


HOW-TO GUIDE



**De 5 beste manieren om je online
zichtbaarheid te vergroten en om meer
klanten naar je toe te trekken.**



“ERGENS SUCCES IN HEBBEN
IS MAAR VOOR ENKELEN
HET RESULTAAT VAN EEN
TOEVALSTREFFER, EN VOOR
DE MEESTEN IS SUCCES
HET RESULTAAT VAN HET
TOEPASSEN VAN EEN
BETROUWBARE STRATEGIE!”

De 5 beste manieren om je online zichtbaarheid te vergroten en om meer klanten naar je toe te trekken.

Elke ondernemer wil meer klanten die goed betalen en die prettig zijn om mee te werken, maar hoe krijg je ze? Misschien herken jij het ook... Je zit in je flow en er komen leuke kansen voorbij om nieuwe klanten te vinden: die netwerkborrel, iemand die een samenwerking aan wil gaan, die oude bekende die wil sparren over een idee of iemand die je om advies komt vragen. Leuk, al die dingen die op jouw pad komen, maar zijn het wel serieuze kansen op nieuwe klanten of zijn het gewoon afleiders? Gaat het daadwerkelijk iets opleveren of gaat het alleen maar tijd kosten?

Anno 2021 is het echt passé om van je netwerk – kennissen, netwerkborrels, vrienden en goodwill van anderen – afhankelijk te zijn voor het binnenhalen van je klanten. Je hebt zo zelf geen regie over je klantenstroom en dat maakt je kwetsbaar. Als jij niet steeds die onrust wilt hebben of je van maand tot maand wel voldoende klanten binnen gaat halen, moet je een bewezen succesvol verkoopproces hebben waarin jij de regie hebt!

Het bouwen van je eigen online netwerk en daarmee het uithangbord van je onderneming, is een must voor elke ondernemer. Zo kan je inspelen op concrete behoeftes van je klant via die zichtbaarheid en zo kun je klanten binnengelen wanneer jij dat wilt.

Wat wij vaak horen, is dat ondernemers het onder andere lastig vinden om zichzelf zelfverzekerd 'in de spotlights te zetten', te bepalen op welk kanaal ze moeten zijn, hoe vaak ze daar moeten zijn, wanneer, en met welke boodschap. Online zichtbaarheid is daarmee voor velen een hoofdpijndossier en daardoor doen deze ondernemers het helemaal niet, of op de verkeerde manier, waardoor het helemaal niets doet voor hun business. En dan roepen deze ondernemers vervolgens dat het niet werkt, maar dat doet het wel. Het is hun strategie die niet werkt!

Als jij zichtbaar bent op het juiste kanaal, bij de juiste doelgroep, met de juiste boodschap, op het juiste moment resulteert dat GEGARANDEERD in klanten. Niet omdat wij dat denken, maar omdat wij dat dus elke dag opnieuw zélf ervaren. Evenals de ondernemers die onze strategie toepassen. En hier gaan wij 5 belangrijke elementen uit die strategie met je delen zodat ook jij je zichtbaarheid gaat vergroten om zo meer klanten aan te trekken!



Op jouw succes!

Kelly & Moniek

MOONSHOT COACHING

1

De grootste fout die je kunt maken: denken overal te moeten zijn.

Ik ga je meteen een hoop tijd besparen: om klanten uit social media te gaan halen, hoef je niet op LinkedIn, Facebook, Instagram en YouTube te zitten en daarnaast ook nog een podcast te hebben. Sterker nog, ik wil juist dat je dat niet doet.

Waar veel ondernemers op alle vlakken in hun onderneming de mist mee ingaan, is dat ze álles willen doen. Álle klanten helpen, tegen allerlei tarieven, in allerlei verschillende stappen, op alle momenten van de dag. Als iets niet alleen weinig klanten oplevert maar ook nog eens maakt dat je 24/7 aanstaat en werk en privé continu door elkaar lopen, dan is het wel denken alles te moeten doen voor iedereen. Kies je klant, kies je aanbod, kies je prijs en kies ook je kanaal. En de rest? Daar gaan we ons gewoon helemaal niet meer mee bezighouden.

Je wordt doodgegooid met 'focus'-quotes en statements wanneer je iets over ondernemerschap leest, terwijl je nooit eens concreet ziet wat focus nu echt inhoudt. Nou, dat is dus het volgende: niet alleen weten waar je 'ja' tegen zegt, maar ook heel goed weten waar je 'nee' tegen zegt. Wat je allemaal niet meer gaat doen. Wie je allemaal niet meer gaat helpen. Wat je allemaal niet meer gaat accepteren. En ook over welke sociale media je allemaal niet meer gaat stressen, omdat daar je winst niet zit.

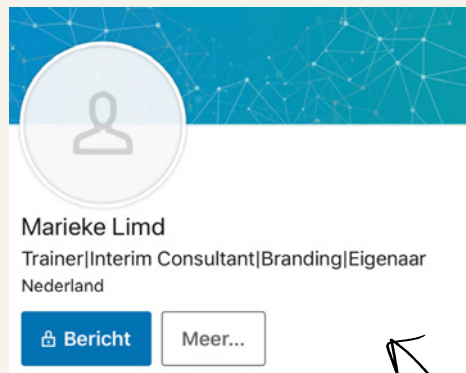
Als ik het een beetje in kan schatten, dan is jouw leven op dit moment druk genoeg. Het laatste wat ik wil, is dat jij dingen gaat doen die geen zoden aan de dijk zetten. Om écht snel te gaan knallen met online zichtbaarheid is het belangrijk op het kanaal te zijn waar jouw klant zit. Zijn dat meerdere kanalen, dan kies je het kanaal waar je het makkelijkst met jouw klant in contact komt.

Ik help ondernemers groeien in klanten, focus en vrijheid. Die ondernemers zitten op vrijwel alle socialmediakanalen, maar in grote getalen zijn ze aanwezig op LinkedIn en met mijn zakelijke aanbod bereik ik ze het makkelijkst op een zakelijk kanaal. Mag jij 3 x raden op welk socialmediakanaal ik mij focus qua zichtbaarheid? Juist, LinkedIn. Vraag je dus af: wie is mijn klant? En als diegene zijn of haar telefoon erbij pakt, naar welk platform gaat diegene dan? Is het Facebook? Is het YouTube? Is het Instagram? Dan zorg ik dat ik daar ga zijn. En die andere kanalen laat ik lekker voor wat ze zijn.

Onthoud: Liever één ding goed doen, dan heel veel dingen half. Kwaliteit boven kwantiteit.

2

Als je klant niet snapt wat je doet, waarom zou die dan ooit met je werken?

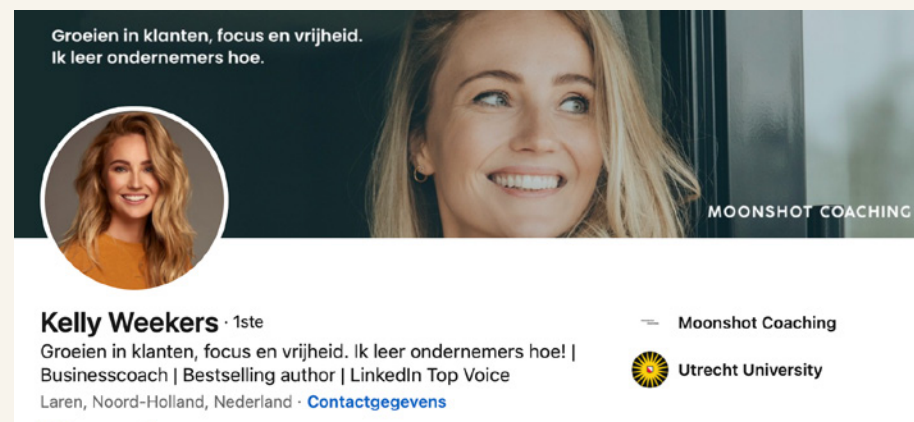


Ziet jouw profiel er ongeveer zo uit? Je naam met daarachter een paar vage termen? Rode vlag! Te vaak kom ik totaal nietszeggende omschrijvingen tegen op socialmediaprofielen van ondernemers. Dan zie ik een paar vage termen staan die mij als leek helemaal niets zeggen. Of er staat alleen 'coach' of 'ondernemer' zoals er nog honderdduizenden zijn. Of wat namen van de kinderen en een quote. In het ergste geval 'gezellig' aangekleed met allemaal emoticons. Het zal mij een raadsel zijn wat er bij diegene te koop is. Terwijl ik misschien wel een potentiële klant ben die heel erg geholpen zou zijn met die expertise!

Wanneer je zelf niet goed kan duiden wat je verkoopt of wat je klantbelofte is, hoe moet je klant dan weten waarvoor die jou in moet schakelen? Een klant wil vooral weten; what's in it for me? Zorg dat je dat duidelijke communiceert op de plek waar het direct zichtbaar is. Zorg dat iemand in één oogopslag een idee heeft van wat er bij jou te halen is.

Als ik je zou vragen 'kan je me eens in één zin vertellen wat je verkoopt?', wat zeg jij dan? Of als ik je vraag 'voor wie ben jij er?', wat zeg je dan? Die antwoorden wil ik terugzien op jouw profiel. Ik help ondernemers groeien in klanten, focus en vertrouwen, dus dat is wat er staat. En uiteraard plaats ik ook een duidelijke foto van mezelf, want mensen weten graag met wie ze te maken hebben.

Onthoud: Zet de pet van je potentiële koper op wanneer je je online naar buiten toe presenteert en gebruik ook de taal die jouw potentiële koper begrijpt.



3

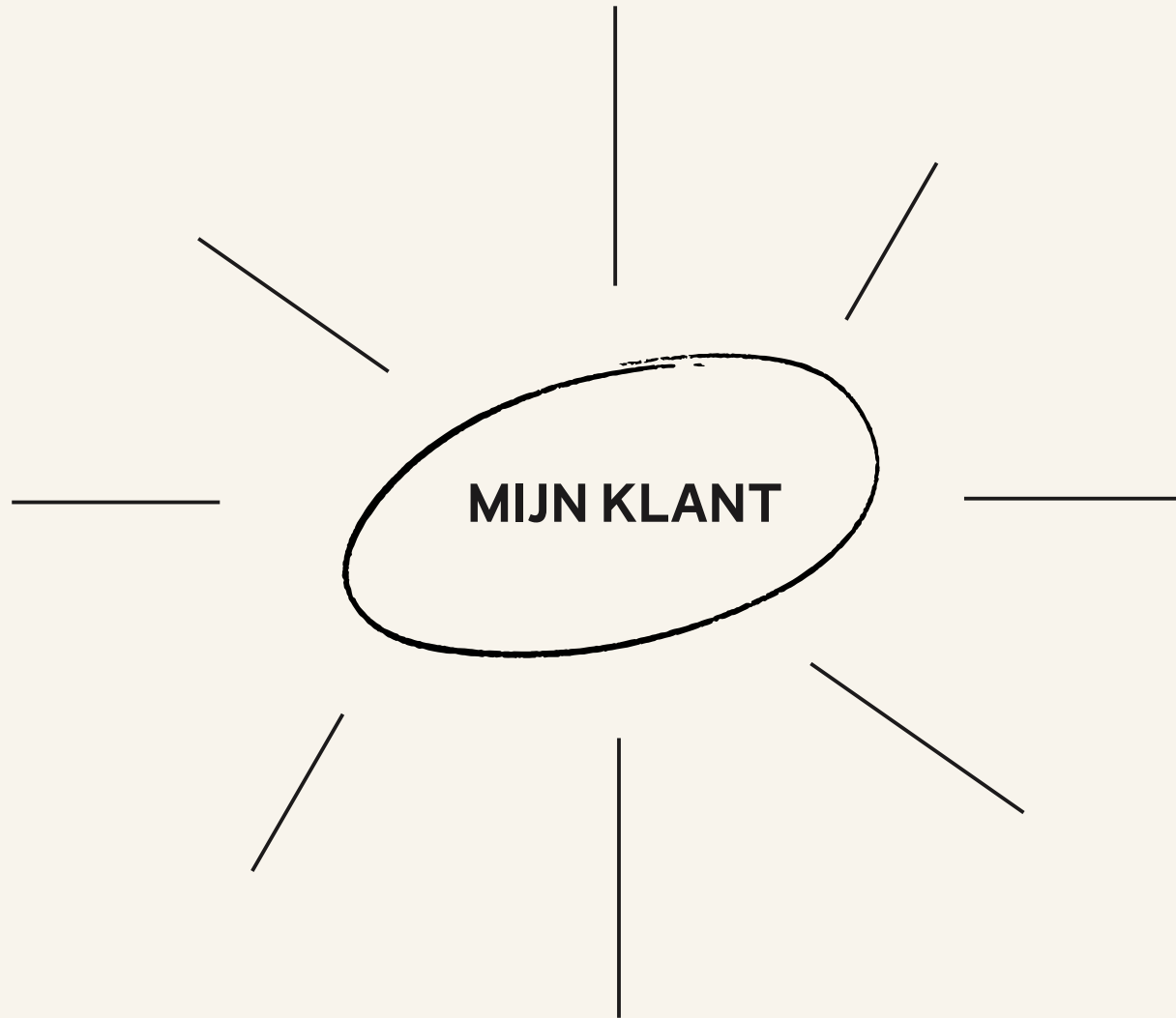
Datgene waar 99% van de ondernemers op social media compleet mee de mist in gaat.

Veel ondernemers die actief zijn op social media halen er toch niet voldoende klanten uit. De reden? Zij delen met name wat ze zélf boeiend vinden en niet wat hun klant boeiend vindt. Te veel ondernemers gaan op ego gebruikmaken van hun kanaal. Dan delen ze artikelen die hen interesseren en ze delen quotes die van toepassing zijn op hun persoonlijke leven. Leer je ego te temmen en jezelf naar achteren te schuiven. Je moet geen content maken die met jouw persoonlijke interesse te maken heeft of iets delen om te 'scoren' bij bekenden. Maak content die daadwerkelijk poen oplevert, omdat jouw klant er enthousiast van wordt! Je wilt dat je klant denkt: 'Goh, zij weet veel. Het lijkt wel alsof ze het tegen mij heeft!' en 'Als ik ook met X of Y te maken krijg, dan ga ik de hulp van deze persoon zeker inschakelen.'

Dat wil trouwens niet zeggen dat je niets mag delen over jezelf of over wat jou motiveert, maar vraag je altijd af; what's in it for them? Waarom wordt het boeiend voor je klant? Wat kan die eruit halen? Waarom zou die er enthousiast van worden?

Jij bent de expert in je vakgebied en jij weet wie jij kan helpen met je aanbod. Kruip nu eens in het hoofd van je klant. Geef je klant een naam en schrijf die naam hieronder op. En vraag je nu eens af: wat wil deze persoon weten? Waarmee ga ik diegene prikkelen? Waarmee ga ik diegene helpen? Wat voor tips wil deze persoon? Bepaal de onderwerpen waarover je het gaat hebben. Zo maak je voor jezelf overzichtelijk waarover je wel en niet deelt en zo zorg je ervoor dat jouw content altijd jouw klant prikkelt. En als die vriendin, oud-collega of je moeder het dan ook wil liken? Nou, mooi meegenomen!

Onthoud: Als jij je online zichtbaarheid wilt vergroten en meer klanten naar je toe wilt trekken, is het heel belangrijk om te stoppen met praten over wat jij boeiend vindt en te beginnen met praten over wat je klant boeiend vindt!



4

Klanten komen niet naar jou, jij moet naar je klanten komen!

Te veel ondernemers verwachten dat klanten vanzelf aan gaan kloppen. Vanzelf naar hun website gaan. Vanzelf voor hun deur staan. Vanzelf aan ze denken. NEE! Jouw klant heeft geen zin om verstopperij te spelen. Jouw klant is druk genoeg en heeft 0,0 zin om jou te zoeken. Sterker nog, voordat je klant gaat zoeken, heeft de concurrent zich al tig keer laten zien. Precies daar waar jouw klant altijd is: op social media.

Echt iedereen zit tegenwoordig de godsganse dag op z'n telefoon, zo ook jouw klant. Wat is de plek waar jij moet zijn? Juist, social media. Op jouw kanaal. En wees dan niet één keer zichtbaar, maar keer op keer op keer.

Het is pertinent ónmogelijk te groeien in zichtbaarheid en meer klanten naar je toe te trekken wanneer je sporadisch een post plaatst en dan weer weken verdwijnt. Zorg ervoor dat je continu zichtbaar blijft in het hart van je niche. Zorg ervoor dat je met consistentie gaat posten, plan het in en doe het! Het slechtste wat je kan doen als ondernemer, is wachten op motivatie. Creëer gewoon routines, zodat je het niet langer laat afhangen van of je er wel zin in hebt. Eigenlijk is succesvol ondernemen niets minder dan doen wat veel anderen niet doen: consistent zijn.

Voor mij staan alle momenten waarop ik content maak en daadwerkelijk post in mijn agenda. Gebruik onderstaand schema en plan jouw momenten – minstens twee keer per week – waarop jij zichtbaar zult zijn. Geen smoesjes, niet verzaken! En vergeet daarbij wederom niet jouw klant: wanneer is deze actief? Als jij je richt op moeders, dan is op woensdagmiddag (wanneer de kinderen vrij zijn) iets posten, vrij onhandig. De kans is groot dat de moeders dan druk in de weer zijn. Als jij je richt op mensen in loondienst? Dan is het onhandig op momenten te posten waarop ze aan het werk zijn; dan werkt de ochtend en avond beter. Nogmaals, met wat je ook doet in je onderneming, verplaats je áltijd in je klant.

Onthoud: Niets gaat je zo veel klanten opleveren als jij de juiste strategie hebt én consistent zichtbaar bent in het hart van je niche. Maar, heel belangrijk, daarvoor moet je er dus wel echt zijn!

MAANDAG

08:00
10:00
12:00
14:00
16:00
18:00
20:00
22:00

DINSDAG

08:00
10:00
12:00
14:00
16:00
18:00
20:00
22:00

WOENSDAG

08:00
10:00
12:00
14:00
16:00
18:00
20:00
22:00

DONDERDAG

08:00
10:00
12:00
14:00
16:00
18:00
20:00
22:00

VRIJDAG

08:00
10:00
12:00
14:00
16:00
18:00
20:00
22:00

WEEKEND

08:00
10:00
12:00
14:00
16:00
18:00
20:00
22:00

NOTITIES

5

Je hebt maar 3 seconden om het verschil te maken, zo laat je de concurrentie achter je!

Om je online zichtbaarheid echt te gaan boosten en die klanten aan te trekken is het essentieel dat je DIRECT de aandacht pakt van jouw potentiële klant. Te vaak zie ik ondernemers saaie lappen tekst posten met een wazige, donkere foto. Realiseer je dat het online enorm druk is. Zie het als een feestje waar iedereen staat te schreeuwen om aandacht. Hoe val jij op?

Het is dus niet alleen belangrijk te weten waar je het over gaat hebben (tip #3) en dát je regelmatig gaat posten (tip #4), maar ook dat je dat op een manier gaat doen die opvalt. Wetenschap heeft aangetoond dat je maar 3 seconden hebt om de aandacht te pakken van iemand die door een timeline scrollt. Binnen een paar seconden moet jij iets doen waardoor iemand de moeite gaat nemen door te lezen in plaats van verder te scrollen.

Zorg dat je je stijl aanpast op je klant. Creëer, wederom met jouw klant in gedachten, een stijl die je klant keer op keer gaat herkennen. Zo staan wij bekend om onze praktische, no-nonsense aanpak en deze stijl voeren we ook door in de tips die we geven en in de schrijfstijl die we hanteren. We beginnen onze posts vaak met een pakkende zin die maakt dat je door wilt lezen (de kracht van copywriting) en voegen vaak een knallende foto of quote toe, omdat mensen puur psychologisch gezien sneller 'aan gaan' op een gezicht of felle kleur. Inhoudelijk gaan onze verhalen zoals je inmiddels weet, over datgene wat onze klant boeit en we posten, zoals je inmiddels ook weet, consistent.

Onthoud: Zorg dat je continu zichtbaar blijft met jouw eigen herkenbare stijl én deel praktische tips die je potentiële klant waarde bieden. Maar let op, geef nooit je echte expertise gratis weg. Je wilt je klant prikkelen op je aanbod en tonen dat je know how hebt, maar voor wat je hun echt te bieden hebt mogen ze uiteindelijk natuurlijk betalen!

[Lees de
hele post
hier.](#)



Een jaar op mijn geld wachten, dat nooit meer!

Hoezo moet een factuur achteraf worden betaald? Als het voor beide partijen helder is wat je gaat doen en welke waarde je gaat leveren, vind ik dat de klant vóóraf moet betalen.

Toen ik net ondernemer was, heb ik weleens ruim een jaar gewacht op mijn geld. Van deze situatie heb ik geleerd en ik nam mij destijds voor: dit ga ik nooit meer doen!

Die desbetreffende klant kwam verbaasd bij mij terug: 'Moniek, er is geen nieuwe sessie ingepland...?' Ik antwoordde vastberaden: 'Het spijt i ... meer weergeven

   889 · 125 commentaren


[Lees de
hele post
hier.](#)

Ik startte op LinkedIn met 393 volgers en kreeg gemiddeld 2 likes op een post.

Het was 2017 en ik besloot helemaal voor dit platform te gaan.

Nu heb ik meer dan 75.000 volgers, gaan mijn posts regelmatig door de miljoen views en ben ik benoemd tot LinkedIn Top Voice van Nederland. Geweldig om te zien wat er in 3 jaar kan gebeuren!

Veel zelfstandig ondernemers laten social media links liggen omdat ze denken dat het alleen voor influencers, 'grote namen' of privé zaken is. Maar kijk eens naar LinkedIn, dat gaat een steeds belangrijker rol spelen ... meer weergeven

   457 · 20 commentaren





Wil jij ook jouw business opschalen en in vrijheid ondernemen?

Wij werken maar met een selecte groep ondernemers samen, omdat wij hun onze volledige, persoonlijke aandacht bieden. Op dit moment zitten wij vol.

Wil jij het als eerste weten wanneer wij weer een plek hebben voor een ondernemer in onze businesscoaching? Schrijf je dan via onderstaande knop in voor de wachtlijst en geef in de vragenlijst aan waarom je graag met ons wilt samenwerken.

[Schrijf jezelf hier in voor de wachtlijst.](#)