

Boost je business

IN 10 STAPPEN NAAR MEER KLANTEN EN OMZET

Meer bezoekers naar je website

Hogere conversie

Meer omzet



VAN WEBSITE
BEZOEKER NAAR
BETALENDE KLANT



BOOST JE BUSINESS

10 TIPS VOOR
MEER KLANTEN EN
MEER OMZET

Ontwerp en tips:
Esmée Branbergen
Blogger by Nature

Zie jij ze ook zoveel voorbij komen op social media? Coaches en marketing experts: vrouwen én mannen, die roepen dat ze in een ver en warm land aan het zwembad hun miljoenen verdienen. En dat alleen maar door af en toe eens contact op te nemen met hun VA (virtueel assistent oftewel assistent op afstand) en eens in de zoveel tijd een tof fotootje op Insta te zetten en een Facebookcampagne te (laten) plaatsen. Ze werken nog zo'n 10 uur in de week en hebben alle tijd voor hun hobby's, kinderen en sociale contacten.

"hoe ik van bijstand naar een ton ging in 1 maand tijd"

"mijn eerste miljoen in 1 jaar en jij kan dat ook"

Ik krijg altijd jeuk van dat soort mensen. En ik geloof er geen barst van. Hoe je online business ook in elkaar steekt, het is keihard werken. Zonder hard werken, verdien je geen tonnen of zelfs miljoenen.

Toegegeven, met hard én slim werken, kan je wel een goede boterham verdienen. Dat geldt voor alle (online) ondernemers en dus ook voor jou. En het is zelfs zo dat als je eenmaal een en ander heel goed op de rit hebt, je zonder al teveel moeite en bij wijze van spreken aan het zwembad een goed belegde boterham verdient. Maar voordat je zover bent, is het hard én slim werken.

Ben jij bereid om datgene te doen wat nodig is?

Hoe je je online business klaar stoomt voor succes leg ik je uit in dit e-book:

De 10 stappen naar een succesvolle business met meer klanten en omzet.



EVEN OVER MIJ

Wie de vrouw is achter Blogger by Nature? Dat ben ik: Esmée Branbergen, moeder van Marisa (2008) en vrouw van Adwin. Met z'n drieën en konijn Pongo en hond Charlie wonen we in een suf West-Brabants dorpje waar nooit wat gebeurt maar waar het heerlijk toeven is.

Ik heb 25 jaar ervaring in de reclame, media en (online) marketing. Sinds 2015 ben ik eigenaar van een succesvol blog dat in mijn inkomen voorziet (website4mama.nl) en in 2017 startte ik Blogger by Nature, waarna al snel het eerste gelijknamige jaarlijkse event volgde.

Ondernemer ben ik al zo'n 10 jaar af en aan en de laatste 5 jaar full-time. En ik zou niet anders meer willen. Het is hard werken, maar wel werk waar ik gelukkig van word. En ik bepaal mijn eigen werktijden. Ideaal als je een opgroeiende dochter hebt. Maar genoeg over mij. Lees vooral verder als je interesse hebt in mijn 10 tips, die jou verder gaan helpen met je online business.





BOOST JE BUSINESS

10 TIPS VOOR

MEER KLANTEN EN

MEER OMZET

ESMÉE - BLOGGER BY NATURE

1. BEPAAL JE DOELGROEP / JOUW IDEALE KLANT

Het klinkt zo simpel: bepaal je doelgroep. Maar het bepalen en kiezen van jouw doelgroep, jouw ideale klant is ó zo belangrijk. Heel vaak hoor ik mensen antwoorden: mijn doelgroep bestaat uit alle vrouwen tussen de 21 en 50 die moeder zijn, of mijn doelgroep bestaat uit vrouwen die zzp-er zijn en een website willen of mijn doelgroep bestaat uit vrouwen die vastlopen in hun dagelijks bestaan en op zoek zijn naar hulp. Veel te algemeen!

Deze tips gaan jou helpen je doelgroep goed voor ogen te krijgen. Door deze stappen te doorlopen heb je van je doelgroep een persoon gemaakt met een gezicht, een leven en een toekomst. Hierdoor kan je alle communicatie heel doeltreffend richten op deze persoon die zich door jouw communicatie aangesproken zal voelen. Wees niet bang dat je daarmee anderen uitsluit. Dat is niet zo. En is het wel zo, dan is het niet jouw ideale klant.

Jouw ideale klant/persona:

- Geef je ideale klant een gezicht en een leven. Schrijf letterlijk op welke kleur haar, kleur ogen ze heeft, of ze getrouwd is, kinderen heeft, hoeveel en hoe ze heten, hoe oud ze is, waar ze woont en wat ze doet voor werk. Vergeet ook haar hobby's en interesses niet te vermelden. (uiteraard kan het ook een man zijn)
- Schrijf nu op wat jouw ideale klant doet in een dag, wat haar gedachtes zijn en haar beweegredenen. Wat zijn de problemen waar ze tegenaan loopt en waarvoor jij een oplossing hebt. Je hoeft daarbij niet de oplossing te benoemen. Benoem alleen haar routines, gedachtes en problemen. Misschien schaamt ze zich ergens voor? Waarom zou ze jouw dienst/product wel of niet kopen? Wat zijn haar gedachtes die een aankoop tegen houden?
- Geef tot slot een ideale situatie weer waarbij alle problemen zijn opgelost, hoe jouw ideale klant zich dan zou voelen, hoe haar omgeving op haar zou reageren. Alle bezwaren zijn weg en opgelost. Hoe ziet het leven van jouw ideale klant er dan uit?

Dit proces kan je per dienst uitwerken. Vooral handig als je ideale klant per dienst of product anders is. Met de uitwerking van je ideale klant heb je de informatie waarop je jouw communicatie kan baseren. Je hebt helemaal helder voor wie je het doet en waarom. Dat bepaalt ook de manier waarop je communiceert op je website, in je weggever, je blogs en op je social media kanalen.





2. JE BRANDING

Branding is meer dan alleen de kleuren kiezen voor je website en het ontwerpen van een logo. Branding is iets dat je in je hele bedrijfsvoering en communicatie doorvoert. Ook op social media. Misschien dat het iets is dat je in het begin nog verandert, jij verandert tenslotte ook. Maar het is goed om ook bij de start van je bedrijf over de branding na te denken. Ben je er zelf niet zo goed in, dan is het een prima idee om daarvoor iemand in te huren die de vertaalslag kan maken van jouw persoonlijkheid naar een logo, kleuren voor je website, het lettertype, en ga zo maar door.

Branding is ook persoonlijke zichtbaarheid. Hoe laat je jezelf zien op social media? Dat zijn vaak drempels die overwonnen moeten worden. Soms is een selfie al heel wat laat staan dat je een filmpje van jezelf maakt of live gaat op Instagram of Facebook. Gelukkig zijn er tegenwoordig heel veel mensen die je daarbij kunnen helpen. Zo kan je bijvoorbeeld kiezen voor de training Instagram & Branding tijdens het Blogger by Nature event van 4 juli of wat diepgaander met een 3 uur durende training tijdens een Boost je business weekend. Een goede manier om te kijken wat branding voor je bedrijf op social media kan doen en er daarna ook gelijk stappen in te maken.

Het is sowieso zo dat een consequent doorgevoerde branding je herkenbaarheid vergroot. Maar omdat jij je bedrijf bent, is persoonlijke branding net zo belangrijk.





3. JE WEBSITE

Voer de gekozen branding door in de opmaak van je website. Laat je website je persoonlijkheid uitstralen. Hoewel websites steeds meer vanaf een mobiel of tablet bekeken worden, blijft vormgeving van een groot belang. Hou wel in de gaten dat het leesbaar en duidelijk blijft op een smartphone.

Wellicht heb je heel veel te vertellen, maar je website is daar niet voor geschikt. Zie je website als een verkoopkanaal. Hou je teksten op de pagina's kort en krachtig, maar lang genoeg om voldoende informatie te geven. Gebruik daarbij beeldmateriaal. Beelden zeggen vaak meer dan woorden. Heb je veel te vertellen, doe dat dan in een blog.

Over je blog gaan we het later in dit e-book nog hebben, want een blog is onmisbaar voor een online ondernemer.

Belangrijke onderdelen van een website:

- Je social media kanalen: ben je een blogger dan wil je deze duidelijker in beeld hebben dan wanneer je coach bent bijvoorbeeld. Is je doelstelling met de website van lezers volgers creëren, dan zet je de social links duidelijk in beeld in de footer en wellicht zelfs in de sidebar. Is je website een verkoopkanaal en gericht op het verkopen van je diensten of producten, dan wil je zo min mogelijk afleiding voor je bezoeker. Zet ze in dat geval in de footer en/of gewoon op de contactpagina. En laat deze openen in een nieuw browservenster, anders is je bezoeker weer vertrokken en komt deze niet meer terug.
- Een over mij pagina: laat jezelf zien op je website. Ook als je zelf vindt dat je niet fotogeniek bent. Een naam van een bedrijf en de tekst op de website blijft abstract zolang er geen gezicht bij staat. Je klanten kiezen voor jou en niet voor de naam van je bedrijf, dus laat jezelf zien. Dat wekt vertrouwen en creëert verbinding. Je over-mij pagina is vaak de best bekeken pagina van je website en daarom ook een van de belangrijkste. Maak er daarom ook een verkooppagina van. Laat zien wat je voor de lezer kan betekenen. Zet je weggever/freebie op de pagina en sluit af met een CTA (Call to Action).



- Contactpagina: maak een contactpagina waar alle informatie op staat, die iemand nodig heeft om in contact met jou te kunnen treden. Vergeet daarbij niet je nieuwe BTW-nummer te vermelden en je KVK-nummer. Je BTW-nummer en KVK-nummer vermelden is verplicht op je website. Geef je e-mailadres. Ook als je een contactpagina met invulmogelijkheid hebt. Ben je bang voor telefoontjes in het weekend, vermeld dan niet je telefoonnummer. En het is ook prima om te vermelden op welke dagen je bijvoorbeeld wel/niet werkt. Als jij woensdagmiddag niet bereikbaar bent, zet dat dan op je contactpagina. Dan weten mensen dat ze je die dag niet hoeven te bellen en dat ze ook niet direct antwoord ontvangen. En denk er eens over na om ook op je contactpagina je freebie oftewel klantmagneet te plaatsen. De contactpagina is ook een van de meest bezochte pagina's van je website, dus waarom de kans onbenut laten.
- Menu: zorg voor een goed navigeerbaar menu. Test het zowel op de desktop als op een mobiel. En laat het ook even testen door een ander. Dingen die voor jou logisch zijn kunnen voor een ander heel vreemd overkomen.
- Blog: je blog gaat ervoor zorgen dat je bezoekers binnen krijgt via Google, dus een blog is een onmisbaar onderdeel van je website. Over je blog later meer in dit e-book.

Jouw website bestaat uit een gedeelte "above the fold" en een gedeelte "below the fold". Deze termen staan voor het deel van je website dat je gelijk in beeld hebt op het moment dat je contact hebt met de website (above the fold) en het deel dat je te zien krijgt zodra je naar beneden scrollt (below the fold).

Maar 40% van je bezoekers scrollt verder naar beneden, dus zorg ervoor dat de belangrijkste boodschap boven de fold staat. Vaak is dat je logo en zorg ook voor een tagline, zodat mensen gelijk een indruk hebben van wat ze kunnen verwachten als ze op je website komen. Heb je gekozen voor een mooie foto om mee te beginnen, plaats hier dan tekst overheen zodat je eerste boodschap gelijk over komt. Een slider (meerdere afbeeldingen die afwisselend worden getoond) is erg populair, maar houd er wel rekening mee dat een slider je website erg vertraagt en een trage website kost je bezoekers en dus klanten.



4. ZICHTBAAR OP SOCIAL MEDIA

Welke social media je inzet is allereerst afhankelijk van waar jouw doelgroep zich bevindt. En als tweede is belangrijk om die social media kanalen te kiezen waar jij wat mee hebt. Als jij foto's maken met je smartphone niet leuk vindt, je niet privé wilt zijn en jezelf niet wilt laten zien, dan is Instagram voor jou geen goed sociaal medium bijvoorbeeld. Ik neem even kort alle vormen met je door, zodat je daar zelf een keuze uit kunt maken. Hou voor ogen dat de inzet van social media een belangrijk onderdeel is van je marketing. Dus kies verstandig en wijs niets bij voorbaat af.

Facebook:

Voor online ondernemers met een blog is Facebook onmisbaar. Met bijna 11 miljoen gebruikers in alleen Nederland is het nog altijd het grootste sociale kanaal (naast Whatsapp). De jongere doelgroep trekt massaal weg uit Facebook, want het is natuurlijk niet cool om ook

je opa en oma op Facebook tegen te komen. Maar richt jij je niet op de jongste doelgroep 12 - 18 dan biedt Facebook je dus nog altijd heel goede mogelijkheden.

Adverteren op Facebook wordt weliswaar steeds duurder, maar als je het op een goede manier inzet dan kan je er goede resultaten mee behalen. Vooral de promotie van blogs en gratis weggevers op Facebook werkt erg goed. Je kan de doelgroep waaraan je advertentie wordt getoond heel goed targetten. Ook voor remarketing doeleinden is Facebook geschikt.





Heb je bijvoorbeeld een goed lopende webshop met redelijk wat verkeer, dan kan je de webshopbezoeker met het product dat ze uiteindelijk niet gekocht hebben via Facebook nogmaals benaderen. Je ziet, dat dit dus heel ver kan gaan.

Verder heeft Facebook mooie mogelijkheden om de interactie aan te gaan met je volgers. Denk daarbij aan 'live' gaan op je pagina, op je profiel en in een groep. En vergeet ook de mogelijkheid tot het creëren van Facebook-groepen niet. Zo'n betrokken community kan je nergens anders creëren dan op Facebook. Een Facebookgroep kan je veel geld opleveren als je het op de juiste manier inzet.

Kortom, Facebook is nog altijd een onmisbaar social media kanaal voor ondernemers.



Om meer te lezen over Facebook en het zakelijk inzetten ervan, kan ik het boek "**Vind ik leuk!**" van Facebook expert Anne Raaymakers aanraden. [Check dit boek hier.](#)





Instagram:

Instagram is dé manier om je volgers een kijkje achter de schermen te geven van je bedrijf. Je kan jezelf daar écht laten zien en de interactie aangaan met je volgers. Door filters te gebruiken over je foto's of door kleurgebruik creëer je een eenheid op je account, maar noodzakelijk is dat natuurlijk niet om succesvol te zijn op Instagram.

Zo ga je de interactie aan:

- Deel persoonlijke details uit je leven en maak overeenkomstige foto's
- Stel vragen aan je volgers, die uitnodigen tot antwoorden
- Gebruik Stories en stel ook hier vragen of doe een poll
- Maak hoogtepunten aan in een consistente stijl. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld je branding kleuren.

Instagram wordt voornamelijk ingezet voor aan de ene kant gestileerde en aan de andere kant juist voor de rauwe werkelijkheid. Alles er tussenin wordt ervaren als slappe hap en is voor volgers minder interessant. Maar wie zegt dat je tienduizenden volgers moet hebben op Instagram om daar toch succesvol te zijn? Begin er gewoon mee en kijk wat het jou brengt.

Het mooie aan Instagram is, dat branding, kleuren, filters en andere aanverwante zaken makkelijk te wijzigen zijn. Ben je niet tevreden met je feed tot een bepaald punt, dan haal je gewoon alle foto's van je account af en begin je opnieuw. Je ziet wel vaker dat een Instagram account met een paar duizend volgers maar 10 berichten heeft staan. Het kán zijn dat deze volgers gekocht zijn, maar aannemelijker is dat er gekozen is voor een nieuwe branding en de oude foto's verwijderd zijn om zo meer eenheid te creëren.



Instagram posts inplannen doe ik met Facebook Creator Studio. Heel handig!

**Pinterest:**

Pinterest is eigenlijk geen social media kanaal. Sociale aspecten als liken, hartjes of reacties zijn niet zinvol op Pinterest. Het liken en reageren kán wel, maar gebeurt zelden. Ook is hier niet aan de orde dat je iemand volgt die jou ook volgt of weer ontvolgt op het moment dat ze jou niet meer volgen, zoals bij Instagram wel vaak het geval is. Dat 'spel' wordt op Pinterest niet gespeeld en is daardoor lekker straight forward.

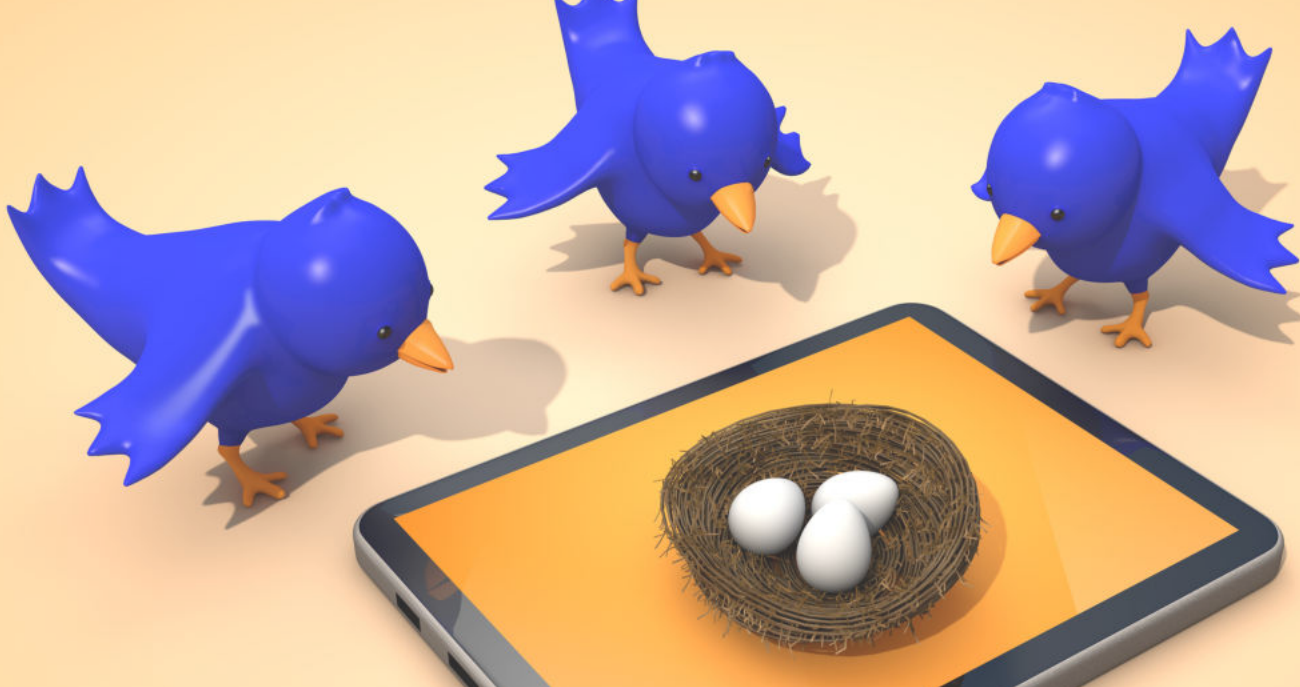
Pinterest is veel meer een visuele zoekmachine en zo dien je het ook te benaderen. Wanneer jij leuke plaatjes en content deelt met de juiste titels en beschrijvingen, gaan mensen je automatisch volgen en groeit je account in no-time.

Maak mooie verticale pins (op Canva.com kan je templates vinden en bewerken) met een goede afbeelding en plaats hierover een wervende tekst. Over het algemeen geldt dat Pins zonder tekst vaker ge-repind worden, maar dat op pins met tekst vaker geklikt wordt. En dat is uiteindelijk wat je wilt: traffic genereren naar je blogs en je websitepagina's. Bij het aanmaken van een pin is het heel belangrijk om een goede titel te kiezen en een beschrijving waarin je zoektermen verwerkt waarop je gevonden wilt worden. Beschrijvingen worden zelden goed gelezen, maar ze zijn puur om Pinterest te laten weten waar jouw pin over gaat, zodat deze je pin aan de juiste mensen kan laten zien. Ga ook op zoek naar pins van anderen die passen bij de borden die je hebt aangemaakt. Deel dus ook pins van anderen om je borden te vullen. Hoe actiever je bent op Pinterest des te meer bereik je eigen pins ook zullen krijgen.

Onderwerpen die het goed doen op Pinterest:

- Reizen (binnen- en buitenland)
- Interieur & tuin
- Knutselen (alleen en met kinderen)
- Recepten
- Kinderen (alles wat met kinderen te maken heeft)

Sinds 2019 is het ook mogelijk om op Pinterest te adverteren.



Inplannen op Pinterest:

Veel mensen vinden Pinterest erg tijdrovend om succesvol mee te zijn. Dat is het in het begin zeker. Pinterest vindt het erg fijn wanneer je dagelijks actief bent op Pinterest. Net als jij heb ik niet elke dag de tijd om Pinterest af te speuren naar leuke pins of om nieuwe pins op mijn borden te pinnen. Daarvoor maak ik gebruik van Tailwind, een heel fijne tool om mijn pins te pinnen en pins van anderen te vinden. Ook de zogenaamde "Tribes" zijn erg waardevol. Een maandelijks abonnement kost iets van 12 euro. Een proefaccount met de eerste 100 gratis pins is snel gemaakt.



[Kijk hier voor een proefabonnement op Tailwind](#)

LinkedIn:

LinkedIn is een uitstekend medium om je zakelijke blogs en je successen op te delen en je expert status te doen groeien. De LinkedIn groepen zijn over het algemeen niet heel erg actief, maar er zijn nog wel actieve groepen te vinden. Ga gewoon eens op zoek naar groepen waar jouw doelgroep zit en meld je daar aan. Ik heb zelf nog een hoop te leren over LinkedIn, dus kan je hierover niet veel zinnigs melden. Behalve dat ik Masja Slootweg aanraad om te volgen als je meer over LinkedIn wilt weten of lees een van de boeken van dé LinkedIn koningin Corinne Keijzer.



[Check hier de boeken van Corinne Keijzer over LinkedIn](#)

Twitter:

Twitter is een heel snel medium en je vindt er meer mannen dan vrouwen. Wil je het laatste nieuws volgen of heb je nieuws om te delen, dan is Twitter bij uitstek geschikt. Je kan Twitter koppelen aan je Facebookaccount en op die manier automatisch berichten van Facebook plaatsen op Twitter. Zo heb je er weinig werk aan. Dit is nou echt een medium dat ik niet leuk vind en dus links heb laten liggen. Wel geprobeerd hoor, maar het doet niks voor de traffic naar mijn website en ik "vergat" het altijd. Maar heb jij bijvoorbeeld een forum, een nieuwssite of vaak nieuwswaardigheden te delen en bestaat jouw doelgroep uit mannen, dan kan het zeker wel effectief zijn.



5. BLOGGEN: CONTENT IS KING!

Ik had al gezegd dat een blog een onmisbaar element is in je content marketing en voor je online business. Het is dé manier om jouw expertise aan de wereld te tonen. Daarnaast is het regelmatig posten van een blog op je website ook dé manier om goed gevonden te worden in Google. Google ziet dat je een actieve website hebt, waar regelmatig nieuwe content op verschijnt en gaat je website daardoor vaker "crawlen". Dat houdt in dat Google vaker even langskomt om te zien of er nog dingen gewijzigd zijn. Google houdt van actieve websites en zal deze altijd beter ranken dan een inactieve website, waarop nooit wat verandert. Een paar tips voor het schrijven van een goed blog:

- Hou je doelgroep (jouw ideale klant) goed voor ogen
- Schrijf zoals je praat, maar dan wel zonder spelfouten en in correct Nederlands 😊
- Begin je tekst met het verwoorden van het probleem van je ideale klant
- Geef daarna aan wat het resultaat is als de lezer jouw tips ter harte neemt
- Dan geef je de tips
- En tot slot schrijf je nog een conclusie en eindig je met een CTA (Call to Action).
- Houd de alinea's kort en gebruik kopjes boven alinea's in H2/H3.
- De titel van het blog moet een probleem verwoorden of jouw oplossing. Titels zijn altijd H1 en een H1 mag maar 1x voorkomen op een pagina.
- Schrijf geen clickbait titels. Kortom, maak waar wat je belooft.

En uiteraard gooi je je blog daarna de wereld in via social media en je nieuwsbrief.



SEO

Search Engine Optimization

★★★★★

6. SIMPELE SEO TIPS VOOR JE BLOG

Als je deze tips opvolgt, dan zullen je blogs beter gevonden worden in Google, trek je daarmee meer bezoekers en genereer je dus meer leads en omzet.

- Geef je titel een H1 en je tussenkopjes boven de alinea's een H2/H3
- Vermeld in je titel de zoekterm waarop je gevonden wilt worden in Google. Hetzelfde doe je in de URL van je artikel.
- Doe dat ook in je tussenkopjes (niet in elke!) en geef hierin ook synoniemen
- Plaats je belangrijkste zoekwoord in de eerste regel van je blog en het liefst zo dicht mogelijk aan het begin van de regel.
- Schrijf voor je bezoeker en niet voor Google. Het is niet de bedoeling dat je kromme zinnen gaat schrijven om maar je zoektermen zo vaak mogelijk te plaatsen. Dan haken je lezers af en gaat je geloofwaardigheid naar de maan. Daarbij is de tijd dat je lezer tijd spendeert op je pagina ook een rankingsfactor voor Google.
- Gebruik afbeeldingen en filmpjes in je blogs. Daardoor is de bezoeker langer op je pagina.
- Sla de afbeelding op je computer op en verwerk hierin je zoektermen, dus géén cijferreeks. Comprimeer je afbeeldingen via een tool als tinypng.com
- Gebruik je de afbeelding in je tekst, geef deze dan een alternatieve tekst oftewel alt-tag mee en zet ook hierin de zoektermen
- Doe aan bronvermelding. Heb je je informatie uit bijvoorbeeld een website van de overheid, zet er dan een link in voor meer informatie. Wanneer je linkt naar websites met een hoge autoriteit, dan waardeert Google je artikel des te meer. Zorg er alleen wel voor dat de link opent in een nieuwe pagina, zodat je bezoeker makkelijk terug kan naar jouw blog.
- Plaats interne links in je blog naar andere blogs op pagina's met meer informatie. Hierdoor kan Google verbanden leggen. Link je vanuit meerdere blogs naar 1 groot blog, dan zal Google dit blog als "belangrijk" bestempelen en deze hoger ranken.

Als je bovenstaande tips uitvoert én regelmatig blogt, dan zal je zien dat je blogs steeds beter door Google worden opgepakt en deze traffic op gaan leveren. En doordat je elk blog afsluit met een CTA, zal het je omzet verhogen.



7. PASSIEF INKOMEN GENEREREN

Elke ondernemer wil graag dat de inkomsten doorlopen als zij of hij even op vakantie en aan dat eerder genoemde zwembad ligt. Op het moment dat je uurtje factuurtje blijft werken, kan dat niet. Je moet dan in je uurtarief rekening houden met de weken die je niet werkt. Veel makkelijker is het als je maandelijks kan rekenen op een bepaalde omzet. Een omzet die gewoon doorloopt zolang jij af en toe energie steekt in de marketing.

Dat passieve inkomen genereer je door het ontwikkelen van een online training of online programma. Vrijwel elke online ondernemer die diensten aanbiedt, kan zo'n online programma ontwikkelen. Het kost wel wat tijd en ook geld om het goed te doen. Maar als het eenmaal staat, dan heb je er weinig omkijken meer naar behalve de periodieke updates en de marketing.

Start met de ontwikkeling van je online programma of cursus gewoon laagdrempelig en ontwikkel van daaruit. Hou je cursussen overzichtelijk en maak ze niet te lang. Heeft je klant je eerste online programma doorlopen, dan wil die wellicht een stapje verder. Dus zorg ervoor dat je online trainingen elkaar kunnen opvolgen of elkaar aanvullen.

Je kan je online trainingen in verschillende categorieën onderverdelen. Zo is er de online training voor de klant die graag zonder ondersteuning de cursus wil doorlopen, je kan een iets hoger geprijsde variant aanbieden, waarbij je ook een Facebookgroep biedt voor onderlinge ondersteuning en een high-end variant waarbij je je klant coacht naar het gewenste resultaat. Door je klant 3 keuzes aan te bieden, zal het vaker voor de middelste of high-end optie gaan. Hier voelt de klant dat het meer waarde ontvangt en wil hiervoor ook betalen.



8. JE WEGGEVER/FREEBIE

Het regelmatig schrijven van een blog is een manier om je expert status te laten zien. Een andere manier is het aanbieden van een zogenaamde gratis weggever ook wel freebie genoemd: oftewel een klantmagneet.

Een klantmagneet kan zijn:

- Een e-book
- Een webinar
- Een checklist
- Een challenge
- Een gratis adviesgesprek
- Toegang tot een besloten Facebookgroep
- Een lijst met tips
- Een website advies
- Een week/maandplanner of contentplanner
- Enz...

Mijn freebie: 10 tips voor een succesvol blog is een e-book van meer dan 3.000 woorden. Zo gek hoef jij het natuurlijk niet te maken. Een checklist van 1 A-4tje is net zo prima, zolang het maar waarde biedt.

Een gratis weggever is dé manier om je e-maillijst te laten groeien en je diensten en producten te verkopen. Waarom jouw e-mail lijst zo belangrijk is, vertel ik je in tip 9.





9. KLANTEN EN OMZET MET E-MAIL MARKETING

Onmisbaar als online ondernemer is e-mail marketing. Je opgebouwde e-mail lijst is dé asset van je onderneming. De constante factor waar jij op kan rekenen als Google weer eens een update draait en jouw website opeens daalt in de Google resultaten of als Facebook weer eens zijn algoritme verandert waardoor je Facebookposts nog maar aan een handjevol volgers worden getoond. De enige marketingfactor die je zelf in de hand hebt, is dus je email lijst. Richt je inspanningen op het vergroten van die lijst en het op een goede manier benaderen van je doelgroep. Dat gaat je betalende klanten opleveren.

Wil jij je events, je coachingtrajecten, je challenges, je online trainingen en je 1-op-1 gesprekken verkopen, dan is het verstandig email marketing in te zetten. Je hebt daarvoor verschillende programma's die jou daarbij kunnen helpen. Zo is er Mailchimp, dat een prima manier is om te starten met de opbouw van je mailinglijst. Maar Mailchimp is niet makkelijk te doorgronden en je kan daarmee veel minder segmenteren dan met bijvoorbeeld een programma als Active Campagne/Mailblue en Autorespond.

Ik heb nooit gewerkt met Active Campagne of Mailblue dus kan niet goed beoordelen of dit een heel goed systeem is. Je hoort er veel goede verhalen over. Ik koos voor Autorespond, omdat dit programma ook een geïntegreerd betaalsysteem heeft wat stabiel is voor je website, de laadtijd van je website niet vertraagt én het is volledig in het Nederlands met een Nederlandse helpdesk. Ik kan best Engels, maar als ik een probleem heb, dan wil ik gewoon even klagen in het Nederlands. Dat gaat gewoon veel makkelijker 😊.

Nog een paar tips voor een succesvolle e-mail marketing:

- Maak een algemene lijst aan waarin alle inschrijvers komen van je gratis weggever(s), klanten én mensen die zich rechtstreeks hebben ingeschreven voor je nieuwsbrief. Daarnaast heb je lijsten van mensen die zich specifiek voor iets hebben aangemeld. Op die manier kan je gesegmenteerd mails sturen aan verschillende groepen.



- Noem het geen nieuwsbrief, maar verzin een iets creatievere naam. Zo heb ik de nieuwsbrief van mijn blog website4mama.nl – News4Mama genoemd en heet de nieuwsbrief van Blogger by Nature – Blog & Business tips.
- Plan elke keer voor minstens een maand van tevoren in.
- Zorg ervoor dat niet elke mail een zakelijk aanbod bevat. Deel ook een persoonlijk verhaal, een tip, een pas geschreven blog en werk zo toe naar een aanbodmail.

Stuur je alleen maar zakelijke mails, dan haken je lezers af en zullen ze zich afmelden van je lijst.



Ben je op zoek naar een goed e-mail marketing programma, [check dan hier eens die van Autorespond.](#)





10. CONTENT MARKETING

Vrijwel alles wat hierboven besproken is, is onderdeel van je content marketing. Het belangrijkste binnen je content marketing is de planning. Wanneer je een online training wilt lanceren over x aantal maanden, dan zal al je communicatie hierop gericht moeten zijn. Je moet erop rekenen dat je 1 persoon 7x benaderd moet hebben met een bepaalde boodschap voordat deze een bepaalde interesse ontwikkelt en uiteindelijk mogelijk een betalende klant wordt. Dus dat betekent dat je content moet plannen.

Vooral wanneer je niet 1 online training, maar daarnaast ook nog een weggever, een event en een nieuwe dienst wilt lanceren, zal je goed moeten plannen wat je wanneer deelt.

Crossposting:

Heb je een blog geschreven, deel deze dan op Facebook, op LinkedIn, maak er een Insta post en story van en deel je blog in een nieuwsbrief. Dat is met 1 blog, waarin ongetwijfeld jouw Call to Action staat, al weer 6 content uitingen. Heb je een weggever te promoten, doe daarmee hetzelfde. Zet het op Facebook, maak er een Facebook advertentie van, deel je weggever op Instagram, op LinkedIn en natuurlijk in je nieuwsbrief. Vergeet vooral die laatste groep nieuwsbrieflezers niet, want zij zijn al jouw warme doelgroep. Een groep met mensen die al eerder iets bij je gekocht hebben, meegedaan hebben aan een challenge of een andere weggever hebben aangevraagd.

Daar komt dan ook weer het nut van een goed e-mail marketing systeem om de hoek kijken.



TOT SLOT

Dit waren mijn 10 stappen naar een succesvolle (online) business met meer klanten en meer omzet.

Ik hoop dat je na het lezen van dit e-book voldoende tips en trics ontvangen hebt om ermee aan de slag te gaan en dat het je business zal helpen. Dat je hiermee je website kan verbeteren en van bezoekers klanten kan maken zonder al teveel inspanningen. Laat je website voor je werken! Via het werkboek kan je een en ander concreet in praktijk brengen. Vergeet dus niet het werkboek door te nemen en de opdrachten te maken.

Zoek je meer verdieping op het vlak van de genoemde onderwerpen? Wil je eens echt het naadje van de kous weten over e-mail marketing of zou je graag een online training of programma ontwikkelen? Meer weten over SEO of over content marketing en hoe je goede zakelijke blogs schrijft? Ik organiseer regelmatig Boost je business weekenden of 2-daagsen waar ik de beste trainers in laat vliegen.



[Kijk hier voor het Boost je business 2-daagse](#)

Is dit voor jou nog net een brug te ver, dan is wellicht het Blogger by Nature event voor bloggers en online ondernemers iets voor jou. 4 Trainingen van een uur op 1 dag, waarvan je er 3 zelf mag kiezen. Inclusief lunch, koffie/thee/lekkers en als afsluiting een gezellige borrel met bitterballen.



[Kijk hier voor meer informatie over het Blogger by Nature event](#)



Volg jij al?