijf te laten groeien, heb je een bewezen framework nodig. Een framework dat goede resultaten oplevert voor je klanten en voor jou.

Certificeer je voor StoryBrand en profiteer van veel voordelen:

- toegang tot het StoryBrand Framework;
- lidmaatschap van een community met marketingexperts;
- partnerschap van een merk dat zich bewezen heeft en duizenden bedrijven heeft geholpen om te groeien.

MELD JE VANDAAG NOG AAN OP:

