Selluf.



1

Bepaal welke diensten de komende 3 maanden centraal staan en je salesplan

Maak het jezelf niet ingewikkeld en richt je niet op alles. Kies maximaal 2 diensten/producten waar je volledige aandacht in je communicatie op gericht gaat worden en laat de rest even voor wat het is.

2

Bepaal hoeveel klanten je per dienst/product in die 3 maanden wilt binnenhalen

Sales wordt veel gemakkelijker als je weet hoeveel klanten je nodig hebt om de omzet binnen te halen die je voor ogen hebt. Je weet wat je diensten/producten kosten, dus je hoeft enkel je doelstelling in omzet/klanten te stellen.

3

Bepaal de totale omzet per dienst voor de komende periode

Vermenigvuldig het aantal klanten maal het aantal producten of diensten dat je gaat verkopen Verdeel je omzet hieronder in 2 categorieeen. Zodat je kunt zien wat je gaat omzetten en wat de winst gaat zijn.

Totale omzet

Winstmarge

4

Bepaal de instapmomenten per dienst/product

Per wanneer wil je dat die dienst/product verkocht wordt? Is het een actieperiode of is er een speciaal instapmoment. Bepaal het moment en zorg dat je gemiddeld 4-5 weken hebt, om er over te kunnen praten.

5

Bepaal de hoeveelheid weken die je hebt tot aan het salesmoment

Nu je weet wanneer het instapmoment is, weet je dus ook hoeveel weken je hebt tot aan dat moment om ervoor te zorgen dat er publiek is dat het ook daadwerkelijk afneemt.

6

Bepaal het aantal contactmomenten dat je hebt in die hoeveelheid weken tot het salesmoment

Bepaal hoe vaak je per week wilt praten over je dienst/product. Afhankelijk van het aantal weken dat je hebt, kun je de frequentie opvoeren. Hetzelfde geldt voor de hoeveelheid kanalen die je wilt inzetten.

7

Bepaal per dienst 3 belangrijke onderwerpen waarop je dienst gebouwd is die je kunt uitleggen aan je doelgroep in de komende weken

Je marketing gaat de komende weken volledig over de dienst en producten. Bedenk 3 onderwerpen die het fundament vormen van je dienst/product. Wat lost het voor probleem op? Stel jezelf vragen als Wat, Wie, Hoe, Waar, Wanneer en Welke.

8

Maak in een apart document een mindmap van de onderwerpen en posts die je wilt gaan maken. Voeg ze aan dit document om het compleet te makem.

9

Bepaal welk onderwerp je via welk communicatiekanaal gaat verzenden

Je praat op meerdere kanalen dan alleen je Facebook. Inventariseer welke kanalen je wilt gebruiken en in welke periode van je salesweken, je ze beschikbaar hebt en wilt inzetten.

10

Stem af, focus op je aantal klanten die je nodig heb en Launch

Alles staat in de startblokken. Ga ervoor, praat erover, en belangrijker nog creëer schaarste door jezelf maar vooral je publiek scherp te houden op de hoeveelheid plaatsen die je nog beschikbaar hebt. Focus je op alleen die aantallen en laat de rest los. Zoek je klant overal



Hey jij,

wat ontzettend goed dat je orde op zaken gaat stellen en meer inzicht wil in wat je nu eigenlijk moet doen om je sales en marketing afgestemd te hebben op elkaar.

Ik hoop dat je met dit stappenplan in actie komt en gaat!

In Selluf member-only vindt je nog meer templates, werkboeken en -bladen die je echt helpen Selluf aan te pakken en door te pakken. Als je merkt dat het toch allemaal wat oppervlakkig voelt en je wilt écht doorpakken, dan is het Selluf Platform wellicht een goede aansluiting voor je. Vanaf €35 per maand beschik je over al mijn video's, programma's en lessen op de gebieden van marketing, sales, eigen waarde, financiën en meer.

BEKIJK SELLUF