



Marketing

Tijdloze Marketingprincipes



Marketing draait compleet om psychologie. Het begrijpen van die psychologie maakt je niet alleen effectiever in de zakenwereld, maar ook in het leven. Wanneer je de psychologie achter marketing, en de verschillende principes, op een eerlijke en transparante manier gebruikt zal het je al snel duidelijk worden hoe anderen hier misbruik van (kunnen) maken. Maar, laat slechte marketeers jouw succes als een eerlijke en ethische zakenman of -vrouw die de wereld gaat veroveren niet in de weg staan!

1. Als het mogelijk is; hoe kan je op dit moment urgentie gebruiken in je bedrijf?
Brainstorm de redenen waarom mensen snel moeten handelen, en hoe je deze redenen kan gebruiken. Denk hierbij aan de angst iets te missen en/of die angst iets te verliezen uit de video. Of, hoe kan je waarde toevoegen aan producten of services als je klanten deze kopen binnen een bepaalde tijd?

- [illegible]



- 3.** Hoe kan je risico omkeren in je bedrijf? Brainstorm sterke garanties voor elk product of service die je hebt om mensen op hun gemak te stellen.

Product/Service #1 Garantievoorwaarden

Product/Service #2 Garantievoorwaarden



Product/Service #3 Garantievoorwaarden

Product/Service #4 Garantievoorwaarden



4. Hoe kan je meer/beter gebruik maken van social proof in je bedrijf? Kijk eerlijk naar hoe je het nu gebruikt en gebruik de actiestappen hieronder om nieuwe ideeën te brainstormen.
- a. Heb je recensies en resultaten van klanten op je website en in je verkoopmateriaal? Maak een lijst van alle manieren waarop je momenteel social proof gebruikt in je verkoop- en marketingmateriaal. (Maak je geen zorgen als het niets is, dat gaan we snel in orde maken!)

- b. Maak een plan om meer social proof te krijgen voor je producten en services. Dit kan zo simpel zijn als het doorspitten van e-mails die je van klanten hebt gehad, een kijkje te nemen op je Facebook of Twitter, of door een survey te versturen waarin je specifiek vraagt om feedback over je producten en services. Maak een lijst met alle plekken waar je social proof kan krijgen (Facebook, Twitter, oude klantenservice e-mails, etc.).



- c. Welke acties ga je nu nemen om meer social proof te krijgen die je op je website kan zetten en in al je marketing- en verkoopmateriaal kan gebruiken?

5. Laten we ervoor zorgen dat je duidelijke call-to-actions maakt met deze checklist. Dit geldt voor alles van je salespage tot je nieuwsbrief tot je Tweets en Facebook-updates.

Stap 1.

Evalueer al je marketingmateriaal, zowel bij je aanbod op je website als communicatie via je blog, e-mail en social media. Hebben ze allemaal een duidelijke, directe CTA (call-to-action)?

Stap 2.

Zo niet, dan moet je het nu veranderen - zeker bij je aanbod. Zorg ervoor dat je altijd een CTA gebruikt voor al je marketing- en promotiecontent.

Stap 3.

Vraag jezelf bij elk stukje content af; "Is het echt super duidelijk wat dé actie is die ik wil dat mensen nemen?" Zo niet, dan moet je er een duidelijke CTA aan toevoegen.