



Van Droom naar Bedrijf

STAP 3

10. Jouw product aanbod



WWW.SLOWANDGROW.NL

Een product aanbod wat bij jou past

Hoe creëer je een product aanbod waar je ideale klant super goed mee geholpen is, waar jij goed mee verdient én wat je moeiteloos verkoopt? Moeiteloos bedoel ik hierbij op de manier die bij jou past. Zodat het geen leuren wordt, maar echt een passend aanbod is.

Een goed product aanbod herken je aan drie dingen:

1. Het bestaat uit een aantal lagen, waardoor deze zowel voor jou als je klant behapbaar is.
2. Er zijn 2 tot 3 prijs niveaus variërende van gratis tot jouw grootste product. Maar maak vooral niet teveel dingen. Zo heeft je klant helder wat jij aanbiedt.
3. Elk product of dienst heeft een gerichte focus en lost een specifiek probleem op of voorziet in een bepaalde behoefte. Maak vooral je product aanbod niet nodeloos ingewikkeld qua inhoud. Maar hou het duidelijk met en gericht.

Start niet gelijk met enkel een ontzettend groot en duur productaanbod of juist te klein. Je potentiële klanten mogen duidelijk weten waar je voor staat, maar zullen niet gelijk een te grote verbintenis in de start van jouw bedrijf aan willen gaan.



Je klant wilt jou en je product leven kennen

Het is daarom belangrijk dat je een product aanbod creëert waarmee je iemand de mogelijkheid biedt om steeds comfortabel de volgende stap te nemen. Zodat iemand een gevoel krijgt wat je doet en op welke manier. Maar ook waarbij je op een gegeven moment op een punt komt dat hij of zij het volledige product of programma wilt gaan kopen.

Mijn coach vertelde mij dat je het zou kunnen vergelijken met een trap. De treden kun je zien als je product aanbod en de leuning als je sales en marketing strategie. De treden fungeren als stevige ondergrond om je klant in behapbare stapjes van A naar B te helpen en door middel van de leuning begeleid je ze om steeds de volgende stap binnen je klantreis te laten nemen naar je producten toe.



Een product aanbod heeft laagjes

Jouw ideale klant weet meestal in de beginfase niet wat hij of zij allemaal nodig heeft. Daardoor is het creëren van één groot product vaak mentaal en financieel veel te overweldigend.

Daarom help ik mijn klanten vaak in kleine stappen. Middels een gratis werkboek, een gratis online training/webinar of een workshop.

.De grootte van het stapje wat ze met mij durven te nemen wordt steeds groter omdat zowel het vertrouwen in zichzelf als in mij steeds groter wordt. En ook zullen ze steeds meer merken dat het werkt en het ze echt helpt. Maar ook voelen ze mijn betrokkenheid en oprechte interesse. Hierdoor zullen ze meer bereid zijn om een hoger bedrag te betalen.

Veel ondernemers vinden dit moeilijk omdat ze hun klant het liefst direct van het begin tot het einde helpen. Zij zijn zelf namelijk al op het eind punt en weten hoe fijn het daar is of hoeveel verschil het kan maken. Maar gun je klanten de tijd om ook op de punt zelf te komen. Vaak zijn ze al heel blij met de kleine stapjes die ze maken.

Natuurlijk kom je onderweg ook gewoon klanten tegen die gelijk weten wat ze nodig hebben en gaan voor jouw grote product. Hoe heerlijk is dat!



Jouw aanbod


Schrijf eens op wat jij voor productaanbod zou willen hebben. Hou daarbij rekening dat je voldoende gelaagdheid aanbrengt

Heb je een gratis product om mensen kennis te laten maken met jou en je product? Heb je een laagdrempelig instaproduct? En heb je een hoofd en midden product?

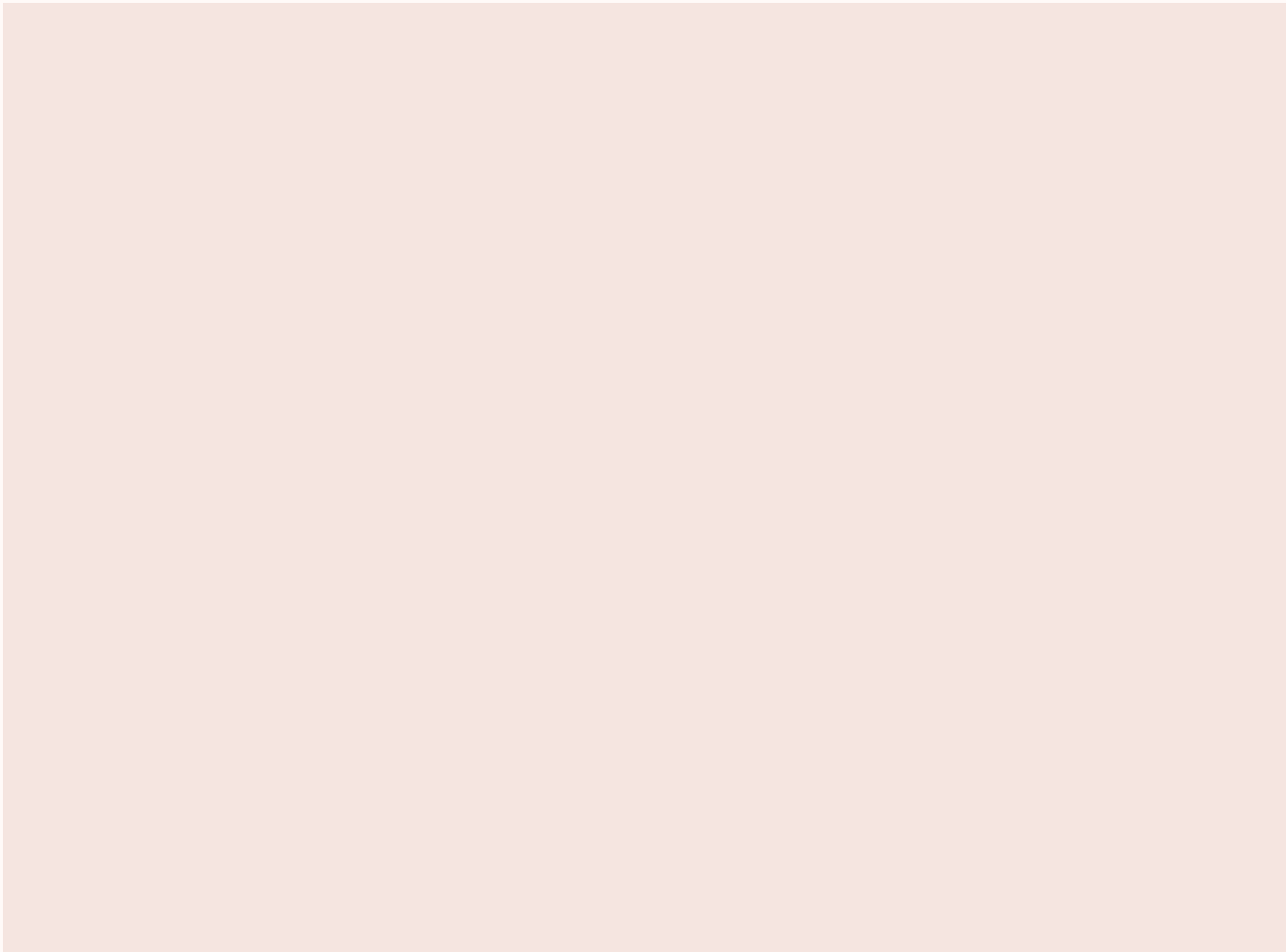


Laat de waarde van jouw product zien

Ik geloof niet in het uurtje factuurtje model. Jouw waarde en alles wat jij meenneemt aan kennis in kunde zit niet in dat ene uurtje. Jij investeert ook in jezelf, daarbij ben jij je hele bedrijf en daarvoor mag een klant zeker betalen.

Ik wil je uitdagen om een stap verder te denken dan de tijd die je per product kwijt bent. Stel jezelf eens de vraag; hoeveel kan dit product mijn klant uiteindelijk opleveren? Of misschien zelfs wel de wereld? En  dit hoeft niet per se iets materialistisch te zijn, zoals geld. Het kan ook juist een emotie zijn, zoals rust of zekerheid.

Staan de prijzen van jouw producten in verhouding tot de waarde die je ermee levert? Zo niet, pas ze dan hieronder aan.



Jouw klantreis en aanbod

Nog een 3 kleine opdrachten om je productaanbod scherp te stellen:

- Teken 2 horizontale lijnen op een stuk papier. De bovenste lijn representeert de 'pijn reis' van jouw ideale klant. Dit is hetgeen waar hij of zij nu allemaal tegen aan loopt en hoe hij of zij zich daarbij voelt.

De onderste lijn representeert jouw product aanbod. Deel de pijn reis van jouw klant op in fases en match je product aanbod hiermee.

-  Kijk daarbij eens goed naar het aantal uren wat jij kwijt bent per klant en of dit in verhouding staat tot wat je ermee verdient. Stel jezelf de vraag: Is mijn product niet te laag geprijsd voor wat ik aanbied?

- Misschien voelt een bepaalde prijs nu nog te hoog maar wil je uiteindelijk hier wel naar toe. Schrijf dan op welke stappen je wilt maken met jouw prijs om te komen tot de prijs welke je werkelijk waard bent.

Ik wil je hier bewust van maken en je vragen om vanaf nu zoveel mogelijk te stoppen met jezelf kleiner maken. Je bent meer dan goed genoeg en het waard om een prijs die vragen die bij jou past



Vind geen klanten voor je
producten. Vind producten voor je
klanten.

Seth Godin