

MY BRAND

Werkboek - Module 6
Ideale Klant

**ONLINE
BUSINESS
GROWTH**



COACHING & IMPLEMENTATIE

De Ideale klant en hun hangplekken

"Wie is jouw ideale klant?"

We zijn nu toe aan het bepalen van je ideale klant. Je hebt jezelf in kaart gebracht en je hebt je passie beschreven dus kun je heel goed aangeven waar jij in het ondernemen voor staat. En daarmee trek jij dus je ideale klanten aan, want zij kiezen voor jou en voor jouw manier van denken, leven en werken.

Want hoe specifieker jij benoemt met welke klanten jij graag werkt, voor wie jij er kunt zijn en welk type klant jij het beste kunt helpen, hoe meer klanten jij gaat aantrekken. Want juist dit type klant begrijpt wat jij zegt, zij zullen zich in jouw boodschap herkennen. Wanneer je in je uitingen naar buiten toe niet duidelijk communiceert wie jouw ideale klanten zijn, ga je op in de massa en dat wil je natuurlijk niet.

Het is niet eenvoudig om te kiezen, een niche te bepalen, op wie ga jij je richten? Vaak zeggen ondernemers "ik richt mij op iedereen. Ik wil niemand uitsluiten, want dan mis ik klanten". Maar om zelf gekozen te worden moet ook jij kiezen!



Niet iedere online ondernemer durft deze keuze te maken en wel om de volgende drie redenen:

1. Ik heb omzet nodig, dus ik zeg 'Ja' tegen deze opdracht. Het gevolg is dat je all-round bezig bent en geen specialisme ontwikkelt.
2. Ik wil mijn klanten niet teleurstellen, dus stel ik mijzelf maar teleur.
3. Ik heb mijn niche nog niet helder en misschien wordt dit wel mijn ideale klant.

Wanneer jij wel een keuze maakt en hiermee duidelijk naar buiten communiceert, dan reageren de juiste en gewenste klanten.

Stel dat je ieder type ondernemer als klant zou hebben. Ben je dan in staat iedereen te helpen? En ook nog eens op een kwalitatief goede manier?

Nee, dat lukt niet. Even los van het feit dat het qua tijd niet mogelijk is, is de kans ook groot dat je met mensen werkt die jou alleen maar energie kosten en waar je geen plezier uit haalt.

Je doel is juist om alleen te werken met klanten waar je het allerliefste mee werkt en waar je energie van krijgt. Die jou waarderen om je kennis en expertise. En die jouw kwaliteiten (h)erkennen en daarvoor willen betalen.



Keuzes maken is belangrijk, het levert heel veel op.

Door te kiezen voor een bepaald type klant, krijg je namelijk een enorme aantrekkingskracht op klanten.

Kiezen voor een bepaalde type klant heeft de volgende voordelen;

- Klanten gaan je als expert zien.
- Je gaat je steeds meer inleven in jouw type klant: je weet wie ze zijn, wat hun problemen zijn en je weet hoe jij ze kunt helpen.
- Klanten ervaren dat ze bij jou het beste af zijn, omdat jij je in hun hebt gespecialiseerd.



Opdracht 1: Beschrijf jouw ideale klant

Neem een bestaande of oude klant, die je heel goed hebt geholpen en die jou veel energie heeft gegeven. Geef haar of hem een naam. Dus echt een klant waarvoor je met plezier uit bed stapte en aan het werk ging.

Mocht je nog niet hebben samengewerkt met zo een klant, neem dan een persoon die je kent en die het beste voldoet aan je beschrijvingen.

Wat is het type klant waar je het allerliefste mee zou willen werken?

Is jouw klant een man of vrouw?

Wat is zijn/haar leeftijd (bijvoorbeeld tussen de 25 en 60 jaar)?

Wat is zijn/haar achtergrond/opleiding?

Wat is de gezinssamenstelling van jouw klant? Getrouwd, samenwonend of alleenstaand? Wel of geen kinderen?



In welke branche werkt jouw klant?

Wat voor werk doet hij/zij? Wat is zijn/haar functie?

Wat is de omzet van jouw klant?

Wat zijn eventueel de hobby's van jouw klant?

Wat voor een levensstijl heeft jouw klant?

Energiegevers: van welk type klant krijg jij energie?

Wat voor soort klanten maken jou blij?



Wellicht helpen hierbij ook je ervaringen van de afgelopen jaar of jaren: wat waren goede “klantervaringen” en wat waren minder goede. Ga dat eens na per klant. Wat maakte de ene klant plezierig werken en de andere niet?

Wat is de zorgvraag van jouw klant, waar hebben zij behoeften aan en schrijf deze uit?

Met welk probleem zit jouw ideale klant? Wat is zijn of haar ‘pijn’? En wat is nodig om het probleem op te lossen? Kortom, waar heeft jouw type klant behoefte aan?



Maak heel duidelijk hoe jij deze ideale klant kunt helpen, wat jij voor hem/haar kunt betekenen.

Beschrijf op welke manier jij deze ideale klant kan assisteren. In fase 1 van dit programma heb je al aangegeven waarin jouw toegevoegde waarde ligt, maar wellicht kun je deze nog aanscherpen of aanvullen met je dienstverlening. Want doordat jij weet wie jouw ideale klant is, kun jij jouw diensten hierop afstemmen.



Opdracht 2: Vul nu de ‘hangplekken’ van jouw ideale klant in

Wat zouden goede offline plekken zijn om jouw ideale klant te ontmoeten en deze te spreken?

Bijvoorbeeld netwerk, businessclub, ondernemersvereniging...

En online?



Opdracht 3: Moodboard

Maak een moodboard van jouw ideale klant. Plak op een groot vel (of maak hem in Canva) in het midden een afbeelding van een persoon die jou doet denken aan jouw ideale klant.

Knip uit tijdschriften of zoek afbeeldingen en teksten etc. die betrekking hebben op jouw klantprofiel die jij bij opdracht 1 hebt beschreven.

Als je moodboard klaar is deel hem dan in de Facebookgroep en hang het thuis op, daar waar je het vaak ziet.

