

MY BRAND

**Marketing & Strategie
word een sterk merk!**

**ONLINE
BUSINESS
GROWTH**



COACHING & IMPLEMENTATIE

Mijn verhaal

Sommige kinderen weten al van jongs af aan wat ze willen worden. Pilot, juf, brandweerman etc. Ik was niet zo, nee wanneer iemand mij vroeg “wat wil je later worden?” dan keek ik de persoon in kwestie alleen maar vriendelijk aan. Ik dacht dan “laat ik mijn school eerst maar goed afmaken dan zien we wel verder”.

Waarom ik dat dacht? School was voor mij niet eenvoudig. Ik was niet zo'n kind die met weinig leren hoge cijfers haalde. Nee ik moest er echt heel veel voor doen. Maar ik heb daardoor wel geleerd dat je met doorzetten en hard werken bereikt wat je wil bereiken. Bij tegenslagen ga ik toch enthousiast weer door. Naast mijn werk heb ik altijd doorgeleerd, want ik wilde blijven groeien.

22 jaar heb ik verschillende ondersteunende functies bekleed. Ik deed mijn werk altijd met heel veel plezier en de bedrijven waarvoor ik werkte waren ook tevreden. Ik groeide in mijn functie en dan werd het tijd om verder te gaan, want groeien en verder ontwikkelen vind ik persoonlijk heel belangrijk.

Alleen in loondienst in een ondersteunende functie sta je ook vaak in de schaduw van de leidinggevende. Dus toen ik in de zomer van 2013 een concept te lezen kreeg van De Academie voor Virtueel Professionals en over het opzetten van een eigen bedrijf als virtueel assistent schreef ik mij hiervoor in. Ik was de eerste student. Dit was zo'n super concept en ik zag het helemaal voor mij.

Eindelijk wist dit meisje vol trots antwoord te geven op de vraag “wat wil je later worden?” VA (virtueel assistent). Een Virtueel Assistent ondersteunt, assisteert en ontlast ondernemers, zodat zij zich kunnen focussen op hun specialiteit en daardoor hun bedrijf kunnen laten groeien. Een assistent die virtueel - dus op afstand - de uitvoering van alledaagse taken met liefde voor het vak op zich neemt.



In oktober 2013 startte de opleiding en ik begon toen ook direct vol enthousiasme met mijn eerste klant (en daar werk ik nog steeds samen mee). Dat deed ik toen nog wel naast loondienst, want nooit oude schoenen weg gooien voordat je nieuwe hebt. In augustus 2014 ben ik bewust met mijn baan in loondienst gestopt, omdat ik niet de ruimte had om nieuwe klanten aan te nemen. Sinds juni 2015 werk ik met een aantal mooie succesvolle ondernemers samen en volg ik diverse leerzame trainingen en cursussen.

Mijn klanten zijn tevreden en ik groei samen met hun naar nieuwe niveaus. Hun successen zijn ook mijn successen en dat is het mooiste dat er is. Maar ik wilde meer! Ik wilde mijn klanten nog meer kunnen bieden. Nog meer bedrijfstaken uit handen nemen, maar wat nog belangrijker is mijn klanten van advies kunnen voorzien, waardoor zij nog meer kunnen groeien en nieuwe klanten kunnen aannemen en zelfs nieuwe markten kunnen aanspreken. Coaching on the job.

Door met een team professionals te zijn gaan samenwerken garandeert Online Business Growth haar klanten meer continuïteit. Als ondernemer heb je brede kennis en ben je ook voor veel bedrijfstaken inzetbaar, maar om de klant nog beter van dienst te kunnen zijn, is specialisme nodig en dit biedt Online Business Growth met het virtueel team. Hiermee garandeer ik een gepassioneerde samenwerking op maat en wordt de klant met nog meer professionaliteit en aandacht ondersteunt.

Samen bereik je meer dan alleen.

Irene



Welkom bij de online training **My Brand**

Klanten/ondernemers worden dagelijks overstelpt met vele soorten marketingcommunicatie. Al deze communicatie-uitingen strijden om aandacht, maar slechts een klein gedeelte van alle communicatie 'raakt' de klant ook echt. Om de kans op 'raken' zo groot mogelijk te maken is een aanpak nodig met kennis van theorie en praktijk van wat werkt en wat niet werkt.

Marketingcommunicatie is voortdurend in ontwikkeling, ga dus hierin mee.

Functies van een merk voor een bedrijf

Voor je bedrijf heeft een merk een aantal functies. De belangrijkste zijn de volgende vier:

- Onderscheid
- Continuïteit
- Hogere prijs
- Gemakkelijker product- of dienstintroducties

Onderscheid

Een merk helpt een ondernemer bij het creëren van een onderscheid ten opzichte van andere ondernemers. Door dit onderscheid wordt het eigen merk minder kwetsbaar voor de concurrentie. Met name als de (technische) kennisverschillen tussen verschillende diensten of bedrijven minimaal zijn, kan de psychosociale (emotionele) meerwaarde van een merk het gewenste onderscheid creëren. De psychosociale verschillen zijn veel groter dan de instrumentele verschillen. Door deze psychosociale verschillen slaagt een merk er toch in om een zekere monopoliepositie te creëren.



Continuïteit

Sterke merken zorgen voor continuïteit, omdat tevreden klanten de dienst blijven afnemen. Een groot aantal trouwe klanten zorgt voor een constante vraag en dus continuïteit in je omzet.

Hogere prijs

Het creëren van een sterk merk vergt grote investeringen in ontwikkeling en marketingcommunicatie. Een merk die erin slaagt om een psychosociale meerwaarde te creëren, kan een hogere prijs vragen dan andere merken. Zolang er sprake is van een meerwaarde en de prijsverschillen niet al te groot worden, is de klant bereid deze meerprijs te betalen.

Gemakkelijker dienst- productintroducties

Een ondernemer die bij haar klanten een goede naam heeft opgebouwd, heeft het bij het op de markt brengen van een nieuwe dienst of product gemakkelijker dan een ondernemer die nog onbekend is.

De dienst- en productintroducties onder hetzelfde merk worden merkextensies genoemd.

Merkimago

Het is dus van het grootste belang voor een ondernemer om een goed merkimago te hebben. Dit merkimago is het beeld dat een (potentiële) klant van een merk heeft. Het horen of zien van een merk roept bij de klant een aantal associaties op. Al deze associaties samen vormen het merkimago.



De eigen ervaringen van de klant met het merk en de meningen van anderen kunnen grote invloed hebben op het merkimago. Het merkimago wordt ook beïnvloed door de mening van vrienden, burens, familieleden, collega-ondernemers etc. Dit is moeilijk te beïnvloeden.

De mogelijkheid tot beïnvloeden heb je wel met marketing-communicatie. Via je merk communiceer je met jouw doelgroep. Je bepaalt zelf met welke boodschap je klant wordt geconfronteerd. Marketingcommunicatie is daarom een belangrijk instrument voor het opbouwen en versterken van een merk.

My Brand

In de opleiding gaan we met jouw merk aan de slag en leer je hoe klanten jou en jouw bedrijf gaan vinden, zodat ze jou voor een langdurige samenwerking gaan benaderen en je niet zelf meer veel aan acquisitie hoeft te doen. In het programma leer je hoe je jezelf meer laat zien, want zichtbaarheid is vindbaarheid.

Je gaat jouw eigen merkverhaal schrijven, je leert online marketing en e-mailmarketing in te zetten, jaarplannen opstellen en doelen bepalen. Je zult dus een echte sparringpartner voor jouw klanten worden omdat je nu ook zelf weet hoe het is een sterk merk te zijn.

Heel veel succes met de opleiding!

Lieve groet,

Irene

