

2 Casussen

Als je met je bedrijf bent begonnen en je wilt de eerste stappen gaan zetten naar zichtbaarheid, dan wil je natuurlijk weten wat je absoluut nodig hebt om van start te kunnen gaan. Een van de eerste dingen die je nodig hebt zijn 2 casussen die je kan dromen. Met een casus - verzonnen of echt - is het namelijk ontzettend handig om een ander uit te leggen, waarom jij er met je bedrijf bent. Iedere ondernemer kent ze: de verhalen die je al 100 keer verteld hebt over waarom het toen bij die klant mis ging, of waarom dat bedrijf daar steeds op vast loopt. Je dacht misschien dat die verhalen vooral leuk zijn voor tijdens een verjaardagsfeestje. Maar juist die casussen maken dat mensen zichzelf direct kunnen identificeren met jou als bedrijf en kunnen bepalen of ze iets met je moeten doen, gewoonweg omdat jij de oplossing bent voor hun probleem.

De casussen gebruik je vooral tijdens netwerkdates, borrels en losse contacten met mensen waarbij je denkt dat ze voldoen aan je klantprofiel maar je het nog niet zeker weet.

Opdracht 1 Bedenk je 2 probleemcasussen

Het doel is dat je uitkomt op 2 verhalen die je in maximaal 30 seconden per verhaal kunt vertellen (dus geen lappentekst en dingen die je niet kunt onthouden) Het gaat in dit geval niet over tijd. Ik wil vooral dat je het kunt brengen alsof je dit vorige week nog bij een klant bent tegengekomen.

Je casusomschrijving begint met: "nou dat is precies wat een klant van mij dus ook had. Hij wilde..., maar dat lukte niet omdat... Ik weet dat als je doet je dat gewoon niet meer tegenkomt, omdat je ..., ... en ... aanpakt en het daarmee is opgelost. Die klant heeft toen bij mij dienst X afgenomen waarin ik samen met hem dit probleem heb aangepakt." Of ...product X geadviseerd en daarmee was het direct klaar.

Behorend bij video:
Marketingmiddelen:
the must haves voor je
bedrijf
Bijgewerkt op:
8 juni 2018

Stel 2 casussen op.