

Stap 2 Maak je eerste weggever

Heb je helder wat je doel is voor de online tak van je bedrijf?
Wéét je waar je naartoe gaat?

Mooi, dan gaan we door naar de volgende stap: het maken van je eerste weggever.

Waarom?

Omdat je weggever de ingang is naar je online klantreis. Hier heb je iets simpels nodig om je weggever te kunnen delen, zoals een inschrijfformulier, bedanktpagina op je website en Mailblue. Het is vaak het allereerste contactmoment dat iemand met jou heeft. En juist dat eerste moment is superbelangrijk om te laten zien wie je bent, wat je doet en waarom jij degene bent die hun probleem kan oplossen.

Zie het als dat schaalpje met lekkere nootjes in de delicatessenwinkel: je laat iemand even proeven van wat je in huis hebt, zodat ze denken: *“Oeh, daar wil ik meer van.”*

Een goede weggever trekt je ideale klant aan. Richt hem op de specifieke situatie, wens of pijn van jouw ideale klant. Hoe specifieker, hoe beter. Te brede onderwerpen werken niet. Bijvoorbeeld: *“Informatie over lifestyle en balans”* is te vaag. *“De eerste 5 stappen naar jouw ideale lifestyle”* is scherp en doelgroepgericht.

Een goede weggever geeft direct waarde, maar niet alles. Lever iets wat iemand meteen kan toepassen, een quick win, maar laat ruimte voor nieuwsgierigheid.

Maar een goede weggever sluit ook logisch aan op je betaalde aanbod

Stel, je bent loopbaancoach en je weggever is een checklist met de 7 signalen dat je toe bent aan een carrièreswitch. Dan kun je afsluiten met:

‘Met deze checklist herken je of het tijd is voor verandering. In mijn traject onderzoeken we vervolgens welke richting écht bij jou past en hoe je die stap ook daadwerkelijk gaat zetten.’

Een goede weggever laat jouw aanpak en stijl zien. Mensen vragen je weggever niet alleen aan voor de inhoud, maar ook om te ervaren hoe jij werkt. Gebruik daarom je eigen voorbeelden en tone of voice, zodat ze al denken: *Met jou wil ik werken.*

En wat voor vorm kan dat aannemen? Denk aan: een checklist, korte video, quiz, mini-training of een simpele oefening die direct resultaat geeft.

Laat me een voorbeeld geven:

Een klant van mij is hoogbegaafdheidscoach. Voor haar kozen we een quiz met 10 vragen. Aan het einde kreeg je meteen de uitslag: waarschijnlijk hoogbegaafd of niet. Supersnel, waardevol en een perfecte ingang naar haar aanbod.

Dus, jouw opdracht: kies één concreet, waardevol stukje van jouw expertise dat je gratis weggeeft in ruil voor een e-mailadres. Iets dat direct laat zien hoe jij werkt