

Aan de slag met je marketing? Zo begin je.

1. Heb je **doelgroep** heel scherp. En nee een doelgroep is niet iedereen. Nee echt niet. Nee. Echt. Niet. Ook in jouw geval niet.
2. Bepaal je **ideale klant** en heb zijn problemen, wensen, verlangens voor ogen. Wat voor type is je klant? Is hij of zij heel onzeker bijvoorbeeld? Of juist niet? Houdt je klant wel of niet van verandering? Hoe kijkt jouw potentiële klant tegen geld uitgeven aan? Is jouw potentiële klant van de structuur of juist van de actie? Hoppa gaan, maakt niet uit hoe.

Maar denk ook na over gezinssamenstelling, hobby's, wat voor boeken leest iemand etc. etc.

Kun je echt geen ideale klant bedenken. Bijvoorbeeld omdat je nog maar net begonnen bent ga dan eerst voor een doelgroep en ontdek gaande weg je ideale klant.

In mijn geval heeft mij ideale klant mij gevonden. Dus zo kan het ook gaan.

3. Bepaal je **doel** met je marketing. Wil je meer zichtbaarheid, meer sales of wat je doel ook is. Realiseer je wel zonder zichtbaarheid ook geen salesgesprekken. Dus zorg wel dat de basis op orde is voordat je door dendert naar salesgesprekken.
4. Heb je je **kern- en merkwaarden** helder? Waar sta jij voor? Wat vind je belangrijk?
5. Bepaal je **tone of voice**. Deze vind ik vrij simpel. Schrijf zoals je praat én kijk ook welke woorden jouw klant gebruikt en laat die terugkomen in je marketing. Blijf weg van jargon en ingewikkelde woorden. Nergens voor nodig. Tenzij je doelgroep die echt nodig heeft.
6. Bepaal je **communicatiemiddelen** (online en offline). Waar kom je nou toch allemaal die potentiële klant tegen?

Ga je bloggen of vloggen? Een nieuwsbrief (die geen nieuwsbrief heet trouwens) versturen? Facebooklives doen? Instastories? Adverteren? Kortom de keuze is reuze. Ter geruststelling. Je hoeft niet alles. Je moet wel iets.

Je hoeft ook nog niet alles tot in de puntjes te kunnen. Dus maak je niet druk of een blog nou 200 of 600 woorden moet hebben. Of je verhaal volledig SEO proof is. Of er wel of geen reacties komen. Of je wel het juiste template op je website hebt staan. Of dat je wel een goede foto hebt. Schrijf gewoon eerst je blog. Zie je daarna wel verder. Gewoon delen op linked in bijvoorbeeld kan ook. Of op Facebook.

7. Schrijf je **content** op basis van je ideale klant en check of je kern- en merkwaarden voldoende zichtbaar zijn. Zorg dat je zelf ook (af en toe) zichtbaar bent. Kijk ook waar je hulp bij nodig hebt. Ben je geen schrijver, emmer dan niet zelf eindeloos op je teksten. Niet iedereen is een vormgever dus wil je een folder laten maken ga niet zelf lopen knutselen. Niet voor niets hebben mensen daar hun vak van gemaakt.
8. Maak een **planning** wanneer je wat gaat doen en vooral ook hoe vaak. Want om even een voorbeeld te geven 1 facebookbericht is niks helaas. En ja ook 1x per maand is regelmatig maar dat is weer een beetje weinig.
9. **Evalueer** en stuur bij, herhaal en hou vol 😊

En zo zie je maar het is niet zo ingewikkeld. Begin gewoon en blijf niet eeuwig denken.

Waar zijn dan prijs en product?

Voor iedereen die denkt: huh? je noemt helemaal geen product en ook geen prijs. Klopt. Ik ga ervanuit dat je al een product of een dienst hebt. Als je die niet hebt hoeft je namelijk ook geen marketing te doen. Want als je niks te verkopen hebt is marketing een beetje zonde van je tijd. En tijd komen we toch allemaal al te kort.

En over prijzen, ja je moet je prijs bepalen. Ik ben voorstander van reële prijzen en wat reëel is bepaald ieder voor zich. Maar gewoon maar hoge prijzen omdat dat zo lekker high end is en je daardoor ook maar beperkt klanten hoeft te hebben dat is niet mijn stijl. Dus ja product en prijs zijn zeker relevant.

Wil je meer weten, heb je nog een vraag of wil je even sparren? Je kunt me bereiken via 06 40 78 68 46 (bel of app) of stuur een mailtje naar inge@bitterzoetadvies.nl.

Je vindt me uiteraard ook op Facebook, Linked in (zijn we al gelinkt?) & Instagram.