

Source:

<https://app.jointherealworld.com/chat/01GVZRG9K25SS9JZBAMA4GRCEF/01HT0ZRPCGEZD5TH229GRE2PXG/courses?lesson=JDUiZcOt&module=01HP3TKG047Q32CAGJSC6X6HD0&course=01HP3TK5CDFMD3YH97RFGTS035&category=01HP3TH232BC056WZ7P33KATM5>

Headline:

How to really reach your customer (advise that's never been told)

Outline:

- This is why most people fail (goes about people not reaching the target audience).
- Why you need to stand out.
- How to find the right way to target your ideal customer.

I will be writing this in Dutch because my company is Dutch.

Hoe kom je echt bij een klant binnen (advies dat nooit verteld word)

De reden dat de meeste mensen nooit hun doelgroep bereiken.

-Veel mensen proberen voor hun bedrijf te adverteren, en hiervoor maken zij dan ook hun eigen advertenties. De tekst die hier in zit bedenken ze meestal zelf of laten ze maken door chatgpt (doe dit alsjeblieft niet! Dit is een punt waar ik nog een keer over zal praten).

Het probleem dat zij meestal ervaren is dat hun advertenties niet bij de doelgroep aankomen, maar meer een ergens rond blijven hangen. En dit wil je natuurlijk niet. De reden hiervoor is dat de tekst in jouw advertentie vaak bijna hetzelfde is aan jouw concurrentie.

Neem de huizenmarkt bijvoorbeeld. Alle makelaren gebruiken 1 van de 2 reclame praatjes. Ze kunnen simpel gaan en zeggen: Verkoop je huis bij ons! Simpel en makenlijk maar niet effectief. De 2de zin die ze gebruiken is: Bel ons en wij taxeren jouw huis gratis.

Een andere zin in de makelaars markt ga je moeilijk vinden. En dit is in bijna alle markten. Als je kort naar de advertenties van jouw concurrenten kijkt zul je een simpel patroon zien. Iedereen kopieert van elkaar.

De simpele oplossing hiervoor? Zorg ervoor dat jouw advertentie gericht staat op wat de klant wil. Als we het makenlaars voorbeeld nemen. In plaats van de standaard

zinnen. Richt je op de pijn die jouw klant ervaart. Zij willen zo snel mogelijk van hun huis af, dus zorg ervoor dat je daarop richt. Niet op jouw bedrijf, het draait altijd om de klant. Een klant boeit het niet welk bedrijf het doet, als het maar snel en makkelijk gedaan word.

Waarom is het belangrijk om uit te staan in jouw markt?

-Om ervoor te zorgen dat je de beste resultaten krijgt, moet je ervoor zorgen dat jij boven de competitie uitstaat. Als mensen kijken naar bedrijven in jouw markt, en ze zien iedereen hetzelfde simpele gedoe doen, behalve jij. Dan zullen zij meer geïnteresseerd zijn in jouw bedrijf omdat ze nieuwsgierig zijn gemaakt. Wat doe jij dan anders?

Als je eenmaal deze aandacht hebt, word het ook steeds makkelijker om klanten binnen te krijgen omdat jij populairder bent dan de competitie.

Hoe vind je de juiste woorden om jouw doelgroep te bereiken?

-Om de juiste woorden te vinden om jouw doelgroep te bereiken zul je eerst moeten weten wat het probleem is van jouw doelgroep. Waarom zijn ze aan het zoeken in jouw markt. Wat drijft hun?

De beste manier om hierachter te komen is kijken naar reviews. Zowel van jouw eigen klanten als klanten van je concurrentie. In reviews laten mensen vaak weten welk probleem het opgelost heeft. En hoe het opgelost is, dat is een extra bonus puntje als je een wat langere advertentie schrijft.

Google is je beste vriend. Zorg ervoor dat je goed begrijpt waarom jouw mogelijke klanten in jouw markt zitten. En spreek die pijn aan. Zorg ervoor dat wanneer iemand met dat probleem jouw advertentie leest en denkt: ja dat probleem heb ik, hoe los jij dit op?

Als je eenmaal deze interesse hebt, verkoopt het product zich meestal vanzelf.

Vraag jij je af hoe wij jou hierbij kunnen helpen? Neem gerust contact met ons op via niels@toemenmedia.nl

Nog nooit eerder verteld advies voor jouw advertenties!

Waarom jouw advertenties niet werken!

-Veel mensen adverteren voor hun bedrijf, maar ze maken allemaal dezelfde fout! Iedereen doet hetzelfde dus jouw markt is overvloed met identieke advertenties. Jij moet uitstaan van de rest!

Bijna alle advertenties die je ziet zijn allemaal hetzelfde. Neem bijvoorbeeld de huizenmarkt. Alle makelaars gebruiken 1 van de 2 reclamepraatjes. Ze kunnen simpel gaan en zeggen: Verkoop je huis bij ons! Simpel en makkelijk, maar niet effectief. De 2de zin die ze gebruiken is: Bel ons en wij taxeren jouw huis gratis.

Een andere zin in de makelaarsmarkt ga je moeilijk vinden. En dit is in bijna alle markten. Als je kort naar de advertenties van jouw concurrenten kijkt zul je een simpel patroon zien. Iedereen kopieert van elkaar.

Waarom het belangrijk is om uit te staan.

-Wat je je dan misschien afvraagt is waarom moet je uitstaan? De reden is simpel! Als jij uitstaat van je competitie, zul je meer aandacht krijgen van de potentiële klanten in jouw markt. Die aandacht kun je dan weer omzetten in klanten.

Een extra voordeel van meer aandacht hebben is dat hoe meer aandacht je hebt, hoe makkelijker je nieuwe klanten binnen krijgt. Je bent al populairder in de markt dus klanten zullen sneller vertrouwd zijn met jou en sneller van jouw kopen dan van jouw concurrentie.

Hoe vind je de juiste termen om jouw doelgroep te bereiken?

-Om jouw doelgroep te bereiken moet jij weten wat hun triggerd. Waarom zijn zij in jouw markt aan het kijken? Welk probleem proberen zij op te lossen?

De simpelste manier om dit te doen is door middel van reviews te bekijken, zowel de reviews van jouw als van jouw concurrentie.

In reviews laten mensen vaak weten waarom het product zo fijn is, en welk probleem het voor hen heeft opgelost. En dat laatste stukje heb jij nodig.

Om jouw doelgroep te bereiken moet je in jouw advertentie meteen het probleem aanspreken. Mensen die het probleem hebben denken meteen 'hey, dat probleem heb ik. Ik ben benieuwd wat voor oplossing deze advertentie biedt.' En als ze het probleem niet hebben zullen ze er ook verder geen tijd aan hoeven te besteden. Dat

zorgt ervoor dat alleen mensen die echt geïnteresseerd zijn met jouw in contact komen, en dan verspil jij minder tijd.

Wil jij weten hoe ik jullie hiermee kan helpen? Stuur gerust een berichtje naar niels@toemenmedia.nl .