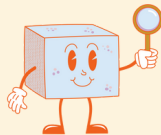


e-book

De meest gemaakte fouten in digitale strategie

Een gids voor ondernemers die genoeg hebben van gladde marketingtactieken waarvoor je al je principes in de vuilbak moet gooien



Over mij

Ik ben Katinka.

Ik ben digitaal strateeg voor ondernemers met een purpose.

Ik ben een wereldverbeteraar en idealist tot in de kern die geheel toevallig in de reclamewereld terecht kwam.

De klassieke marketing draait alleen om meer, meer, meer en het doel heiligt **alle** middelen.



Ik geloof hier niet in!

Met 11 jaar ervaring in marketing en digitale strategie heb ik alle kennis om impact te maken en ik wil die kennis inzetten om ondernemers te helpen wiens hoofddoel het is om de wereld te verbeteren, niet om zo veel en zo snel mogelijk geld binnen te harken.

In dit e-book heb ik een lijst gemaakt van de fouten die ik het vaakst zie voorbijkomen op vlak van digitale strategie. Fouten die ervoor zorgen dat je weinig impact hebt en de moed gaat verliezen.

Het goede nieuws is dat de oplossing simpel is en dat het **niet** is wat je al zo vaak gehoord hebt, namelijk: meer en sneller!

Je doet waarschijnlijk te veel en te snel. Vertragen is de boodschap.

Dus maak een lekkere kop thee en laat de info in dit e-book rustig tot je komen.



Marketing kan goed voelen

Marketing is een tool die *jij* inzet hoe *jij* wilt.
Het is jouw missie, jij bent de baas.

01 Je doet te veel tegelijk

Als je niet oplet dan ga je al snel denken dat je alles moet doen: heel erg aanwezig zijn op alle social media, elke week een interessante nieuwsbrief uitsturen, een blog onderhouden, een podcast opnemen met elke week een nieuwe, populaire gast, een youtube kanaal, een hoop gratis dingen weggeven, adverteren,... noem maar op. Je moet het doen en ook allemaal tegelijk!

Wist je dat mensen eigenlijk helemaal niet kunnen multi-tasken? Uit onderzoek is gebleken dat proberen om te multi-tasken er voor zorgt dat ons geheugen er op achteruit gaat en het heel slecht is voor onze creativiteit. Om nog maar te zwijgen over de kwaliteit van het werk dat we hebben proberen te multi-tasken.

Alles tegelijk proberen te doen, levert veel druk op. Je hebt voortdurend het gevoel dat je achter alles aan holt en niets lukt zoals je zou willen dat het lukt. Dus naast jezelf helemaal suf werken, voel je je ook nog eens gefaald omdat het allemaal niet lukt en je er al helemaal geen resultaat uit haalt.

Ik geloof dat het beter is om te focussen op 1 ding en daar helemaal voor te gaan en eens dat goed zit of loopt, je pas te gaan focussen op iets nieuws. Zo kan je meer focus en energie steken in datgene waarmee je bezig bent. Je holt niet achter alles aan en je zal ook iets bereiken.

01 Oefening

Welke dingen doe je allemaal op dit moment? (vb: Facebook, Instagram, nieuwsbrief, advertenties, webinars,...) Vink aan welke lopen zoals je zou willen

<input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/>	_____

Bepaal één focus voor de komende tijd (minstens 3 maanden):

Wat wil je hiermee bereiken? Maak je doel zo concreet mogelijk en hou het binnen jouw controle (“Binnen 3 maanden 25.000 volgers op Facebook” is niet binnen je controle. “De komende maand 3x per week posten op Instagram” is concreet en binnen je controle)

Hoe ga je dit aanpakken? Maak een stappenplan en plan alle stappen in je kalender, zo ga je je makkelijker aan je plan houden.

02 Je wilt het te snel

Er zijn heel veel business coaches en goeroes en marketeers die je willen doen geloven dat je binnen 30 dagen 5k of 10k of 20k of hoeveel k dan ook kan gaan verdienen per maand of volgers zal hebben op social media of inschrijvingen voor je nieuwsbrief of deelnemers aan je online programma of ... en vaak beloven ze dat het je zal lukken zonder moeite te doen.

Maar dat is niet realistisch. Je bedrijf uitbouwen, meer volgers krijgen op social media, meer inschrijvingen voor je nieuwsbrief, meer deelnemers aan je online programma, meer klanten, dat kost tijd. Mensen moet je leren kennen en je gaan vertrouwen voordat ze van je gaan kopen.

Mensen druk opleggen om bij je te kopen met slinkse marketingtrucs zorgt voor "buyers remorse", dat is het gevoel van spijt dat je krijgt nadat je een aankoop gedaan hebt die niet helemaal goed voelt.

Als jouw klanten "buyers remorse" hebben, dan gaan ze vaak hun aankoop willen annuleren en een terugbetaling eisen en dan slechte reviews nalaten indien ze hun geld niet terugkrijgen.

Het kan ook anders, je kan met geduld het vertrouwen van je potentiële klanten laten groeien: een zaadje dat je in de grond steekt, is de dag nadien ook geen volgroeide plant vol met sappige vruchten. Dit wilt niet zeggen dat je niets doet en maar hoopt dat het goedkomt en mensen uiteindelijk je klant zullen worden. Nee, dat zaadje moet je water, licht en liefde geven en ook het opbouwende vertrouwen van je potentiële klanten heeft dat nodig.

02 Oefening

Wat doe jij met je potentiële klanten? Oefen jij heel veel druk op ze uit, met marketingtactieken die helemaal niet goed voelen? Of ben je zo allergisch aan het woord marketing dat je je potentiële klanten helemaal vrij laat en alle potentieel dus verloren gaat?

Hoe kan jij jouw zaadjes water, licht en liefde geven?
Wat zijn dingen die jij kan doen om je potentiële klanten meer vertrouwen te geven, zonder dat je je er oncomfortabel bij voelt?

03

Je doet maar iets

Digitale tools zijn laagdrempelig. Vaak gratis of bijna gratis. Je hebt zo een account aangemaakt en je kan beginnen.

Een post maken op social media dat kan het kleinste kind, een nieuwsbrief uitsturen kan met 1 klik op de knop, iedereen heeft een smartphone met een camera die het maken van Youtube content kinderspel maakt, je hoeft geen letter code te kunnen schrijven om een website te maken.

Dus je doet al die dingen en je doet ze zelf. Je doet ze tussen de soep en de patatten, want wanneer anders?

19u, de lange werkdag zit er weer op, *shit*, vlug vlug nog iets posten op social, want je had deze week nog niets gepost. En iets posten is beter dan niets posten, toch?!

Nouja, eigenlijk niet.

Zomaar iets willekeurig posten op social media, een website bouwen, wat toch moeilijker leek dan gedacht, waar geen duidelijke strategie achter zit, dat heeft geen zin. Dat levert je niets op en je smijt er dus je tijd en je energie mee weg. Daarenboven ga je geloven dat dat platform niet werkt en je smijt dus ook het potentieel van het kanaal helemaal weg.

Achter alles wat je doet, moet een strategie zitten, anders kan je er beter je tijd niet aan verliezen.

03 Oefening

Stel jezelf bij elk kanaal dat je gebruikt de volgende vragen:

- Wie wil ik bereiken met dit kanaal?
- Wat is mijn doel voor dit kanaal?
- Hoe ga ik opbouwen naar dit doel?

Maak met het antwoord op deze vragen een plan op voor Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, je nieuwsbrief, je website, je podcast, ...
Het zal je houvast geven en de ideeën zullen vanzelf komen hierdoor.

Kanaal: _____

Wie wil ik bereiken?

Doel?

Hoe opbouwen?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

03 Oefening

Kanaal: _____

Wie wil ik bereiken?

Doel?

Hoe opbouwen?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Kanaal: _____

Wie wil ik bereiken?

Doel?

Hoe opbouwen?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

04

Je doet overal hetzelfde

Elk kanaal, elk medium vereist een eigen aanpak, want overal zitten andere mensen, op andere momenten, met een andere mindset.

Een nieuwsbrief lees je met een andere mindset, dan als je al scrollend op Instagram een post tegenkomt die je wel leuk vindt.

Daarnaast gaan potentiële klanten je vaak na een tijd op verschillende kanalen volgen, dus in je nieuwsbrief moet je niet exact hetzelfde gaan zetten als op je socials. Je moet je boodschap gaan afstemmen op het kanaal en mensen die je op meerdere kanalen gaan volgen niet het gevoel geven dat ze 100x hetzelfde zien/lezen.

Maar overal iets helemaal anders doen, is misschien **nog** slechter.

Elk kanaal heeft zijn eigen doel, maar je onderneming heeft een hoofddoel en elk kanaal moet op zijn manier bijdragen aan dat hoofddoel. Je wilt dat kanalen elkaar niet tegenwerken en al helemaal niet dat ze het hoofddoel van je onderneming tegenwerken of voor verstrooiing zorgen.

Idealiter werken al je kanalen samen en versterken ze elkaar, waardoor het vertrouwen van je potentiële klanten sneller groeit en je makkelijker je hoofddoel bereikt.

04 Oefening

Ga eens na voor alle kanalen die je gebruikt:

- Wat is het doel van dit kanaal?
- Hoe draagt dit kanaal bij aan het hoofddoel van je onderneming?

_____ Doel: _____

Hoe draagt dit bij aan het hoofddoel?

_____ Doel: _____

Hoe draagt dit bij aan het hoofddoel?

_____ Doel: _____

Hoe draagt dit bij aan het hoofddoel?

_____ Doel: _____

Hoe draagt dit bij aan het hoofddoel?

04 Oefening

Heeft elk kanaal zijn eigen doel of hebben sommige of alle kanalen hetzelfde doel?

Hoe kunnen de verschillende kanalen elkaar versterken?

05

Je praat niet in functie van je klant

Ik snap het, jij bent enthousiast! Maar in je enthousiasme vergeet je dat de mensen die op jouw website of je social profiel komen je nog niet kennen en nog niet enthousiast zijn.

Je wilt dit misschien niet horen, maar mensen zijn best egocentrisch. Als ze online zijn dan hebben ze een probleem of willen ze iets vinden en dat is hun focus. Ze willen weten wat jij voor hun kunt betekenen. Hoe jij hun probleem kunt oplossen of hun leven gemakkelijker kunt maken.

Dus alles wat je zegt en schrijft, op je website, op je socials, in je nieuwsbrief,... moet geschreven zijn vanuit het perspectief van je (potentiële) klanten. Ofwel:

What's in it for them?

05 Oefening

Surf eens naar je website en ga door alle pagina's. Beeld je in dat jij een potentiële klant bent van jouw bedrijf.

- Biedt de website een oplossing voor je probleem?
- Heb je na het lezen nog vragen?
- Worden de excuses om niet in te gaan op het aanbod weggenomen?
- Heb je zin om op het aanbod in te gaan?

Vind je het moeilijk om je hierin te verplaatsen, omdat je te dicht staat hierop, vraag dan aan iemand, bij voorkeur iemand in jouw doelgroep, om deze oefening voor jou te doen.

TL;DR

Ben je helemaal overdonderd?

Onze tijd en onze energie is kostbaar, dus als je 1 ding mag blijven van dit hele e-book, laat het dan dit zijn:

Verspil je tijd en energie niet aan iets waar geen strategie achter zit.

Strategie is de basis van alles

Een duidelijke strategie geeft een houvast en zal ervoor zorgen dat alle puzzelstukken op hun plaats vallen. Het zorgt voor een leidraad waar je altijd naar terug kan grijpen om te zien of wat je doet meehelpt aan het bereiken van je doelen.

De oefeningen in dit e-book helpen je al een heel eind op weg. Wil je toch meer begeleiding? Dan ben ik graag jouw partner!



IK WIL EEN STRATEGIEPARTNER