



SCALE UP!!

**Hoe jij als finance consultant of interim manager
jouw netwerk kunt verzilveren
en je omzet verdubbelen
in de helft van de tijd**



Inhoud

10 – 11.15 uur

Doelen

Jouw High Level Mindset

Bepaal hoe jij jouw tijd wil besteden

Visualisatie over je vrije tijd

Hoe je de prijs kunt vragen die jouw dienst echt waard is

Kostencirkel

Korte pauze 11.15 – 11.30 uur

11.30 – 12.30 uur

Jouw High End positionering

Jouw onderscheidend vermogen

Lunchpauze 12.30 – 13.30 uur

13.30 – 14.30 uur

Je inkomen verdubbelen & je uren halveren

Korte pauze 14.30 – 14.45 uur

14.45 – 16 uur

High End Leads genereren

Jouw persoonlijke marketingplan

Q & A



Je bent 10 jaar verder

'The greatest achievements of men were at first nothing but dreams'
Napoleon Hill

- Wie ben je?
- Welke missie heb je met je bedrijf gerealiseerd?
- Wat is je jaaromzet?
- Waar ben je het meest trots op?
- Welke blokkades heb je overwonnen in jezelf, zodat je dit resultaat hebt bereikt?
- Welke talenten en eigenschappen van jezelf heb je het meest gebruikt?
- Aan welke waarden ben je trouw gebleven?
- Welke beslissingen zijn voor jou cruciaal geweest dat je zover bent gekomen?
- Wat vind je fantastisch aan je leven?
- Hoe ziet jouw ideale dag eruit?
- Hoe is de relatie met je gezin, je vrienden?
- Wat vind je het aller-, allerbeste aan wat je hebt bereikt in je leven?



Jouw High Level Mindset

Bepaal hoe jij je tijd wilt besteden (wekelijks, maandelijks, jaarlijks)

High-end ondernemen betekent dat je jezelf in staat stelt voldoende vrije tijd te hebben en dat je bedrijf dit faciliteert.

Hoeveel tijd wil je besteden aan je bedrijf en hoeveel aan je vrije tijd?

Deze tijd ga je precies inplannen in je agenda. Zo neem je regie over je vrije tijd. Minder werken vraagt namelijk om planning. Tijd voor gezin, vrienden, familie en andere belangrijke dingen sneeuwt zo niet onder.

De ervaring leert dat als je je vakantie bijvoorbeeld niet plant, het vaak niet gebeurt.

Oefening: vul je vrije tijd in je agenda in!

Je jaarplan

hoeveel weken of maanden wil je per jaar vrij?

Januari		Februari		Maart		April		Mei		Juni	
Wk1	Wk2	Wk1	Wk2	Wk1	Wk2	Wk1	Wk2	Wk1	Wk2	Wk1	Wk2
Wk3	Wk4	Wk3	Wk4	Wk3	Wk4	Wk3	Wk4	Wk3	Wk4	Wk3	Wk4
Juli		Augustus		September		Oktober		November		December	
Wk1	Wk2	Wk1	Wk2	Wk1	Wk2	Wk1	Wk2	Wk1	Wk2	Wk1	Wk2
Wk3	Wk4	Wk3	Wk4	Wk3	Wk4	Wk3	Wk4	Wk3	Wk4	Wk3	Wk4



Je maandplan

hoeveel weken per maand wil je werken?

Week 1	Week 2
Week 3	Week 4

Je weekplan

hoeveel dagen per week wil je werken?

Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag	Zondag



Je dagplan

hoeveel uur per dag wil je werken?

's Morgens	's Middags	's Avonds



Visualisatie over je vrije tijd

Stel je je leven voor als je je bedrijf zou doen in de helft van de tijd.
Wat zou je doen met die vrije tijd?





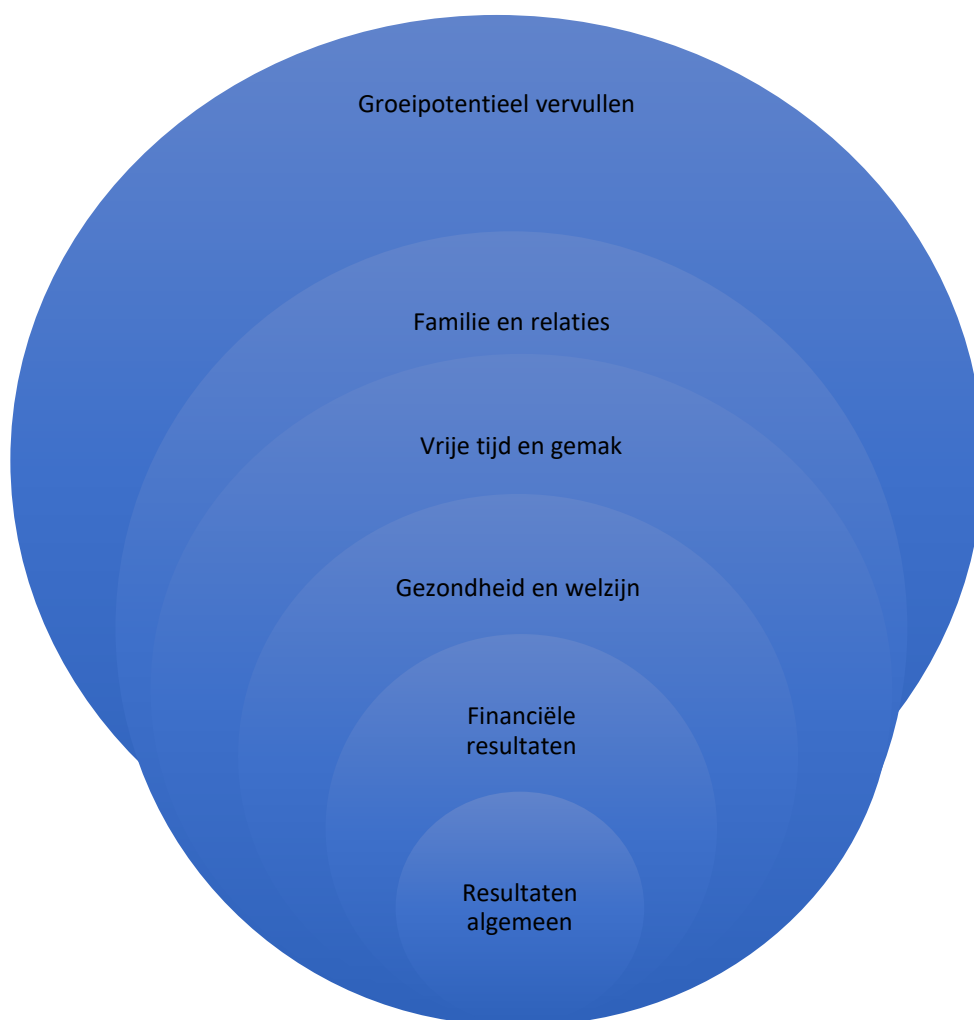
Hoe je de prijs kunt vragen die je dienst echt waard is

De impactcirkel helpt je om de waarde van je dienst echt te voelen. Je kunt zo met veel meer zelfvertrouwen een goede prijs vragen voor je dienst.

Vul in iedere cirkel in wat de resultaten zijn

1. Begin met het benoemen van je belangrijkste resultaten die je voor klanten helpt te bereiken. Zet ze in de binnenste cirkel.
2. Beantwoord nu de vraag: op welke manier hebben deze resultaten impact op de financiële situatie van de klant? Zet je antwoorden in de volgende cirkel.
3. Beantwoord nu de vraag: op welke manier hebben deze resultaten impact op iemands gezondheid en welzijn? Zet je antwoorden in de bijbehorende cirkel.
4. Beantwoord nu de vraag: op welke manier hebben deze resultaten impact op iemands vrije tijd en gemak? Zet je antwoorden in de bijbehorende cirkel.
5. Beantwoord nu de vraag: op welke manier hebben deze resultaten impact op de familie en relaties van je klant? Beschrijf de antwoorden in de bijbehorende cirkel.
6. Tot slot: geef antwoord op de vraag: op welke manier hebben de resultaten impact op de toekomst en de vervulling van hun potentieel van je klant? Zet de antwoorden in de bijbehorende cirkel.

Stel nu vast hoe groot de impact is van je werk!



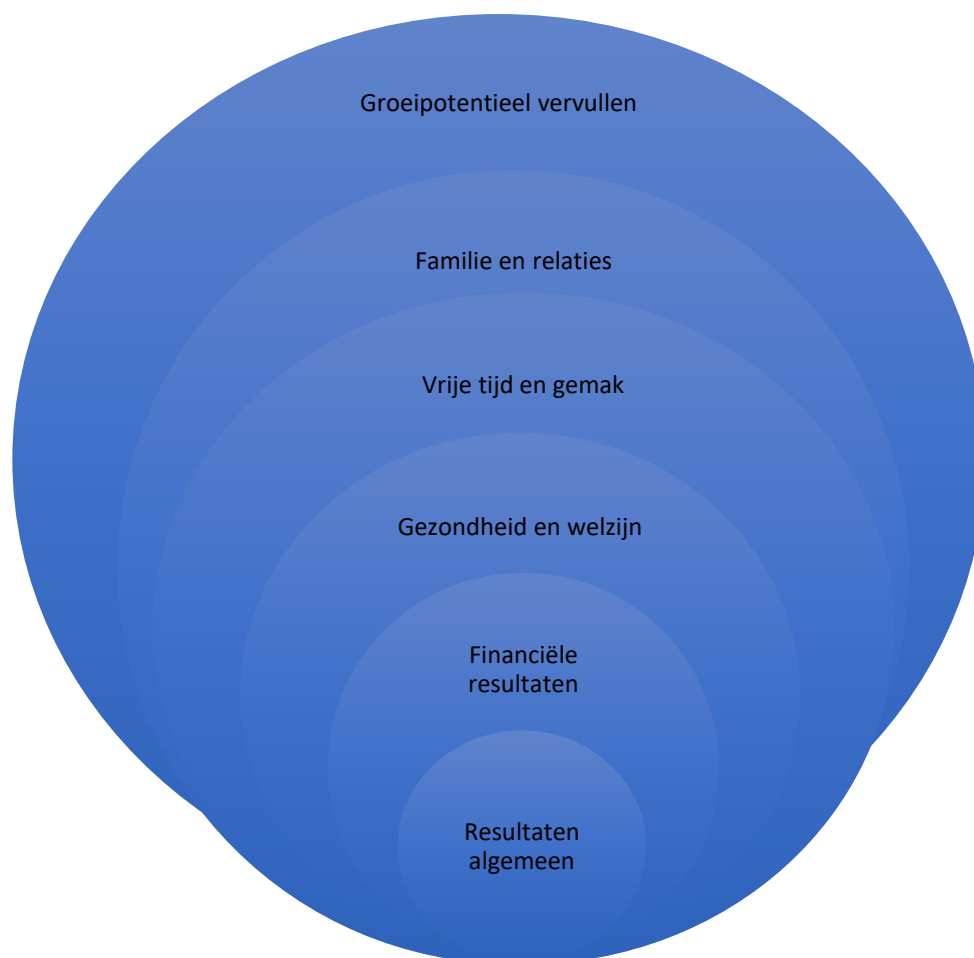


De kostencirkel

Nu je de positieve impact van je diensten hebt ontdekt, is het tijd om helder te krijgen wat het mensen KOST om je niet in te huren. Ook hiermee raak je heel goed doordrongen van de waarde van je dienst.

1. Begin om te brainstormen over verschillende belangrijke resultaten die je klanten NIET zullen hebben als ze hun probleem niet oplossen. Zet deze in de binnenste cirkel. Wees zo specifiek mogelijk.
2. Brainstorm nu, als ze deze resultaten niet halen, wat de gevolgen hiervan zijn voor de financiële situatie van de klant. Beschrijf ze in de bijbehorende cirkel.
3. Bedenk nu, als ze deze resultaten niet halen, wat dit voor impact heeft op iemands gezondheid en welzijn.
4. Bedenk nu, als ze deze resultaten niet halen, wat dit voor impact heeft op iemands vrije tijd en gemak.
5. Bedenk nu, als ze deze resultaten niet halen, wat dit voor impact heeft op hun familie en relaties.
6. Tot slot, brainstorm nu, nu je weet wat de impact als ze deze resultaten niet halen, wat dit voor gevolgen heeft voor hun toekomst en de vervulling van hun potentieel

Realiseer je nu hoe waardevol en belangrijk je dienst is voor je klanten!





Jouw High End positionering

In dit onderdeel bespreken wij jouw high level positionering.

Wat is jouw identiteit en hoe onderscheid jij je van jouw collega ondernemers?

Waar kun je nog een tandje meer doen en wat heb je al voor elkaar?

Welke factoren kunnen jou hierbij helpen en hoe kun je ze voor jezelf inzetten?

De 7 succesfactoren

- ✓ Benoem het probleem van de klant in de taal van de klant
- ✓ Positionering van het resultaat
- ✓ Laat een beeld zien van jouw ideale klant in jouw marketing
- ✓ Hoe zet jij jezelf neer
- ✓ Creëer schaarste
- ✓ Straal kwaliteit uit
- ✓ High end beleving

De kracht van testimonials

- ✓ Wat was voor jou de grootste uitdaging of te overwinnen probleem voordat je meedeed aan dit traject?
- ✓ Wat heb je geleerd om deze hindernis te overwinnen?
- ✓ Wat heb je al geïmplementeerd?
- ✓ Wat was jouw belangrijkste aha-moment in het programma (tot nu toe)?
- ✓ Wat doe je nu anders dan voordat je deelname aan het programma?
- ✓ Welke elementen maken het nu lichter voor je?
- ✓ Wat geeft jou nu meer hoop/vertrouwen tav jouw business?



Je inkomen verdubbelen & je uren halveren

Hoe pak je dat aan jouw inkomen verdubbelen en je uren halveren.
Wat is het geheim en wat betekent dit voor mijn bedrijf?

- ✓ Van uren naar resultaat
- ✓ Expertstatus
- ✓ Leiderschap
- ✓ Jouw ideale klanten
- ✓ Van 1 klant naar 3 klanten tegelijkertijd
- ✓ Meer intellectuele uitdaging
- ✓ Minder werknemersachtig
- ✓ Minder makkelijk vervangbaar
- ✓ Andere vorm van aanbod
- ✓ Andere vorm van sales
- ✓ Webinar
- ✓ Kennisdelen
- ✓ Q & A
- ✓ Werken met sjablonen, invullijsten
- ✓ Strategiesessies aanbieden
- ✓ Zie jouw waarde!
- ✓ Deeltrajecten
- ✓ Concreet en specifiek
- ✓ Logische vervolgoopdrachten
- ✓ Vooraf duidelijkheid over de kosten voor de klant



De klant is de expert in het hebben van het probleem

Jij bent de expert in het hebben van de oplossing



High Level Leads genereren

Uiteindelijk wil je een groter publiek gaan bereiken.

Hoe kun jij leads genereren bij een publiek dat jij wilt gaan benaderen, maar dat jou (nog) niet kent?

Eerst gaan we in op het algemene proces van klanten krijgen, wat is er belangrijk?

Vervolgens nemen we specifieke methodes door om klanten te krijgen, zoals met artikelen, gratis weggevers of presentaties.

Hoe je leads genereert op de meest eenvoudige manier

Het is simpel...

Je gaat aan klanten vertellen dat je er bent en dat je iets waardevols voor ze te bieden hebt. Klanten moeten weten dat je in de markt bent en dat je er voor hen bent. Als ze dat niet te horen krijgen, gaat het niet werken en dan krijg je geen klanten.

Maar hoe pak je dat aan?

Het gaat allemaal om kennen, vertrouwen en leuk vinden. Mensen kopen van iemand die ze kennen, vertrouwen en leuk vinden.

Dat is meteen een heel belangrijk onderdeel van het genereren van leads en het krijgen van klanten; Je moet er voor zorgen dat jouw potentiële klanten je kennen.

Herhaling is daarbij essentieel, keer op keer op keer... want anders vergeten mensen je ook weer.



Twee manieren om leads te genereren

✓ **Direct benaderen**

Dit is voor de mensen die jou al kennen, die jou vertrouwen en jou leuk vinden.
Dat werkt heel goed.

✓ **Gratis content**

Gratis content is essentieel voor de mensen die jou al kennen en nog belangrijker voor de mensen die jou nog niet kennen.

Gratis content zorgt ervoor dat mensen vertrouwen in je krijgen, dat ze je leren kennen en dat ze je leuk gaan vinden.

De gratis content die jij met hen deel heeft vanzelfsprekend veel waarde voor hen.

Content die belangrijk voor hen is omdat deze impact heeft op hun werk.



High Level content

Als je jouw ideale high level klant wilt binnen halen, is het van belang dat je high level content maakt en je deze content vervolgens gratis beschikbaar stelt. Dat klinkt wellicht dubbel, maar hierop gaan we uitgebreid in.

Het allerbelangrijkste is dat je weet met welke problemen, welke urgente vraag jouw ideale klant worstelt.

Als je dit weet, dan weet jij waar je hem/haar op de allerbeste manier mee kunt helpen.

Belangrijke succesfactoren zijn

- ✓ Jouw content moet overtuigend zijn
- ✓ Jouw content moet veel waarde hebben
- ✓ Jouw content moet autoriteit hebben, bv in de vorm van een stevige stelling of kerngedachte
- ✓ Jouw content moet 'super hot' zijn
- ✓ Jouw content moet transformatief zijn
- ✓ Jouw content geeft perspectief

Voorbeelden van hele effectieve gratis high level content

- ✓ Boek of een ebook
- ✓ Template / blauwdruk / checklist / plan
- ✓ PDF / rapport
- ✓ Video / videoserie
- ✓ Webinar / online masterclass



De beste manieren om leads te genereren

Uiteindelijk wil je leads genereren, wil je met jouw potentiële klant in gesprek. De beste manier om high level leads te genereren is, zoals je nu weet, het maken van content die antwoord geeft op de meest urgente vraag (of probleem) die jouw ideale klant heeft.

In jouw content geef je antwoord op deze vraag/het probleem.

Deze content kun je delen middels:

- ✓ Het geven van gratis webinars
- ✓ Het geven van presentaties
- ✓ Eenvoudige email campagnes
- ✓ Facebookadvertenties
- ✓ (gratis) webinars
- ✓ Events
- ✓ Facebook live

Nadat je deze content hebt gedeeld, geef je de aanwezigen, jouw ideale klant, de gelegenheid om met jou in gesprek te gaan.

Dat kan op allerlei manieren. Mijn favoriet is via You Can Book Me.

Maak connectie!

Tijdens het gesprek met jouw potentiële klant kun je echt connectie maken, en jouw klanten overtuigen dat jij zijn/haar probleem het beste kunt oplossen.



Jouw persoonlijke marketingplan

Activiteitenwerkblad voor de maanden en

Doelen

Inkomensdoel: €

Wat wil je aanbieden (programma/workshop/Vip-dag):

Hoeveel klanten wil je binnenhalen:

Hoeveel gesprekken wil je binnenhalen: (per week)

Hoeveel gesprekken wil je voeren: (per week)

Jouw 3 marketingacties

passieve acties om succesvol klanten binnen te halen bijv. “gratis weggever afmaken”, “lijst maken met spreekgelegenheden”, “strategiesessies oefenen”, etc. etc.

Niet meer dan 3 tegelijkertijd!

	Activiteit	Datum gereed
1		
2		
3		

Concrete wekelijkse acties om klanten binnen te halen. Maak dit meetbaar door de frequentie aan te geven.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	



Helpende overtuiging om mijn doel te halen

Voorbeelden van concrete, wekelijkse acties om klanten binnen te halen

1. Tegen 3 mensen per week mijn marketingboodschap vertellen
 2. 1 Keer per week netwerken
 3. # keer per week contact leggen met een warm contact
 4. # keer per week vragen of iemand nog een klant voor me weet
 5. # keer per week vragen of iemand op mijn mailinglijst wil komen
 6. # keer per week contact leggen met een doorverwijzer
 7. # keer per week contact leggen om een presentatie te geven
 8. # keer per week # mensen uitnodigen voor strategiesessie
 9. # keer per week # mensen per mail uitnodigen voor een event
 10. # keer per week mensen uitnodigen voor een webinar
 11. # Keer per week follow up doen bij geïnteresseerden
- etc.



Voorbeelden van overtuigingen waarmee je jezelf empowert om je doel te halen

- Het is bijzonder waardevol wat ik te bieden heb
- Ik ben het waard om succesvol te zijn
- Ik mag veel geld verdienen
- Klanten waarderen mij zeer
- Klanten zijn blij als ik contact met ze opneem
- Ik mag leren en fouten maken
- Ondernemen is een heel leuk spel
- Ik houd van mijn klanten en zij van mij
- etc.

Wat zijn jouw overtuigingen?



Het grote geheim van succes

Alles gaat werken als je het doet

Alles gaat werken als jij in actie komt

Actie wordt beloond

Actie zorgt voor magie

Heel veel succes en vooral heel veel plezier

Want als jij plezier hebt in wat je doet, volgt de rest

Eveline Nelissen

