

Stap 3 Zet je eerste funnel en e-maillijst op

Nu is het tijd om je weggever aan te sluiten op je funnel en je e-maillijst, zodat alles automatisch gaat werken.

Maar eerst... wat is een funnel eigenlijk?

Simpel gezegd: het is de route die iemand aflegt van het moment dat ze jouw weggever aanvragen tot het moment dat ze klant worden.

Voor deze stap heb je een e-mailmarketingprogramma nodig, een inschrijfformulier of landingspagina en een bedanktpagina.

Zie het als op reis gaan: in stap 1 heb je je koffer ingepakt en besloten waar je heen wilt. Je weggever is je instapkaart. De funnel is alles wat er gebeurt vanaf het moment dat je op het vliegveld aankomt, door de security gaat en het vliegtuig instapt tot je op je bestemming bent.

En het mooie is: veel van die stappen kun je helemaal automatisch laten verlopen.

Hoe werkt nou zo'n funnel?

- **Allereerst is er een aanmeldpagina of inschrijfformulier** waar iemand zijn naam en e-mailadres achterlaat in ruil voor je weggever.
- **Een bedanktpagina** waarop je bevestigt dat hun aanvraag gelukt is, en waar je eventueel alvast een vervolgstap aanbiedt, zoals een gratis kennismakingscall.
- **Met de e-mailautomatisering op weggeverfunnel verstuur je de weggever** en daarna een paar waardevolle opvolgmails, zodat mensen jou beter leren kennen en zien wat je nog meer te bieden hebt, met als doel vertrouwen opbouwen en ze warm maken voor de volgende stap in hun klantreis.

Waarom dit zo belangrijk is?

Omdat je hiermee loskomt van social media. Daar ben je afhankelijk van een algoritme dat bepaalt wie jou berichten ziet en dat algoritme verandert continu. Je bereik kan zomaar kelderen, zonder dat jij iets anders hebt gedaan of nog erger: jouw social media platform stopt ermee, al je volgers in 1 x weg.

Met een e-maillijst heb jij de regie. Jij bepaalt wanneer je contact opneemt, wat je stuurt en hoe vaak.

En via je funnel kun je iemand stap voor stap meenemen in een persoonlijke klantreis.

E-mailmarketing hoeft helemaal niet onpersoonlijk te zijn. Schrijf je mails alsof je tegen één persoon praat. Sluit aan bij waar zij op dat moment staan en geef ze het gevoel dat ze gezien worden.

Laat me een voorbeeld geven:

Ik had laatst zelf een online training gekocht en een paar dagen later kreeg voor precies datzelfde product een mail met daarin de melding: Je hebt nog maar 2 dagen de tijd om deze training te kopen. Je raadt het al: ik dacht echt "Huh? Dat heb ik toch al?".

Ze hadden me beter van deze mailing uit kunnen sluiten, want je wil iets aanbieden wat past bij de volgende stap in de klantreis.

Zorg dus voor een logische en persoonlijke klantreis en bouw de relatie verder uit, door waarde te delen, vragen te stellen en te laten zien dat je écht begrijpt waar je klant staat en dat jij degene bent die de oplossing heeft voor hun wens, pijn of probleem