



Websites Die Verkopen

Q&A

BDF 3.3 - Werkblad - Q&A - Pagina 1



3.1 Neem Controle Over Je Website - Vraag & Antwoord

Q: Heb je meer dan één website nodig? Wat als je verschillende bedrijven hebt of verschillende onderdelen in een bedrijf? Moeten deze op dezelfde site? Als je twee verschillende soorten klanten hebt, hoe communiceer je dan met beide?

A: Dit ligt compleet aan je bedrijf, je zakelijk model en hoe verschillend je klanten echt zijn. Als ze heel erg verschillen - één klant koopt jouw biologische babysokjes, terwijl de ander een klant van je softwarebedrijf is - dan zijn dat twee verschillende bedrijven. Dan wil je ook twee verschillende websites. Maar als je een energetisch healer bent en je coacht, en hebt zowel mannelijke als vrouwelijke cliënten, dan heb je maar één website nodig. De keuze is natuurlijk aan jou. Als je meerdere websites hebt zul je hier ook meer tijd, moeite en geld in moeten steken, dus bereid je daar wel op voor.

Q: Hoe moet ik deze module gebruiken als ik nog geen bedrijf heb?

A: Je bereidt jezelf voor met deze module, zodat je straks meer weet en volledig geïnformeerd bent als je bedrijf eenmaal zover is. Veel mensen die al een bedrijf hebben en deze module bekijken zeggen dingen als: "Ik wou dat ik dit zes maanden geleden wist toen ik mijn website bouwde!" Je bouwt aan een goede fundering. Wanneer je er klaar voor bent om je website te bouwen zal je gelijk weten hoe het moet. Na jarenlang met heel veel ondernemers gewerkt te hebben kan ik je vertellen dat mensen stomme en dure fouten maken, omdat ze eigenlijk geen weet hebben van wat het allemaal inhoudt.



Q: Ik kan niet verder tot ik een URL voor mijn website heb bedacht, maar ik weet niet of ik een naam moet kiezen die gerelateerd is aan mijn ideale klant avatar of aan mijzelf. Wat moet ik doen?

A: Ik noem vragen als deze een 'creatieve doodlopende weg'. Je rijdt urenlang over deze wegen, maar komt nergens. Dit gebeurt ons allemaal, zeker in het begin wanneer wij onszelf afvragen "Hmmm.. zal ik mijn bedrijf de naam van een product, een idee of van mijzelf geven?"

Sommige mensen, wanneer ze net een bedrijf beginnen, bouwen hun bedrijf op met de intentie om deze te verkopen. Daarom willen ze hier hun naam niet aan associëren. Dan zullen ze een naam kiezen die algemeen is.

Ik heb er in het begin echt voor gekozen om mijn eigen naam te gebruiken voor de naam van mijn bedrijf, want ik ben mijn bedrijf. Dit is mijn levenswerk. Ik zal dit altijd blijven doen.

Ik raad je aan om hierover na te denken met het oog op de lange termijn. Wat wil jij? Onthoud ook: het geweldige van het internet is dat je zelfs als je na twee jaar denkt "Ik wil echt een persoonlijk brand," dat je dit ook kan doen. Niets staat vast.

Q: Ik heb de afgelopen jaren gebruik gemaakt van andere website platforms dan WordPress, moet ik toch overgaan op Wordpress?

A: Als het platform wat je nu gebruikt voor jou werkt, dan kan je hier natuurlijk blijven. Natuurlijk zijn niet alle websites hetzelfde. Je moet echt goed onderzoek doen om erachter te komen wat de voordelen en nadelen van elk platform zijn (elk platform heeft ze!) en een beslissing maken op basis van wat het beste voor jou, je budget en je doelen op de lange termijn is. Wij zijn gek op Wordpress, en het is zeker een goede keuze voor ondernemers die net beginnen. WordPress heeft veel opties in custom design en functionaliteiten terwijl je zelf je website host - hij is dus echt van jou!

Voor mij heeft WordPress alles wat ik tot nu toe nodig heb gehad. Een andere reden dat we WordPress aanraden is omdat er zoveel verschillende WordPress ontwikkelaars en designers zijn (omdat het zo'n populair platform is) waardoor er ook een hele WordPress community bestaat met vragen en antwoorden.



Nog een paar pointers als je over een platform gaat denken:

1. Hoeveel winst maak je met de site die je nu gebruikt? Hoe past de content etc. met het plaatje dat je in je hoofd hebt van jezelf, je bedrijf en je leven op de lange termijn?
2. Je hoeft er geen probleem van te maken om opnieuw te beginnen op WP. Je kan beginnen met een basis, rustige WP site (simpele header, opt-in, over mij pagina) en dan gewoon beginnen met bloggen. Het is belangrijker om eerst actie te nemen en het werk te doen dan te wachten tot het er allemaal perfect uitziet - dit is namelijk toch onmogelijk.
3. Alles wat ik in mijn leven heb gemaakt (mijn boeken, websites, programma's, etc.) begon bij de basis. Ik gebruik altijd wat ik op dat moment heb en alles wordt dan naarmate van tijd steeds beter en professioneler.

Q: Is Wordpress wel de perfecte keuze als ik een echt professionele site wil?

A: Ja! WordPress is zeker de perfecte keuze, want je kan op WordPress een hele professionele uitstraling krijgen. Echt, je kan het zo basic of uitgebreid maken als je zelf wilt.

Als je het niet zelf kan of wil, zoek dan een programmeur die het voor je doet. Vind een goede programmeur die een expert is in niet alleen WordPress, maar ook het ontwikkelen van een bepaald thema dat jij leuk vindt.

Q: Wat is het verschil tussen WordPress.org en WordPress.com?

A: Je zult ons vaak zien verwijzen naar WordPress.org, niet WordPress.com. De reden hiervoor is dat WordPress.org je je eigen domein laat hosten. Je zult er dus echt professioneel uitzien!



Q: Welk website-thema gebruik je en hoe is je site opgebouwd?

A: We gebruiken het BizAcademy thema. We werken samen met een webdesigner en een programmeur die onze sites naar onze wensen in elkaar zetten.

Q: Hoe is de lidmaatschapsite die jij gebruikt opgebouwd?

A: Onze lidmaatschap site gebruikt het BizAcademy thema, maar is custom-coded voor het design en de structuur van de cursus.

Q: Mijn website wordt momenteel gehost door een ander platform. Is het het waard om over te stappen op WordPress?

A: Ja! Ik vind het het waard omdat ik heb gezien wat je allemaal met WordPress kan – eigenlijk alles wat je maar kan wensen! Maar nogmaals, doe zelf onderzoek naar WordPress. Lees je in, zoek antwoorden op je vragen en maak je eigen keuze.

Q: Moet ik voor mijn homepage een pagina met algemene informatie over mijn bedrijf hebben, of is het beter om de blogposts als homepage te hebben?

A: Er is geen echt goede of juiste manier om dit te doen. Je moet weten wat je wilt laten zien aan je bezoekers. De meeste bedrijven hebben een homepage met specifieke aanbiedingen, of misschien wat algemene informatie over hun bedrijf, hun doelgroep en hoe de klant de volgende stap kan nemen.

Het fijne van websites is dat je altijd verandering kan aanbrengen.

Je kan verschillende opties uitproberen om te kijken wat voor jou en jouw bezoekers werkt. Hoe je er ook naar kijkt, het gaat allemaal om wat jij wilt laten zien, wat jij wilt dat mensen zien als ze je website bezoeken en welke actie jij wilt dat zij ondernemen.



Q: Ik vond het echt top hoe je liet zien wat we nodig hebben voor een website, de functionaliteit en de opt-in. Hoe past een blog in de aanwezigheid die wij online hebben?

A: We gaan dieper in op bloggen in Module 4 dus je zult daar je antwoord vinden.

Q: Heb ik social media links nodig op mijn website?

A: Zet niet lukraak links naar social media op je website die je online verkeer van je pagina laat verdwijnen. Maar je kunt Social Media links altijd gebruiken om in contact te komen met je publiek en meer naamsbekendheid te krijgen. Een voorbeeld hiervan is dat als mensen jouw blogpost op social media delen jouw naam en content verspreid wordt onder hun netwerk.

Q: Het afgelopen jaar heb ik een website en social media accounts gehad onder een merknaam, nu wil ik deze naar mijn eigen naam veranderen. Als ik dit allemaal wil overhevelen naar mijn eigen naam, hoe doe ik dit dan het beste?

A: Zorg er eerst voor dat de URL die je nu hebt naar je naam URL doorverwijst. Met social media zal je het gewoon zelf moeten doen. Vermeld op je Social Media accounts dat je een verandering aanbrengt en gebruik graphics om mensen strategisch naar je profielen te leiden.



Q: Nu ik door de modules ga wil ik de naam van mijn bedrijf veranderen. Wat is je advies voor rebranding?

A: Als het maar een cosmetische verandering is en je het onderwerp niet of bijna niet verandert, stel ik je voor om een verhaal te vertellen om de verandering te positioneren. Je kunt zoiets zeggen als "Ik ben zo enthousiast! Mijn website krijgt een grote upgrade en ik kan niet wachten om deze aan je te laten zien. We blijven het over dezelfde onderwerpen hebben en nog steeds grote waarde bieden - het is gewoon een upgrade van het design. Je zult het over een paar weken zien!" Een naamsverandering werkt eigenlijk op dezelfde manier. Je volgers zullen het onwils waarderen als ze in het proces worden betrokken. Geef voorproefjes op Social Media, vraag om input, en leidt de verandering stapsgewijs in.

Q: Ik verkoop een product (dus geen coaching of service). Moet ik dan een foto van mijzelf op de voorpagina van mijn site zetten?

A: Het hoeft misschien niet op de voorpagina van je website. Maar ik raad je wel aan om een foto van jezelf en een stukje tekst over je missie op je "Over Mij" pagina te plaatsen. We houden allemaal van verhalen en we willen graag weten dat we van echte mensen kopen zodat we een connectie voelen met het bedrijf.

Q: Na deze module gezien te hebben wil ik mijn website een upgrade geven, maar ik heb weinig geld. Hoe kom ik erachter of ik echt mijn website moet veranderen of dat ik mijzelf alleen met anderen aan het vergelijken ben?

A: Je kunt eventueel een gratis template zoeken van WordPress en daarmee beginnen als je wilt. Maar als je Pro wilt gaan zou ik zeker investeren in een goed design dat aan je wensen en doelen voldoet. Je moet je focussen op het bouwen van je bedrijf en winst maken. Door wat geld op te sparen kun je straks investeren in een upgrade.



Q: Na de Ideale klant Avatar opdracht gedaan te hebben wil ik weten hoe ik deze informatie over kan brengen aan een website designer, zodat zij iets voor mijn website kan maken wat hier echt bij past en niet iets wat zij DENKT dat er bij past.

A: Neem je informatie over je Ideale Klant Avatar en pers het samen in één of twee pagina's. Schrijf de belangrijkste informatie over wie hij/zij is op en gebruik zoveel mogelijk afbeeldingen (haal ze van Google) waarmee je je avatar leven in kunt blazen. Als er merken of tijdschriften zijn die hij of zij leest, haal dan foto's hiervan van Google en doe die erbij. Het doel is om je designer zoveel mogelijk een idee te geven over hoe jij wilt dat de site eruit ziet en voor wie hij is.

Hoe meer visuele referenties je hebt voor je designer, hoe beter. Zelfs als je hem/haar kan laten zien wat jij NIET leuk vindt (kleuren, websites, etc.) is het goed.

Onthoud dat designers een visuele representatie en voorbeelden nodig hebben - niet alleen woorden.

Q: Ik wil mijn website online zetten en ik wil dat deze er geweldig uitziet, maar ik ben hier gewoon nog niet aan toegekomen. Ik wil eigenlijk gewoon beginnen en mijn website online zetten, maar ik wil ook heel graag dat deze er goed uitziet. Wat moet ik doen?

A: Onthoud dat het niet gelijk perfect hoeft te zijn, je moet er gewoon mee beginnen. Er zullen altijd onderdelen van je site zijn die je wilt upgraden. Gelukkig kan dit ook makkelijk, omdat het op het internet is. Denk eraan: perfectie bestaat niet. Pas als je iets online hebt staan kan je gaan bedenken wat je wilt verbeteren of veranderen.



Q: Is het beter om mijn content in de eerste of derde persoon te schrijven? Of ligt dit aan de pagina?

A: Er zijn veel debatten over wat de beste manier is om dit te doen. Als ik zelf mijn copy schrijf, schrijf ik dit in de eerste persoon. Het voelt eerlijk en creëert een band met de lezer. Soms ga ik naar de tweede persoon als ik de lezer direct wil aanspreken. Je moet op je eigen gevoel vertrouwen. Dit is waarom we hier in Module 1 zo diep op ingaan; om je te helpen je brand en de visie voor je bedrijf duidelijk te krijgen, en hoe jij wilt dat deze aanvoelt.

De enige plek waar schrijven in de derde persoon werkt is bij het schrijven van je (korte) biografie. Deze kan op je als blurb onder je foto op je “Over Mij” pagina plaatsen, maar het is ook goed om een officiële bio te hebben die je kan gebruiken bij gastbloggen en interviews. Denk bijvoorbeeld aan: “Ibora Zant is een Soulful Business Coach die.. Zij helpt ondernemers met.. “

Q: Hoe weet ik of mijn verhaal op mijn “Over mij” pagina niet te persoonlijk of irrelevant is?

A: Vraag jezelf: “Is wat ik nu deel relevant aan mijn bedrijf, of iets wat mijn ideale klant van mij wilt horen?” Hoe is wat je deelt gerelateerd aan de context van je bedrijf, je waarden of de reis van de klant?

We willen allemaal een connectie krijgen met echte mensen om hun motivatie, normen en waarden, geschiedenis en dergelijke beter te begrijpen.

Je verhaal moet precies tussen hoe jij wilt dat je klanten je zien, en hoe zij jou gaan vertrouwen vallen. Als je twijfelt moet je echte feedback vragen aan een paar van je ideale klanten.



Q: Aangezien we toch bezig zijn over websites in deze module vroeg ik mij af of ik zowel face-to-face als online met mijn cliënten moet communiceren? Moet ik mijn brand zowel online als offline opbouwen, of kan dit ook alleen online?

A: Dit ligt aan je persoonlijke keuze. Als je vooral online wilt blijven is dat helemaal prima. Als je meer face-to-face brand-building wilt doen, is dat ook goed! Doe wat het beste voor jou voelt. Onthoud dat jij de regels voor je bedrijf bepaalt.

Q: Ik heb al een goede website, maar ik wil meer online verkeer krijgen en meer weten over SEO. Hoe zorg ik voor een hoge ranking op Google en wie huur ik hiervoor in?

A: Om te beginnen raad ik je aan om op Google op zoek te gaan naar actuele, up-to-date artikelen en je in te lezen. Je moet de beste manier vinden om titels, tags en omschrijvingen te schrijven die zowel SEO geoptimaliseerd als mensvriendelijk zijn. SEO regels veranderen regelmatig, wat een reden is waarom we het hier niet over hebben in de BizAcademy. Tonny Loorbach is iemand waarvoor ik veel respect heb en hij is meester in SEO – ook hij publiceert veel over SEO. Het is wel een goed onderwerp om over te discussiëren in de Facebookgroep



3.2 Het Doel Van Je Website - Vraag & Antwoord

Q: Ik ben een coach. Moet ik mijn prijzen op mijn site zetten? Als ik naar mijn concurrentie kijk dan zie ik dat sommigen dit wel doen en anderen juist niet, omdat je eerst contact met hen op moet nemen. Wat denk jij dat ik moet doen?

A: Er is hier geen goed of fout antwoord. Ik ken enorm veel succesvolle coaches die hun prijzen op hun site hebben, en anderen weer niet.

Voor de meeste mensen is het frustrerend als ze er niet achter kunnen komen hoeveel iets kost. En als ze er niet snel achter kunnen komen gaan ze weg.

Je zou het kunnen combineren en zoiets zeggen als:

“Ik werk face-to-face met mijn klanten. Mijn coachingservices beginnen bij XX euro en gaan hierna omhoog. De kosten voor coaching zijn afhankelijk van het traject dat je kiest.”

En dat is waar je hen in je salesfunnel leidt. De volgende stap is beslissen wat jij wilt dat zij doen:

- Wil je dat ze een gratis consult aanvragen?
- Een betaald consult?
- Een survey invullen?
- Een (vrijblijvende) Skype-afspraak inplannen?

Zoals ik al zei, er is geen goed of fout antwoord - het gaat er om hoe JIJ je coachingbedrijf op wilt zetten en designen.



Q: Ik snap dat je zegt dat je geen externe links op je website moet gebruiken, maar is het wel goed om partnersites te linken die voor inkomsten zorgen?

A: Dat is niet een pad dat ik veel mensen aanraad. De enige mensen die ik persoonlijk ken die het wel goed doen met partnerlinks (als de hoofdbron van hun inkomen door enorm veel publiek te krijgen via links op hun site) zijn gekke-ninja-achtige-super-slimme-programmeurs-en-coders. Zij hebben het vermogen om enorme massa's publiek naar specifieke aanbiedingen en deals die zij met grote bedrijven hebben te leiden. Dat is niet iets waar wij het over hebben in de BizAcademy.

Ik weet niet wat je winstdoelen zijn, maar de meeste mensen die ik ken met een succesvol online bedrijf en een betrokken publiek hebben geen op partnerlink-gebaseerd inkomen als een hoofd- of stabiel inkomen. Het is meestal maar een klein beetje winst wat er uit voortkomt. Denk tussen de .01 en 7% van het totale inkomen.

Q: Ik wil mijn brand herpositioneren om hogere prijzen te kunnen vragen. Moet ik mijn website vernieuwen en dan pas de prijzen verhogen?

A: Je hoeft je website niet per se te vernieuwen om de prijzen te verhogen, maar het is altijd een goed idee, naar mijn mening, om mensen te laten weten dat de prijzen omhoog zullen gaan. Als je een op service-gebaseerd bedrijf hebt zul je jouw klanten niet een factuur willen sturen met een prijs die ineens veel hoger is. Ik als klant zou dan heel boos worden. Je wilt het mensen van tevoren laten weten en hen een goede reden geven waarom de prijzen hoger worden.

Q: Ik ben een schrijver en auteur. Is het oké om de content die ik voor mijn blog of nieuwsbrief schrijf te gebruiken in mijn boeken?

A: Ja. Eén van mijn favoriete schrijvers is Seth Godin en ik heb zijn blog posts ook op zien duiken in zijn boeken. Ik vind het leuk het georganiseerd te hebben in een klein boekje. Natuurlijk is het een goed idee om nieuwe informatie in je boek te hebben die niet op je blog of nieuwsbrieven staat, maar als je er een paar blogs gebruikt is dit niet erg.



3.3 De Psychologie Achter Opt-Ins - Vraag & Antwoord

Q: Elke week wanneer ik mijn nieuwsbrief heb verstuurd zie ik mensen unsubscribe. Hoe zorg ik ervoor dat dit niet gebeurt?

A: Iedere keer wanneer ik een nieuwsbrief stuur gebeurt dit ook, het hoort er namelijk bij. Het is wel belangrijk goed in de gaten te houden of er elke week een hele grote afmelding is. Als dat echt het geval is dan moet je met de mensen van je lijst gaan praten en kijken wat er aan de hand is. Misschien zijn de onderwerpen wel te saai, of moet je een paar kleine aanpassingen maken.

Maar, in het algemeen zullen niet veel mensen zich ineens afmelden en als ik jou was zou ik hier niet teveel aandacht aan besteden. Daar word je alleen maar depressief van.

Hoewel het belangrijk is om je cijfers in de gaten te houden, zijn we allemaal een beetje te gevoelig wanneer we net beginnen. Als je al van streek raakt omdat er 3 mensen unsubscribe dan verlies je veel energie. Misschien veranderen ze hun e-mailadres of kregen ze wel 1500 e-mails per week binnen en hebben ze zich voor een boel afgemeld.

Let op je cijfers, maar raak er niet door geobserveerd. Als je cijfers echt dramatisch naar beneden gaan moet je feedback vragen aan mensen die je vertrouwt om je te helpen onderzoeken wat het probleem is en om veranderingen aan te brengen.

Q: MOET ik een lijst en een nieuwsbrief hebben?

A: Ja. Ik geloof dat elk bedrijf op deze planeet een lijst nodig heeft: een lijst van (toekomstige) klanten.

In de video's van Module 3 gaan we hier dieper op in, dus daar zul je een meer gedetailleerd antwoord vinden, maar voor nu; JA, je hebt een lijst nodig, wat voor bedrijf je ook hebt.



Q: Ik bied een heleboel verschillende producten aan op mijn website, is het een goed idee om meerdere opt-in aanbiedingen op dezelfde website te plaatsen?

A: Ja, maar zorg ervoor dat je die opt-ins tagt, zodat je weet welke specifieke opt-ins het beste draaien.

Q: Is er een bepaald tijdslimiet verbonden aan mijn opt-in video?

A: Het moet zo kort mogelijk zijn en de informatie concreet overbrengen. Mensen blijven je video kijken zolang het duidelijk, relevant en boeiend is. Ik raad je aan het uit te schrijven in een script en objectief te kijken naar wat je wilt zeggen. Als je er een goed script van maakt en al je punten duidelijk en beknopt uitlegt zit je goed.

Als je dit in 30 seconden of minder kan doen is dat geweldig. Als je het in een minuut kan doen, is dit ook goed. Alles over een minuut is te lang, tenzij er een echt goede reden voor is.

Q: Moet ik een naam en e-mail verzamelen voor mijn opt-in, of alleen het e-mailadres?

A: Je moet doen wat jij wilt voor jouw bedrijf. Vraag: Hoe wil jij graag nieuwsbrieven krijgen? Als je er niet om geeft of je wel of niet je naam ziet, dan kun je alleen de e-mailadressen verzamelen.

Ik vind het leuk om een nieuwsbrief met een persoonlijk tintje te krijgen. Ik vind mijn naam leuk en ik vind het ook zeker leuk als ik hem in een e-mail zie staan - het is gewoon persoonlijker. Dus als je een meer persoonlijk en één-op-één gevoel wilt hebben zou ik de namen ook verzamelen.



Q: Is een lightbox opt-in iets wat echt moet?

A: Nee, het hoeft niet per se, maar ik ben er wel een fan van. Ze kunnen worden aangepast in termen van wanneer hij opkomt en welke bezoekers ze zien (iedereen, alleen nieuwe mensen, etc.).

Je moet doen wat voor jouw brand en bedrijf het beste voelt.

Q: Kan ik persoonlijk mensen toevoegen aan mijn lijst?

A: Nee, dat mag niet. Je lijst moet bestaan uit mensen die er echt voor hebben gekozen om jouw e-mails te krijgen. Het is tegen de wet om mensen die zich hier niet voor in hebben geschreven toe te voegen aan je lijst. SPAM!