SERITA
BOOST JE
PAARDENBUSINESS

Werkboek

Je ideale klant

WAAROM DOE JIJ WAT JE DOET?

De eerste stap bij het vinden van je ideale klant gaat over jou. Wie ben jij en waarom doe je wat je doet? Daarna kun je de focus gaan leggen naar je ideale klant.

1. Wat is jouw "waarom"

Waarom ben je begonnen met wat je doet? Waarom ben je begonnen als hoefsmid, instructeur? Wat is jou "waarom"? Misschien had jij ooit het probleem wat je ideale klant had en heb jij de holy grail gevonden?

....

2. Wat is je uiteindelijke doel?

Wat is je doel met je bedrijf? Waar wil je staan over een aantal jaar? Als je weet waar je heen wilt dan heb je een focuspunt waar je naar kan blijven kijken - bouw in kleine stapjes naar je einddoel. Alles wat je doet moet mee werken aan je einddoel.

....

3. Wat maakt JOU uniek?

Als je de concurrentie buitenspel wilt zetten moet je zoeken naar iets wat jou uniek maakt. Waarom kiezen mensen specifiek jou? Er zijn zoveel hoefsmeden, instructeurs, zadelpassers & coaches - wat maakt jouw jou?

....

JE IDEALE KLANT LEREN KENNEN

Dit wordt de bijbel voor je bedrijf. De basis van je bedrijf. Hier omheen ga je je bedrijf bouwen dus dit is het allerbelangrijkste stukje! Neem er de tijd voor!

Vind je de vragen moeilijk? Praat gewoon eens met een klant om er achter te komen wat het antwoord is.

1. Wat is je ideale doelgroep?

Het kan heel makkelijk zijn: iedereen die een paard heeft én [voeg hier het probleem in]. Maar het kan ook specifieker zijn: recreatieve ruiters gebruiken andere termen dan topsporters. De jeugd praat anders dan volwassenen. Zorg dat je weet tegen WIE je gaat praten.

...

2. Wat is hun probleem?

Voor dat ze jou nodig hebben hebben ze een probleem. Een probleem die jij kan oplossen. Ze halen hun winstpunten niet, paard gaat niet op de trailer, hun paard komt niet aan of ze ervaren problemen met het zadel. Welk probleem ervaart jouw potentiële doelgroep?

...

3. Van welk resultaat dromen ze?

Ze hebben een probleem, die heb je net opgeschreven, jij hebt een oplossing, tot welk gedroomde resultaat kunnen ze dan komen? Eindelijk het winstpuntje halen? Een paard die zonder stress de trailer op gaat? Schrijf deze dromen op zodat je ze kunt gaan gebruiken in je marketing!

...

4. Wat hebben ze al allemaal geprobeerd?

In de paardensport is het zo herkenbaar: zoveel zadelpassers al gehad - nog steeds ligt het zadel niet goed. Zoveel instructeurs verder maar ze kunnen op wedstrijd nog steeds niet fijn rijden. Sta stil bij wat je doelgroep al heeft geprobeerd voor ze bij jou terecht zijn gekomen.

...

5. Hoe kun jij de zorgen wegnemen?

Als mensen al veel geprobeerd hebben dan geloven ze er niet meer in dat jij hun wèl kan helpen. Probeer juist die zorgen weg te nemen! Waarom ben jij anders? Werk jij anders? Kunnen ze een gratis proefles krijgen? Waarom kan jij hun probleem wèl oplossen? Als je van te voren al wegneemt waar ze bang voor zijn dan wordt de kans groter dat ze klant worden. Jij begrijpt ze!

...

6. Welke woorden gebruiken zij?

Als expert duik je gauw in vaktermen die je doelgroep misschien nog helemaal niet eens kent laat staan gebruikt! Sta er dus bij stil dat ze misschien nog helemaal het begrip rechtgerichtheid snappen, gebruik woorden die je doelgroep gebruikt om het probleem te omschrijven. Zo krijg je herkenning!

Herschrijf de problemen en resultaten in de woorden van je potentiële doelgroep!

...

KOM JE ER ZELF NIET UIT?

Laat mij je helpen om te groeien!

Moeilijk he?

Niet over slaan dit werkboek hoor. AL deze vragen in dit boek zijn belangrijk en moet je beantwoorden. Als je die dingen weet én gebruik in je socials, websites, nieuwsbrieven, gesprekken dan haal je veel makkelijker klanten binnen.

Ga er echt eens een middag voor zitten, hetzij met een business buddy of een trouwe/vaste klant die je goed kent.

Heb je hulp nodig met het invullen van dit werkboek? Schroom niet om me even een berichtje te sturen dan kijk ik wat ik voor je kan betekenen.

Mijn gegevens

N: Serita Vossen
W: www.serita.nl
E: serita@serita.nl