

WORD EEN ONWEERSTAANBAAR MERK



MAAK HET VERSCHIL EN
TREK MOEITELOOS JOUW IDEALE KLANTEN AAN!

WWW.BRANDINGPHOTOGRAPHY.BE | WWW.MAGNIFIKA.BE

© Foto's en tekst: Lieselotte Reynvoet, 2021

Ondernemen op jouw eigenwijze manier...
Moeiteloos jouw ideale klanten aantrekken...
Groeien vanuit stevige fundamenten...
Het verschil maken met jouw missie...

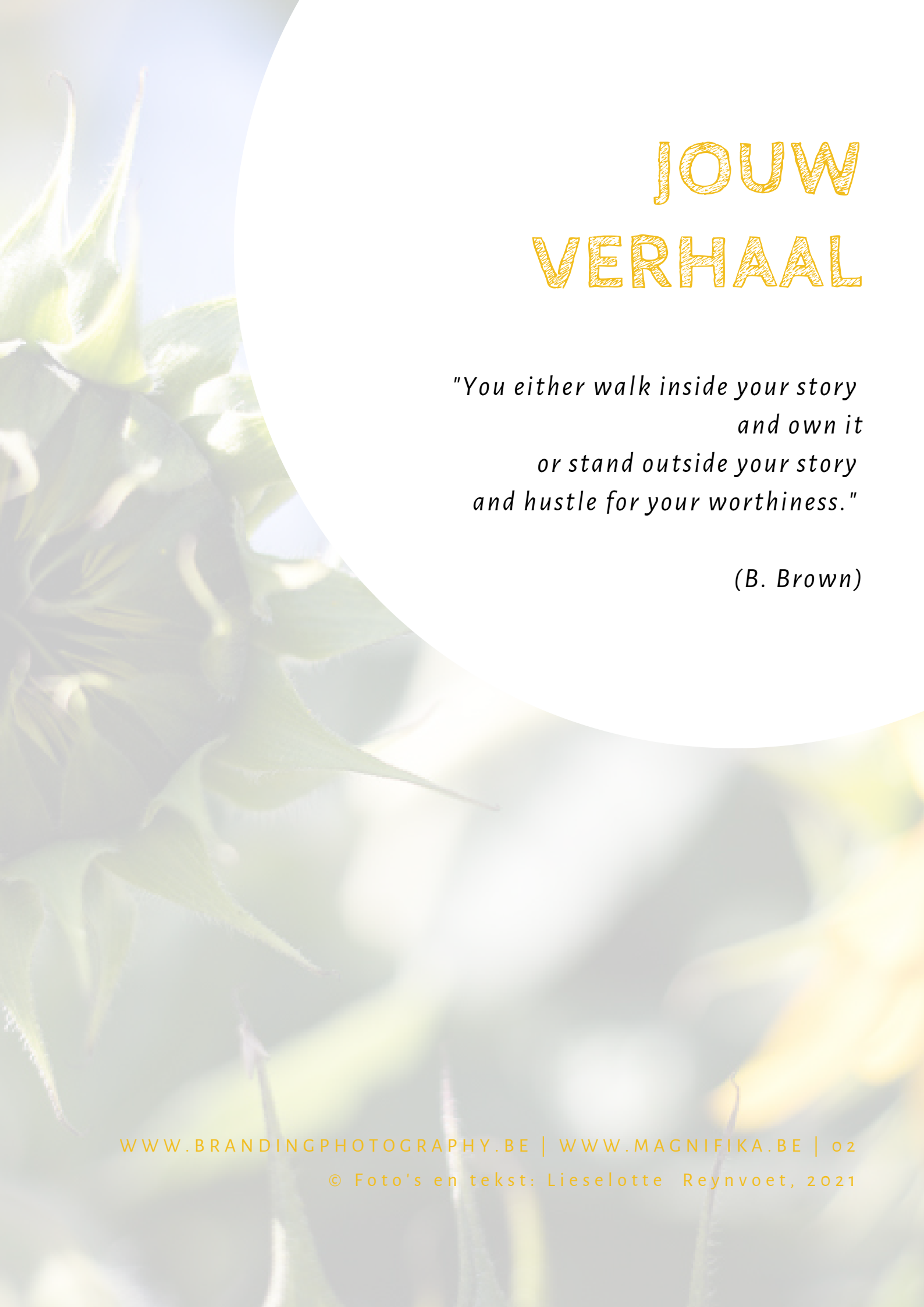
Wat onderscheidt een gewoon merk van een onweerstaanbaar merk?

Ik heb de voorbije 15 jaar heel veel gezien en geleerd in organisaties en ondernemingen:
hoe je een succesvolle organisatie of onderneming uitbouwt,
maar ook hoe het zeker niet moet.

Ik verzamelde de 3 essentiële elementen
voor een onweerstaanbaar merk in dit e-book!
Doe er je voordeel mee!

Ongelofelijk veel succes!

Lieselotte



JOUW VERHAAL

*"You either walk inside your story
and own it
or stand outside your story
and hustle for your worthiness."*

(B. Brown)

JOUW VERHAAL

Een onweerstaanbaar merk begint bij jezelf, bij jouw verhaal,
de cultuur van jouw onderneming, de waarde die je te bieden hebt.

Het gaat niet om de uiterlijke kenmerken van jouw aanbod,
maar wel om het dieperliggende verhaal erachter!

Wanneer jij je onderneming bouwt op stevige fundamenten,
straalt jouw kernverhaal door in alles wat je doet.

Potentiële klanten kunnen het voelen, ruiken,
proeven in je communicatie, in jouw omgang met hen,
in de manier waarop je team met elkaar omgaat.

Alles ligt op 1 lijn.

Iedereen ademt hetzelfde gedeeld verhaal,
iedereen handelt naar dezelfde gedeelde missie en visie.

Het zijn die ondernemingen die wezenlijk het verschil maken!

Jouw verhaal

Wie ben jij? Waartoe doe jij wat je doet? Waarom doet dat ertoe? Waar gaat het in essentie over? Wat zijn jouw waarden en drijfveren? Wat is de waarde die jij te bieden hebt voor jouw klanten? Wat maakt jou uniek?

Brainstorm even met jezelf en noteer alles wat je kan bedenken, hieronder!

JOUW IDEALE KLANT

*"All of your customers
are partners
in your mission."*

(S. Hyken)

JOUW IDEALE KLANT

Jouw ideale klant staat ALTIJD centraal in jouw onderneming.
Zonder hen geen onderneming en geen missie.

Jouw ideale klanten door en door kennen, is absoluut noodzakelijk
om hen te kunnen bereiken.

Als jij iedereen wil bereiken met je onderneming,
voelt niemand zich aangesproken.

Wanneer jij jouw verhaal specifiek richt naar jouw ideale doelgroep, zullen
de juiste klanten zich als vanzelf aangetrokken voelen.

Je ideale klant leren kennen, gaat niet vanzelf. Het gaat dan ook niet in de
eerste plaats over hun leeftijd, woonplaats, geslacht en schoenmaat
(hoewel veel ondernemers en marketeers zich daarop focussen).

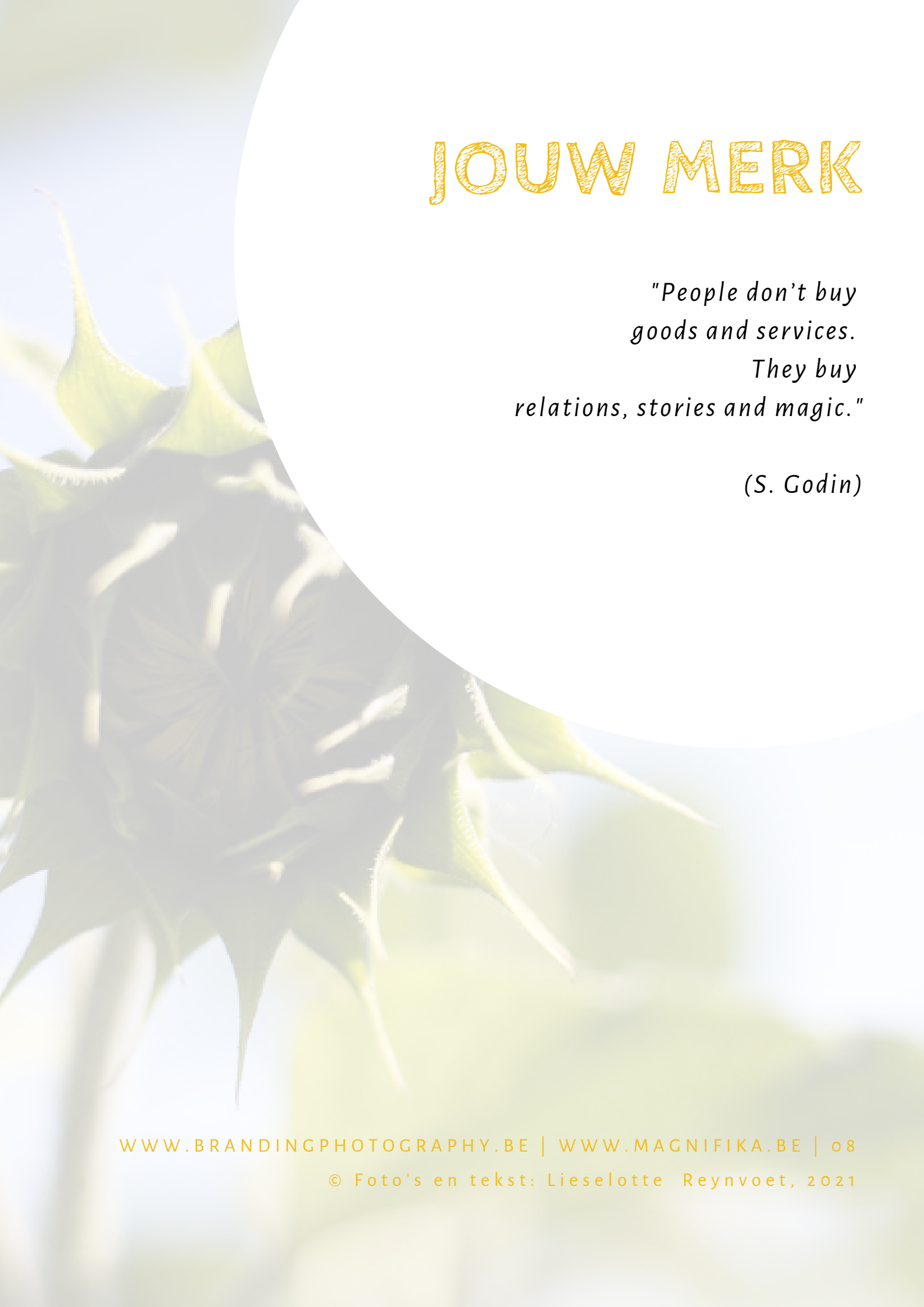
Het gaat over hun drijfveren, hun passie, hun verlangens en behoeften
op waardenniveau!

Dat vraagt enig 'onderzoekswerk' en vooral veel oprechte interesse in jouw
ideale klanten.

Jouw ideale klant

Wie zijn zij? Wat doen ze? Wat vinden ze belangrijk? Waarnaar zijn ze op zoek? Wat zijn hun struggles en verlangens? Hoe bied jouw aanbod daar een antwoord op?

Brainstorm even met jezelf en noteer alles wat je kan bedenken, hieronder!



JOUW MERK

*"People don't buy
goods and services.
They buy
relations, stories and magic."*

(S. Godin)

JOUW MERK

Wanneer jij jouw verhaal kent en weet waar de raakpunten liggen
met het verhaal van jouw ideale klant,
ga je moeiteloos in verbinding met hen.

De juiste mensen zullen zich als vanzelf aangesproken voelen
zonder dat jij daar veel moeite moet voor doen.

Het gaat niet over verkoopspraatjes, overtuigen, roepen of pushen.
Het gaat over verbinden, een vertrouwensrelatie opbouwen met jouw
ideale klanten.

3 cruciale elementen voor jouw onweerstaanbaar merk zijn:

echtheid
verbinding
groeimogelijkheden



FOCUS OP ECHTHEID

WEES JEZELF!

Zorg ervoor dat mensen jou kunnen leren kennen.

Dat betekent niet dat je je hele privéleven moet delen. Het gaat erover dat mensen kunnen voelen wie jij bent en waar je voor staat, zodat ze voor zichzelf kunnen uitmaken of er een klik is met jou, of ze zich in jouw verhaal kunnen herkennen.

Mensen zoeken raakvlakken. Ze zijn niet op zoek naar de perfecte ondernemer, wel naar de mens achter de onderneming, met al zijn of haar sterktes én imperfecties.

WEES CONSISTENT

Laat jouw verhaal doorstralen in alles wat je communiceert, zodat mensen je kunnen vertrouwen. Zorg dat jouw verhaal in woorden en in beelden overeenkomt met elkaar. Ga voor een eenduidige sfeer en uitstraling.

En het allerbelangrijkste! Walk your talk. Inspireer mensen door het verhaal dat je vertelt, ook uit te dragen.

FOCUS OP VERBINDING

NAAR EEN GEDEELD VERHAAL

Het is jouw verantwoordelijkheid om je verhaal te delen, maar het is aan je potentiële klanten om te beslissen wat zij ermee doen. Mensen zijn wijs en volwassen genoeg om te kiezen wat klopt voor hen. Je hoeft hen dus niet te overtuigen. Je wilt toch ook geen mensen overtuigen die niet op jouw aanbod zitten te wachten?

Een vertrouwensrelatie veronderstelt wederkerigheid. Inspireer je potentiële klanten met jouw verhaal, maar neem niet alle ruimte in. Laat voldoende ruimte om naar hen te luisteren en in verbinding te gaan. Geef hen de ruimte om zelf te beslissen.





FOCUS OP GROEI- MOGELIJK- HEDEN

DREAM BIG

Droom grootse dromen. Houd jezelf niet klein. Bouw aan het vertrouwen in jezelf en aan je mindset!

START SMALL

Laat je niet overweldigen door jouw grootse dromen. Stel jezelf de vraag wat de kleinst mogelijke meest impactvolle stap is die je nu kan zetten in de richting van jouw dromen. Maak het niet te moeilijk, waardoor je jezelf saboteert om de eerste stap te zetten. Maak het haalbaar en concreet. Kies voor datgene wat echt klopt voor jou. Ieder stapje in de goede richting telt!

ACT NOW

Geen resultaten zonder actie! Start, ook al is het nog niet helemaal compleet of perfect. Volledigheid is een illusie. Duik in het proces en geniet van het groeien en ontdekken onderweg. Vertrouw op het proces!

Jouw merk

Wat verbindt jou met je ideale klant? Welke raakvlakken zijn er in jullie verhalen?

Waar zit jouw ideale klant op te wachten? Wat betekent dat voor wat jij met hen te delen hebt?

Brainstorm even met jezelf en noteer alles wat je kan bedenken, hieronder!

Hoe onweerstaanbaar is jouw merk?

Geef jezelf een score door de balkjes in te kleuren. Wees eerlijk en mild.

JOUW VERHAAL

In hoeverre is jouw verhaal helder? In hoeverre ken jij de waarde van jouw aanbod voor je ideale klant?

JOUW IDEALE KLANT

In hoeverre is jouw ideale klant helder voor jou? Ken je hem of haar door en door?

JOUW MERK

Hoe scoort jouw merk op echtheid?

Hoe scoort jouw merk op verbinding?

Hoe scoort jouw merk op groeimogelijkheden?

AAN DE SLAG!

Bekijk bovenstaand rapport mild kritisch en bepaal wat dat zegt
over wat jij nu te doen hebt.

Wat vraagt extra aandacht in jouw onderneming?

Hoe ga je hiermee aan de slag?

Ben je bereid om er voluit voor te gaan?

Wil jij écht gaan voor een eigenwijze onderneming,
met een glashelder verhaal en de meest ideale klanten
en een onweerstaanbaar merk uitbouwen?

Ga je hier alleen mee aan de slag
of is dat extra duwtje in de rug heel welkom?

Welkom bij Magnifika!

De groeitrajecten bij Magnifika bieden jou al het nodige
om het verschil te maken op jouw eigenwijze, speelse manier!

Zorg ervoor dat je op de VIP-lijst staat!

www.magnifika.be/vip

Ik hou je met plezier op de hoogte.

Lieselotte



WWW.BRANDINGPHOTOGRAPHY.BE | WWW.MAGNIFIKA.BE

© Foto's en tekst: Lieselotte Reynvoet, 2021