

Impact Marketing

Dit boek draag ik op aan mijn overleden vrouw Jolanda.

En aan Marina ten Wolde, mijn vriendin en levenspartner,
beste maatje en businesspartner.

IMPACT MARKETING

**Hoe houd je koers in een steeds
veranderende online wereld**

Paul Beens



Uitgever: S2uitgevers

Tekst: Denise Hulst, Maarn

Redactie: Marinus Vermeulen

Correctie: Monique Mulder

Ontwerp omslag: Douwe Hoendervanger grafisch ontwerp ^{lid bno}

Vormgeving binnenwerk: Douwe Hoendervanger grafisch ontwerp ^{lid bno}

Druk en afwerking: Tipoprint BV

ISBN 978-94-92528-50-6

NUR 802

Eerste druk, juni 2020

Copyright © Paul Beens, 2020

Als je dit boek onder de scanner of het kopieerapparaat legt, vraag je dan even af of dit recht doet aan alle uren werk die aan dit boek zijn besteed. Het overnemen van kleine stukjes tekst voor gebruik in kleine kring is geen probleem. Bedrijven, overheids- en onderwijsinstellingen die een deel van de tekst willen kopiëren kunnen een bijdrage overmaken aan Stichting Reprorecht. Twijfel je hierover of wil je foto's of (delen van) dit boek overnemen voor commerciële doeleinden, neem dan contact op met de uitgever.

www.S2uitgevers.nl

INHOUD

VOORWOORD **MIJN WHY** — 9

Jaren van rouw en gesappel — 11

Product Launch Formula — 13

Het kantelpunt — 15

Missers maken en hulp vragen — 17

Alle stukjes van de marketingpuzzel — 18

Give them what they need — 19

Mijn true north — 21

Enter — 22

INLEIDING **IMPACT MARKETING** — 25

Overleef een crisis — 28

Valkuil 1. Vasthouden aan oude stijl van ondernemen — 28

Valkuil 2. Geen actueel, eigen relatiebestand — 29

Valkuil 3. Een fixed mindset — 31

Online marketing en succes — 35

Beter koken, of meer eters? — 37

Mannen weten minder dan ze denken — 38

Vrouwen kunnen meer dan ze denken — 40

Hoop is geen hulp — 41

IMPACT MARKETING

Kom in beweging met het Business Journey

Growth Model — 43

Van potentieel naar actie — 47

Het Business Journey Growth Model — 49

Fase I: Helder product — 52

Stap 1 Je ideale klant — 52

Stap 2 Je unieke boodschap — 52

Stap 3 Je onderscheidende product — 52

Fase II: Funnel framework — 53

Stap 4 De funnelstrategie — 53

Stap 5 De autoriteitversterker op je landingspagina — 53

Stap 6 Een scorende advertentie — 54

Fase III: Klanten aantrekken — 54

Stap 7 Social proof — 54

Stap 8 Een inspirerende strategiesessie — 54

Stap 9 Conversieverdubbelaar — 55

FASE I HELDER PRODUCT — 57

Stap ❶: Je ideale klant — 59

Aan de slag met Google — 61

Beschrijf je ideale klant — 62

Omschrijf zijn pijn en frustraties — 64

Omschrijf zijn angsten — 66

Omschrijf zijn doelen en verlangens — 67

Omschrijf zijn dromen en ambities — 69

Stap ❷: Je unieke boodschap — 70

Outside-in of inside-out? — 71

INHOUD

Schrijf je unieke boodschap — 72

Stap 3: Je onderscheidende product — 74

Een roadmap maken — 75

Opschalen met je online programma — 78

FASE II FUNNEL FRAMEWORK — 83

Stap 4: Je funnelstrategie — 85

Know, like en trust — 85

De perfecte lead magnet — 86

Quizzzen — 87

Stap 5: De autoriteitversterker op je landingspagina — 90

Je landingspagina — 91

Je bedankpagina — 92

Je autoriteitsvideo — 93

E-mailadressen verzamelen — 94

Stap 6: Een scorende advertentie — 95

FASE III KLANTEN AANTREKKEN — 99

Stap 7: Social proof — 101

Stap 8: Een inspirerende strategiesessie — 101

Een belscript — 103

Rapport creëren — 104

Inzoomen op de droom — 105

Vragen om commitment — 106

Stap 9: Conversieverdubbelaar — 106

SLOTWOORD **AAN DE SLAG** —109

Bepaal je koers — 111

Maak je eigen planning — 112

Maak je eigen roadmap — 114

Schakel hulp in — 114

Masterclass — 115

BIJLAGE 1 **TOOLS EN TECHNIEK** —117

Wordpress — 119

Funnel — 120

Agendaplanners — 121

Gegevens achterlaten — 121

Een online shop — 122

Facebook-account — 122

Video — 123

Prompters — 124

Grafisch ontwerp en huisstijl — 124

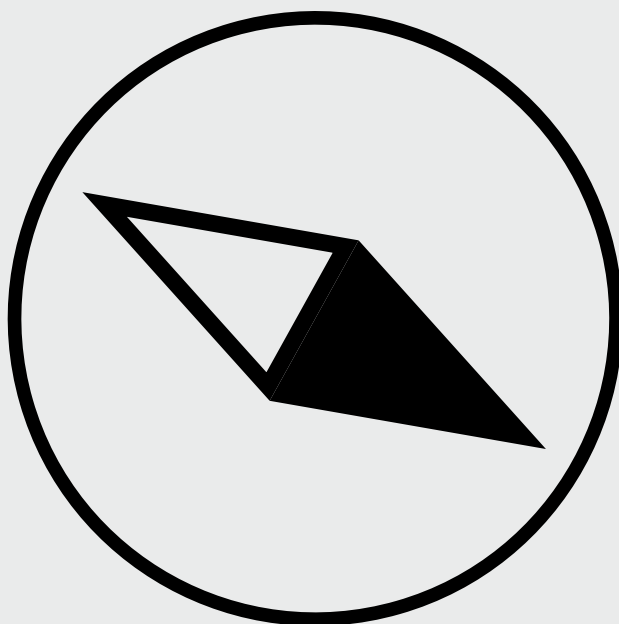
BIJLAGE 2 **NIEUWE ONTWIKKELINGEN** —127

Gamificatie — 129

Webinars — 130

DANKWOORD —133

VOORWOORD MIJN WHY





Ik zit aan mijn bureau en leg de telefoon neer. De ondernemer waar ik zojuist een lang coachingsgesprek mee heb gevoerd, zag het niet meer zitten. Het was het soort gesprek dat ik de afgelopen weken al vaker heb gevoerd. Eigenlijk, denk ik, is het nog veel erger dan ik dacht ...

Ik pak mijn kladblok en blader nog eens door de verslagen die ik van al mijn gesprekken heb gemaakt. Veel zelfstandige ondernemers die ik de afgelopen tijd gesproken heb, vertellen me hetzelfde verhaal over hun business. Dat ze tienduizenden euro's geïnvesteerd hebben om alle kennis en vaardigheden te vergaren die ze nodig hebben om hun vak goed uit te oefenen, maar dat ze er desondanks niet in slagen om voldoende klanten te werven. Degenen die wel voldoende omzet draaien, doen dat door heel erg hard te werken en heel erg veel uren te maken. Het realiseren van een goede, stabiele business lijkt onhaalbaar voor de meeste starters, net zoals een gezond evenwicht tussen inspanning en resultaat. En dan heb ik het nog niet eens over het creëren van wat financiële ruimte en wat meer vrije tijd. Het verhaal van de coachee die ik zojuist heb gesproken, raakt me. Ook ik heb ooit in een situatie gezeten die weinig hoopvol was.

Jaren van rouw en gesappel

Mijn gedachten dwalen af en ik zie mezelf weer zitten aan de keukentafel: het is zeven jaar geleden. Na een aantal jaren van intense zorg was ik door het overlijden van mijn vrouw in een groot emotioneel en zakelijk vacuüm terechtgekomen. Ik was in

diepe rouw en ik schoot op de meest ongemakkelijke momenten vol van verdriet: een liedje op de radio, een tv-programma waar we graag samen naar keken, de feestdagen die eraan kwamen. Ondertussen glipte alles wat ik had opgebouwd door mijn vingers. De opdrachten liepen terug en ik was niet in staat om de inspanning te leveren die nodig was om de boel weer vlot te trekken. Ik was opgebrand. Ik voelde me machteloos en alleen. Nadat ik alle 'luxe spullen' uit mijn huis verkocht had om mijn medewerkers nog te kunnen betalen, wist ik een ding zeker: het was tijd om het roer om te gooien. Ik had alleen geen flauw idee welke richting ik op moest gaan. Er volgde een lange periode van stuurloos ronddobberen. Ik ging sporten als een idioot, maar daardoor groeide alleen de omvang van mijn bovenarmen en niet die van mijn bankrekening.

Gelukkig helpt het universum ons soms een handje. Eens in de zoveel tijd kom je iets tegen waarvan je in een split second weet dat dát het is wat je nodig hebt. Tijdens een wat doelloze scroll-sessie op Facebook viel mijn oog op een advertentie. 'Product Launch Formula' las ik. En nu, vijf jaar later, is Jeff Walker, de bedenker van Product Launch Formula, mijn zeer gewaardeerde businesspartner en online marketingcoach.

Als marketeer wist ik al een hoop over het onderwerp en toch was ik nieuwsgierig naar de manier waarop hij zijn kennis inzette. Hij leek het compleet anders te doen dan ik gewend was. Ik was langs de financiële afgrond gescheurd en het was me, on-

danks mijn gedegen kennis van marketing en mijn ervaring in de marketingbranche, ternauwernood gelukt om mijn business overeind te houden. Natuurlijk, de dood van Jolanda was daar voor een groot deel debet aan. Maar ik besepte ook dat de tijden in rap tempo veranderd waren, en dat ik, wilde ik opnieuw succesvol zijn, mijn koers moest verleggen.

“When life knocks you down, try to land on your back. Because if you can look up, you can get up.”

— Les Brown

Product Launch Formula

De Product Launch Formula is een speciale methode die door Jeff Walker ontwikkeld is. Met deze methode kun je succesvol online producten en diensten lanceren: dat kunnen bijvoorbeeld trainingen zijn, maar ook andere diensten en tastbare producten. Zeg maar gerust: alles waar je een prijskaartje aan kunt hangen. Het was glashelder voor mij: dit moest ik gaan

doen. Ik was compleet platzak. Maar, als je iets graag wilt, word je vanzelf creatief en ik wilde dit echt heel, heel erg graag. Ik ging in gesprek met twee van mijn vriendinnen die ook ondernemer zijn en na lang praten heb ik hen overtuigd om samen met mij de online cursus van Jeff Walker te kopen.

Zo was er een nieuw begin. Ik kocht de online cursus. Ik beet mij erin vast. In de maanden die volgden, werkte ik me een slag in de rondte. Ik stond ermee op en ik ging ermee naar bed. Ik testte dingen uit, maakte fouten en probeerde het opnieuw. Ik maakte alle fouten die er te maken waren en leerde het dus op de moeilijke manier. Daardoor ontdekte ik wel precies wat wel werkt en wat niet. Ik was vastbesloten om er een succes van te maken. En ik wist dat het zou gaan lukken.

Naast de Product Launch Formula van Jeff Walker, heeft het werk van Aaron Fletcher, Brendon Burchard en Frank Kern mij geïnspireerd om mijn eigen product te ontwikkelen en het online aan te bieden. Ik lanceerde geheel volgens de principes van Jeff een online cursus voor mensen die zelf websites wilden leren bouwen. En dat mislukte. De basis van online marketing is volgens Jeff het hebben van een goede e-maillijst met de juiste adressen. En ik had inderdaad een e-maillijst met een paar duizend namen. Best veel dus, maar er was er geen een bij die mijn online cursus over websites kocht. Het was een typisch geval van de klok horen luiden, maar niet weten waar de klepel hangt. Veel mensen op je mailinglijst hebben, is helemaal geen

garantie voor succes. Je moet de *goede* mensen op je lijst hebben. Ik had dus nog veel te leren.

Ondanks het feit dat ik veel tijd, energie en geld had geïnvesteerd in mijn online cursus voor het bouwen van websites, besloot ik ermee te stoppen. Ik zou van voren af aan moeten beginnen met het bouwen van een goede adressenlijst. Maar dat wilde ik niet. Het schuurde, ik vond het niet leuk genoeg. Dus dit was mijn eerste misser.

Het kantelpunt

Toen kwam ik een businesscoach tegen die gespecialiseerd was in gewichtsbeheersing. Zij wilde een cursus ontwikkelen en die via internet aanbieden. Dat leek mij een goed idee. Ik besloot haar te helpen met het lanceren van haar online cursus op de Jeff Walker-manier. We bewerkten het complete programma uit de VS voor de Nederlandse markt, en na opnieuw enkele maanden van voorbereiding lanceerden we haar gloednieuwe marketingcampagne. De resultaten waren goed en ze verdiende voor het eerst in maanden weer geld! Het gaf mij geweldig veel voldoening om te zien hoe zij van een sappelende ondernemster veranderde in een succesvolle, zelfstandige zakenvrouw.

Toen ik meer omzet begon te maken doordat ik in staat was om meerdere individuele ondernemers te helpen om hun bedrijfsresultaten te verbeteren, investeerde ik mijn eerste winst direct in mijn eigen professionele ontwikkeling. Voor ik het wist, zat ik in

het vliegtuig op weg naar Phoenix, Arizona, om deel te nemen aan een live trainingsweek met Jeff Walker en zijn team.

Het was een geweldige week. Nooit eerder heb ik me zo gesteund gevoeld. Het idee dat je gedragen wordt als mens en als ondernemer door een groter geheel, waarbij iedereen erop gericht is om je boven jezelf uit te laten stijgen en je te laten groeien, gaf mij een intens gevoel van blijdschap. Ook het samenwerken aan hetzelfde doel, namelijk het leven van anderen mooier maken, gaf me een enorm gevoel van vervulling. Beter dan dat kon het niet worden voor mij. Daardoor was deze week het kantelpunt in mijn leven.

“Edison failed 10.000 times before he made the electric light. Do not be discouraged if you fail a few times.”

— Napoleon Hill

Missers maken en hulp vragen

Ik sprak in de VS met veel andere coaches die aan de trainingsweek van Jeff Walker deelnamen. Velen hadden hetzelfde probleem: het ontbrak ze allemaal aan structuur in de manier waarop ze hun business hadden vormgegeven. Ze snapten niets van de techniek en ze vonden het daardoor ook niet leuk om ermee te werken. De hoeveelheid informatie die over marketing beschikbaar was vonden ze bovendien allemaal overweldigend. Marketing gaat immers tegenwoordig over alles: branding, zichtbaarheid, administratie en klantbeleving. Het vergaren van kennis over marketing 'nieuwe stijl' is daarom essentieel om succesvol te kunnen ondernemen.

Ondernemers hebben onderling altijd het gevoel dat ze hun bedrijfsresultaten beter moeten neerzetten dan ze in werkelijkheid zijn. En dat ze vooral ook moeten roepen dat het allemaal prima gaat. Wanneer je je als ondernemer kwetsbaar opstelt door open te zijn over je missers en je problemen, kan dat immers tegen je gebruikt worden. Daar moet je voor oppassen. Maar, dat is eigenlijk best raar. Je leert nu eenmaal meer van je missers dan van je successen. Van je successen leer je hoe je heel snel, heel veel geld kunt uitgeven. En als je je problemen niet erkent, lijkt er ook geen urgentie om om hulp te vragen. Terwijl de ongenadige werkelijkheid is dat iedereen nu eenmaal op zijn tijd hulp nodig heeft. De meest waardevolle les die ik heb geleerd is dus dat je op tijd hulp moet vragen.

Terug in Nederland daalde het besef in dat ik nooit uit mijn persoonlijke en financiële crisis was gekomen, als ik niet het besluit had genomen dat ik stappen moest zetten en hulp moest vragen. Het was me enkel en alleen gelukt om mijn situatie te veranderen door het inschakelen van iemand anders, die meer verstand van bepaalde zaken had dan ikzelf. Toen ik het complete plaatje overzag, veranderde werkelijk alles. Ik realiseerde mij dat een Product Launch Formula-cursus zoals ik die in eerste instantie van Jeff gekocht had, op zichzelf niet genoeg was en dat de coaches en ondernemers die ermee wilden werken ook een goede begeleiding nodig hadden. Ze moesten stap voor stap door het proces worden geloofdst. Dat was de enige manier waarop ze ook werkelijk het eindresultaat zouden kunnen halen dat ze voor ogen hadden: een bloeiende praktijk met voldoende opdrachten, zonder dat ze daar de hele tijd mee moesten leuren.

Alle stukjes van de marketingpuzzel

Twee grote problemen bij online marketing zijn de hoeveelheid informatie die erover beschikbaar is en de techniek die ervoor nodig is om het goed te doen. Een spanningsveld dat er van oudsher was, bestaat nog steeds: aan de ene kant staan de traditionele reclamebureaus die niets van internet willen weten en aan de andere kant staan de snelle internetboys die denken dat ze marketing kennen. Daartussen zit een gat. Er zijn in Nederland bijna geen bureaus die op specialistisch niveau kennis van marketing hebben én die de techniek kunnen leveren die ervoor nodig is om een goede marketingstrategie uit te rollen. Aanbie-

ders hebben vaak maar een aantal stukjes van de grote puzzel en sommige stukjes die ze aanbieden horen bij een andere puzzel, niet bij de marketingpuzzel.

Als marketeer ben ik volwassen geworden in het 'oude' tijdperk: je levert de offertes die je gemaakt hebt aan de typekamer. Vandaaruit worden ze verstuurd en de afdeling Sales noteert wanneer er nagebeld moet worden. Exact zoals we geleerd hebben in de boeken van Philip Kotler over de vijf P's: prijs, product, plaats, promotie en ... Ik ben in die traditie gepokt en gemazeld, maar ik ben ook meegegroeid in de hele transformatie naar online marketing. Ik begrijp de marketingkant, ik weet er nagenoeg alles van, ik ben technisch onderlegd en ik weet exact welke stappen, in welke volgorde genomen moeten worden om tot een resultaat te komen. Ik voorzie ondernemers in de antwoorden die ze nodig hebben om marketing te begrijpen zodat ze alleen de stukjes gaan gebruiken die hen echt helpen.

Give them what they need

Ondertussen sprak ik ook met zzp'ers in Nederland. Velen van hen hebben geen nagel om hun kont te krabben. Ze zijn sterk op de inhoud, maar slecht in ondernemen en helemaal slecht in marketing. Was het niet veel logischer om met alles wat ik van Jeff had geleerd en de ervaring die ik had opgedaan met mijn eigen lanceringen, ondernemers in Nederland te helpen? Uiteindelijk kende ik die markt het best en had ik de kennis in huis om het ondernemerschap en dus het leven van kleine ondernemers

daadwerkelijk naar een hoger plan te tillen. Ik wist als geen ander wat het betekent om te moeten sappelen. Hoe het is om je met je tanden aan de rand van de kade vast te moeten bijten om niet te verzuipen en failliet te gaan. Ik wist hoe het is om de hypotheek niet meer te kunnen betalen, en om te moeten kiezen tussen benzine tanken of 's avonds iets te eten op tafel zetten. En hoe belangrijk het is dat je tijdig om hulp vraagt en dat je die ook aanneemt als deze zich aandient.

Ik besloot om masterclasses in Nederland te gaan geven en daar zelf klanten voor te werven. En toen was het simpel. Met de quote van Jeff in mijn achterhoofd: 'Sell them what they want, but give them what they need', ontwikkelde ik een online marketingprogramma voor zelfstandige ondernemers. Zo is mijn eerste online traject met groepscoaching ontstaan. Omdat ik alles online deed, ook de individuele coachingssessies, kon ik ook coaches, trainers en adviseurs uit de VS, Canada en Engeland laten deelnemen. En nee, mijn Engels was niet perfect, maar het was goed genoeg om ze goed te kunnen helpen. Binnen een jaar na de online cursus van Jeff had ik een verlies van 30.000 euro per jaar omgedraaid naar een winst van 100.000 euro. En dat alleen door anderen te helpen. Dat gaf mij een groot gevoel van voldoening.

Mijn true north

Zonder dat ik het in de gaten had, had ik mijn eigen kompas weer gevonden. Na maanden van hard werken, zat ik op een zondag met een kop koffie aan de keukentafel. Ik keek naar buiten, ik zag de blauwe lucht, de zon. Ik voelde me tevreden en voldaan. Ik had de afgelopen maanden veel klanten geholpen. Ik had het verschil gemaakt in het leven van anderen. Ik had iets bijgedragen aan het verbeteren van de levensomstandigheden van een groot aantal mensen. En op dat moment realiseerde ik me, dat ik mijn eigen *true north* gevonden had.

Voor mij staat als een paal boven water dat ik op een leuke manier geld wil verdienen. En dat betekent dat ik andere mensen verder wil helpen. En als het met mijn klanten beter gaat, waaiert dat ook uit naar de mensen om hen heen, of dat nu hun partners, hun kinderen, hun familie of hun vrienden zijn. Dat maakt het nog leuker en nuttiger. Ik weet uit eigen ervaring hoe belangrijk het is om op het juiste moment de juiste hulp van de juiste mensen te krijgen als het niet goed met je gaat, persoonlijk of met je business.

Mensen willen iets bereiken. Ze hebben doelen en verlangens. Ze hebben toekomstdromen. Ik laat ze zien dat het mogelijk is om een eind in de richting van die gedroomde toekomst te komen. Weliswaar misschien niet binnen drie maanden, maar zeker wel binnen een paar jaar. Of je nu een succesvolle business wilt bouwen waarmee je mensen helpt die angsten hebben, een

start-up bent, of een consultant, of dat je een bepaald product produceert, voor al deze ondernemers geldt: als je kunt doen waar je het meeste plezier in hebt, dan is dat geweldig. Zeker als je ook in staat bent om daar een inkomen mee te genereren.

Het is prachtig om te zien hoe ondernemers de transformatie doorgaan van een leven van alle dubbeltjes omdraaien naar een leven waarin ze ruimte en financiële vrijheid ervaren. En ik weet als geen ander hoe het is om van het een naar het ander te gaan. Het resultaat wat deze ondernemers realiseren, is waar ik het voor doe. Hun beloning is mijn beloning. Het is heerlijk om daaraan bij te kunnen dragen. Ik wou dat ik op het moment dat ik financieel *rock bottom* had geraakt, zelf zo'n coach had gehad.

Mijn droom is dat ik met mijn online masterclasses een community kan creëren van mensen die elkaar helpen en elkaar blijven optillen als het gaat om ondernemerschap. En dat dat helpen en optillen zich niet beperkt tot de periode waarin ze mijn programma volgen, maar dat deze community een blijvend fundament onder hun business kan worden, van waaruit ze elkaar blijven steunen, inspireren en motiveren.

Enter

Mijn wijsvinger zweeft boven het toetsenbord. Het blijft spannend, elke keer weer. Ook al weet ik dat ik weer een bepaald aantal mensen in mijn groep erbij zal krijgen. Ik heb het er warm

VOORWOORD **MIJN WHY**

van. En dan druk ik op 'Enter'. Ik heb een begin gemaakt met het creëren van een nieuwe groep mensen waar ik mee aan de slag ga. Ik verheug me nu al op de transformatie die zij door zullen maken.