

Storytelling Sales Wizard

MONEYTIZE INSTAGRAM ADHV

Stories

@copyrightoliviajones



Hi, ik ben Olivia! 🙋

Als online programma experte en energetisch coach voor ondernemers verwelkom ik je met open armen in de wereld van mogelijkheden. Mijn missie is om vrouwen van alle leeftijden te begeleiden en te inspireren op hun pad naar succes. ✨

Ik geloof oprecht dat jouw emoties, gedachten en de frequentie waarop die elementen vibreren jouw werkelijkheid creëren. Met behulp van mijn achtergrond in psychologie en neurowetenschappen leg ik je uit hoe je deze kracht kunt benutten. 🧠✨

In mijn ebook "Storytelling wizard" neem ik je mee in de mogelijkheden op social media meer bepaald, Instagram. Ik zie ondernemers ploeteren op social media om dergelijk bereik te halen en volgers.

De afgelopen twee jaar heb ik het voorrecht gehad om honderden vrouwen te helpen op hun reis. Met succes heb ik drie online programma's ontwikkeld die zich richten op mindset, online & aligned ondernemen, strategie, sales en marketing. Lanceren is voor mij het leukste wat er is. Met fun en plezier heb ik mijn omzet en winst ieder jaar verdubbeld gedurende de afgelopen drie jaar.



Het leuke aan online ondernemen is dat het je de vrijheid geeft om te werken waar en wanneer je maar wilt. Geen vaste uren of locatiegebonden beperkingen. Je kunt jouw eigen agenda bepalen en flexibel zijn in het indelen van je tijd. Dit betekent meer quality time met je dierbaren en de mogelijkheid om te reizen terwijl je jouw bedrijf runt. 🌍✈️

En weet je wat zo geweldig is? Exponentiële groei is mogelijk in de online wereld. In slechts twee weken tijd heb ik bijvoorbeeld een omzet van €63.000 behaald. Dit bewijst dat met de juiste strategieën en mindset-shifts, alles mogelijk is. Jouw potentieel is grenzeloos! 💰👊

Laat ons beginnen met het moneytizen van jouw instagram stories



Inhoudsopgave

1. Het belang van Visuele branding
2. Het belang van persoonlijke branding
3. Moet ik mijzelf echt laten zien, Olivia?
4. De psychologie achter het koopproces
 - 4.1 De Klantenreis: Know, Like, Trust
 - 4.2 Know (Kennismaking)
 - 4.3 Like (Sympathie)
 - 4.4 Trust (Vertrouwen)
 - 4.5 Psychologie van Koopgedrag
 - 4.5.1 Schaarste
 - 4.5.2 Urgentie
 - 4.5.3 Sales secrets
5. Moneytize jouw socials
 - 5.1 De 5 fundamentele stappen om je volgers klanten te maken
 - 5.2 De 5 types story content die je nodig hebt om jouw aanbod te verkopen
 - 5.2.1 Transparantie content
 - 5.2.2 Documentatie content
 - 5.2.3. Community content
 - 5.2.4 Creatie content
 - 5.2.5. Serve & sell content
6. Storytelling Sales Wizard inspiration guide
7. Storytelling Sales Wizard prompts
8. Storytelling Sales Wizard templates
9. Storytelling Sales Wizard sales scripts





7.2 Prompts & templates documentatie content

7.2.1 Prompts documentatie content

7.2.2 Templates documentatie content

7.3. Prompts & templates community content

7.3.1 Prompts community content

7.3.2 Templates documentatie content

7.4 Prompts & templates creatie content

7.4.1 Prompts creatie content

7.4.2 Templates creatie content

7.5. Prompts & templates Serve and sell content

7.5.1 Prompts Serve en sell content

7.5.2 Templates Serve en sell content





1. Inleiding: Wat er misgaat en waarom je niet verkoopt via je stories 😞

Jeetje, laten we eerlijk zijn, het verkopen van digitale producten via Instagram lijkt soms harder dan een marathon rennen! 🏃 Je bent snel buiten adem en je komt jezelf af en toe tegen. Ondanks al die prachtige foto's en doordachte hashtags, lijken de gewenste verkoopcijfers maar niet te komen. Herkenbaar? Je bent niet alleen. 😞

In dit geweldige eBook, genaamd "Storytelling Wizard," gaan we dieper graven in de magische wereld van Instagram-verhalen en hoe je ze kunt gebruiken om die digitale producten van jou de deur uit te laten vliegen!



We gaan het hebben over de veelgemaakte fouten en struikelblokken die ondernemers tegenkomen bij het verkopen van hun digitale juweeltjes en waarom sommige mensen maar geen grip kunnen krijgen op die verkopen. 😞

Maar maak je geen zorgen, we gaan niet alleen problemen benoemen, we bieden oplossingen! We nemen je mee op een reis door de klantenreis, onthullen enkele slinkse marketingtrucs 📖 en duiken diep in de psychologie achter dat rare koopgedrag, zoals waarom mensen eerder op de groene knop klikken dan op de blauwe. ❤️🔵





Terwijl we op deze reis zijn, zullen we ook naar het hart van je klanten gaan om te begrijpen wat hen pijnigt en wat ze intens verlangen. En als klap op de vuurpijl introduceren we de geweldige "Hook Story Offer" - methode! 🧑🏻‍🎓📖💰

Dit is als het toverstokje waarmee je jouw producten kunt presenteren op een manier die je doelgroep betovert en betreft.

En ik heb zelfs een handige lijst met hooks voor je samengesteld om je te inspireren bij het maken van geweldige content voor je Instagram-verhalen. 📝📷

Daarnaast zullen we je meenemen door een stapsgewijze handleiding over hoe je van een "Hook, Pijn, Verlangen, Verhaal" naar een aanbod kunt gaan via Instagram-verhalen. 📈📱

Dus laten we samen deze magische reis maken door de wereld van Instagram-verhalen en digitale productverkoop! En hey, als je onderweg nog meer wilt leren en geïnspireerd wilt raken, hebben we zelfs een geweldige plek voor je in onze Rebelpreneur Academy. Daar duiken we nog dieper in de kunst van het ondernemen. 🌟🚀

Blijf bij ons terwijl we de geheimen van Instagram-verhalen en digitale productverkoop ontrafelen, en laten we samen groeien en schitteren! 💪🌈💎

1. Visuele branding

Visuele branding is als de unieke stijl van je merk 🧑🎨.
Het omvat je logo, kleuren, lettertypes en afbeeldingen.



Waarom is het belangrijk? 😊 Omdat het helpt je merk te onderscheiden, geloofwaardigheid op te bouwen en een emotionele connectie met klanten te maken. 🚀

Consistentie is de sleutel! 🔑 Overal dezelfde visuele elementen gebruiken is een must voor herkenbaarheid.



Kortom, visuele branding is cruciaal voor herkenning, vertrouwen en klantenbinding. ☀️😊

Welke 3 of 4 lettertypes kies je?

Titel:

subtitel:

doorlopende tekst:

accent:

Welke kleuren kies je?

#

#

#

#

Font en kleur op Instagram?

2. Persoonlijke branding

Persoonlijke branding is het proces waarbij individuen zichzelf en hun carrière positioneren als een merk. Het houdt in dat je bewust je unieke kwaliteiten, vaardigheden, waarden en persoonlijkheid gebruikt om jezelf te onderscheiden van anderen. Dit helpt bij het opbouwen van een positieve reputatie en het creëren van een consistente en herkenbare indruk bij anderen, zowel professioneel als persoonlijk. Het doel is om vertrouwen en geloofwaardigheid op te bouwen en kansen te creëren in je carrière en leven. Dit kan onder meer omvatten hoe je jezelf online presenteert, je netwerk opbouwt en hoe je jezelf zichtbaar maakt in de gewenste branche of markt. 😊☀️

Wat zijn de dingetjes die echt bij je passen die je kan gebruiken in je branding? Wat maakt jou, jou? Wat ga je laten zien?

3. Moet ik mijzelf echt laten zien, Olivia?

Het laten zien van jezelf op social media kan zeker van invloed zijn op je verkoopsucces, maar het is niet de enige factor. Hier zijn enkele overwegingen:

1. **Bouwen van Vertrouwen:** Het tonen van jezelf op social media kan helpen bij het opbouwen van vertrouwen bij je publiek. Mensen willen zaken doen met mensen, niet alleen met merken. Door jezelf te laten zien, kun je een persoonlijke connectie opbouwen en een menselijk gezicht geven aan je bedrijf.
2. **Authenticiteit:** Authentiek en transparant zijn op social media kan je helpen om geloofwaardigheid te verwerven. Klanten waarderen eerlijkheid en echtheid, en dit kan positieve invloed hebben op je verkoopinspanningen.
3. **Verbinding met je Publiek:** Door jezelf te laten zien en persoonlijke verhalen te delen, kun je een diepere verbinding opbouwen met je publiek. Dit kan leiden tot loyale klanten die meer geneigd zijn om bij je te kopen.



4. Deskundigheid en Waarde: Naast jezelf laten zien, is het delen van waardevolle inhoud en expertise belangrijk. Het laten zien van je kennis en het bieden van oplossingen voor de behoeften van je publiek kan een positieve invloed hebben op je sales.

Aan de andere kant is het belangrijk om te onthouden dat het afhankelijk is van je branche en doelgroep. Sommige bedrijven en klanten geven de voorkeur aan een meer formele benadering. Het is belangrijk om jezelf en je merk te presenteren op een manier die aansluit bij je doelgroep.

In het kort, het laten zien van jezelf op social media kan gunstig zijn voor het opbouwen van vertrouwen en verbindingen, maar het is slechts een onderdeel van een succesvolle salesstrategie. Het is belangrijk om evenwicht te vinden tussen je persoonlijke presentatie en de behoeften van je klanten.

Wanneer je het spannend vindt, volg dan deze stapjes:

- Laat een video van je voeten zien en laat je stem horen. Laat zien hoe je iets openmaakt en vertel er bij wat je doet
- Neem een foto van jezelf en typ er tekst bij in een font die bij je branding past
- Spreek nu iets in en film je gezicht. Laat jezelf helemaal zien!

Wat iedereen denkt te weten maar waar niemand echt iets mee doet. Sla deze stap niet over! 🙏

4. De psychologie achter het koopproces

4.1 De Klantenreis: Know, Like, Trust

Wacht even! 🙅

Ik weet wat je denkt.

Niet weer die klantenreis. Dit is zoooo boring!

I know! Het is de saaiste materie ooit en toch is het de fundering van je bedrijf.

Dit gaat over veel meer dan over de reis die je klanten doorlopen. Dit gaat namelijk niet alleen over dat je potentiële klanten jou leer kennen. het gaat over over dat jij hen moet leren kennen en dat je op basis daarvan de reis gaat bepalen. Maar Olivia, dat is zo moeilijk. Hoe kan ik weten wat mijn klanten denken en voelen? Jij voelt weerstand op het uitgebreid uitzoeken wat je klant precies denkt, wilt en voelt omdat het van je vraagt dat je gaat invoelen bij hen. Dat is net wat je ontleert bent en daarom is het lastig. Je moet er bij gaan zitten met pen en papier en in the costumer zone gaan hangen. Dat vraagt wat van je maar dit deel gaat je geld opbrengen. Veel geld. Dus let op!

4.2 Know (Kennismaking)

In de eerste fase van de klantenreis gaat het erom je doelgroep kennis te laten maken met wie je bent en wat je te bieden hebt. Instagram-verhalen zijn een uitstekend platform om jezelf te introduceren. Deel persoonlijke verhalen, achtergrondinformatie over jezelf en je bedrijf, en laat zien waarom je passie hebt voor wat je doet. Gebruik de "Know" fase om je merkidentiteit te vestigen en een herkenbaar gezicht te worden voor je volgers.

Eerst moet je de klantenreis goed begrijpen. Ga intunen met jezelf en bekijk even wat er met jou gebeurde toen je dit ebook hebt aangekocht. Hoe heb je mij leren kennen?

Mond aan mond, Instagram?

Wat voelde je toen je mij voor de eerste keer zag, offline of online? Je ging doorheen mijn profiel. Je kon even goed, voelen dat ik niet voor je was en dat je mij niet leuk vond. Toch bleef je hangen. Misschien voelde je herkenbaarheid. Misschien passeerde iets in mijn stories of reels die je aandacht trok. Waren het de kleuren, stukjes tekst?

Was het mijn energie? (hoor ik zo vaak :))

Merk op bij jezelf welk gevoel ik je gaf. Ik gebruik authentieke kenmerken van mijzelf (zoals een roze pen, haar nonchalant, ik hang veel in de zetel, sportkledij, happy vibes, mijn stemgeluid, gebaren met mijn handen, west-vlaams accent, leuke kleurtjes etc...

4.3 Like (Sympathie)

Zodra je volgers je beter hebben leren kennen, is het tijd om een emotionele band met hen op te bouwen. Dit gebeurt in de "Like" fase. Deel verhalen en inhoud die je doelgroep aanspreken en waarin ze zich kunnen herkennen. Laat je menselijke kant zien door persoonlijke anekdotes te delen en empathie te tonen voor de uitdagingen en verlangens van je volgers. Het doel is om positieve emoties op te roepen en een gevoel van verbondenheid te creëren. Storytelling gaat over het vertellen van doorbraken die je hebt gecreëerd voor jezelf. Je hebt een pijn gevoeld, je doorliep een proces, je had een verlangen om van een punt A naar een punt B te komen. Je hebt het gehaald. Dit is een mega doorbraak. hoe heb je dat gedaan?

Een film is net zo opgebouwd. Er is altijd een good guy(jij) en een bad guy (ziekte, werkgever, probleem). Jij kan in verschillende stories, jouw verhaal vertellen. Ideaal zou zijn 15 tot 20 stories.

Begin met een goede hook zoals: Dit had ik nooit verwacht of Fuck, heb ik weer! Ga niet zomaar een hook bedenken. Duik in de mentaliteit van jouw ideale klant. Voel waar groei zit en creëer daaromtrent een fantastisch verhaal. Hoe dan, Olivia? No worries, dit komt meteen aan bod! We gaan het samen helemaal uitspitten.

💡 Tip: Wat vond je zo herkenbaar aan mijn stories of stories van anderen? Welke verhaal triggerde je? Welke woorden vond je catching?

4.4 Trust (Vertrouwen)

Het hoogtepunt van de klantenreis is de "Trust" fase. Hier draait alles om het opbouwen van vertrouwen en geloofwaardigheid bij je publiek. Je kunt dit doen door waardevolle kennis te delen, oplossingen te bieden voor problemen waarmee je doelgroep wordt geconfronteerd, en bewijs te leveren van je expertise. Instagram-verhalen kunnen worden gebruikt om getuigenissen van tevreden klanten te delen, statistieken en resultaten te presenteren, en inzicht te geven in de voordelen van jouw digitale producten. Op een bepaald moment ben je mij beginnen vertrouwen. Ik heb je aangetoond dat ik een expert ben en een autoriteit in mijn vak. Anders was je niet hier. Ik heb waardevolle kennis met je gedeeld waarvan je dacht: Ze weet waarover ze praat. Daarnaast heb ik je laten zien dat wat ik onderwijs, dat dat effect heeft. Mensen zijn er wat mee. Het werkt niet alleen voor mijzelf maar ook voor anderen.

💡 Tip: Deel case-studies en succesverhalen om het vertrouwen in je producten of diensten te versterken. Laat zien hoe anderen hebben geprofiteerd van wat je te bieden hebt.

Side note:

De klantenreis is een continu proces, en het is belangrijk om geduldig en consistent te zijn terwijl je volgers door deze stappen leidt. Door "Know, Like, Trust" effectief te gebruiken in je Instagram-verhalen, kun je een sterke en loyale klantenbasis opbouwen die graag jouw digitale producten zal kopen. ✨🌟



4.5 Psychologie van Koopgedrag

Schaarste en Urgentie

Een diepgaand begrip van de psychologie van koopgedrag is essentieel om succesvol digitale producten te verkopen via Instagram-verhalen. In dit hoofdstuk duiken we in enkele krachtige principes, waaronder schaarste en urgentie, die aanzienlijke invloed hebben op de beslissingen van potentiële klanten.

4.5.1 Schaarste

Schaarste is een psychologisch principe dat berust op het idee dat mensen vaak gemotiveerd worden door de angst om iets te missen wat beperkt beschikbaar is. Dit is een fenomeen dat we dagelijks tegenkomen, van beperkte oplages van luxeproducten tot tijdelijke aanbiedingen in de supermarkt. Het idee dat er slechts een beperkte hoeveelheid van iets is, kan mensen aanzetten tot actie.

Hoe kun je schaarste in je Instagram-verhalen gebruiken?

- Limited-time aanbiedingen: Creëer een gevoel van schaarste door tijdelijke aanbiedingen te promoten. Bijvoorbeeld, "Alleen dit weekend, 20% korting!"
- Beperkte voorraadmeldingen: Als je digitale producten verkoopt, kun je aankondigen dat er slechts een beperkt aantal exemplaren beschikbaar is. Dit kan de druk op potentiële klanten verhogen om snel te handelen.
- Exclusieve toegang: Bied exclusieve toegang aan een selecte groep mensen, zoals je Instagram-volgers, en benadruk dat dit een unieke kans is.



4.5.2 Urgentie

Urgentie is nauw verbonden met schaarste en richt zich op het creëren van een gevoel van onmiddellijke noodzaak. Mensen zijn eerder geneigd te handelen als ze voelen dat er dringend iets moet gebeuren. Urgentie kan op verschillende manieren worden benadrukt:

- Tijdsdruk: Gebruik tijdslimieten om aan te geven dat een aanbieding binnenkort afloopt. Dit kan een countdown-timer zijn in je Instagram-verhaal of een expliciete vermelding van de sluitingsdatum.
- Beperkte beschikbaarheid: Benadruk dat de beschikbaarheid beperkt is, of het nu gaat om producten, diensten of toegang tot speciale evenementen.
- Aankomende veranderingen: Als er wijzigingen op komst zijn, zoals prijsverhogingen of nieuwe voorwaarden, breng deze dan onder de aandacht om een gevoel van urgentie te creëren.

💡 Tip: Gebruik zowel schaarste als urgentie met zorg. Zorg ervoor dat je eerlijk en transparant bent over je aanbiedingen en deadlines om het vertrouwen van je klanten te behouden. Het begrijpen en toepassen van schaarste en urgentie in je Instagram-verhalen kan een krachtige motivator zijn voor potentiële klanten. Het creëert een gevoel van haast en exclusiviteit dat hen kan aanzetten tot actie, wat resulteert in meer verkopen van je digitale producten. ✨🕒🌟



4.5.3 Sales secrets

Er zijn zoveel elementen die je kan toepassen in je sales. 1 daarvan is:

The hype.

Ga even na wanneer jij het laatst van iemand gekocht hebt. Waarom heb je voor die persoon gekozen? Er zijn zoveel merken die hetzelfde verkopen en toch koos je om jouw geld te geven aan die ene persoon of dat ene bedrijf.

Het heeft vast met vertrouwen te maken. Je weet dat wat je koopt dat het een bepaalde waarde heeft en houdt. Moest er iets mis zijn met je aankoop dan vertrou je erop dat je een nieuw exemplaar ontvangt ofwel dat je je geld terugkrijgt.

Er is slechts 1 iets waardoor je dit allemaal vergeet. Het vertrouwen, de veiligheid die je voelt als je je geld uitgeeft doen er niet als je...

...HELEMAAL VERLIEFD bent op het aanbod en als het een no brainer aanbod is en een probleem van jou gaat oplossen of een verlangen van jou gaat invullen waarvan je voelt dat iets is wat je zo graag wenst!
THE MUSTHAVES!

Voorbeeld: Dyson haardroger, Steampod,
Dit zijn dingen die gehyped worden en ondanks



5. Moneytize jouw socials

Voor we content gaan maken, gaan we even brain stormen omtrent welke content we gaan creëren voor onze volgers die we klant willen maken. Het is van belang dat je intuned met de energie van je lievelingsklant.

Beschrijf haar in detail zoals je eerder gedaan hebt in het werkboek. Ik weet het. Remember, dit is nodig en bepaald jouw omzet! Sla deze stap niet over.

Side note: Soms is het makkelijker als je een mood board maakt van je ideale klant om de pijn en het verlangen weer te geven. We raden je aan om een mood board te maken van haar verlangens en haar pijn punten. Neem de app Pinterest er bij en creëer de 2 boards. Telkens je content creëert tunc je in. Dit doet wonderen voor je sales.

Op de volgende pagina's kan je fiches invullen volgens pijnpunten, verlangens en wat de verhalen zijn die je kan inzetten op social media en in je mails. Neem hiervoor je tijd. Dit wordt de kapstok voor al je content. Je kan steeds opnieuw hier komen kijken. Ik raad je aan om de fiches in te vullen op je laptop en a la pen en papier. Jouw tijd is het meest kostbare die je hebt. Het is de bedoeling dat je dit op je computer hebt staan op een app of systeem die met je smart phone verbonden is. Op die manier heb je het maar te kopiëren en te posten. De geschreven tekst kan je over en over gebruiken. Je hoeft het niet steeds opnieuw uit te vinden.

💡 Tip: Heb je nieuwe ideeën? Denk niet dat je het zal onthouden maar zorg dat je het onmiddellijk in de app neer typt. Inzichten, nieuwe ideeën zijn zo ontzettend waardevol. Het universum stuurt je die fantastische ingevingen vooral wanneer geen ruis in je hoofd is en wanneer het mag door komen. Maak er gebruik van en behandel ze als waardevolle cadeautjes die ontzettend veel kunnen doen voor je sales.

Welke apps kan je hiervoor gebruiken?

Je kan Google drive gebruiken of je Notitie app op je mobiele telefoon (er is geen undo knop dus wees voorzichtig dat je geen tekst wist). Gebruik een app die je makkelijk kan gebruiken op laptop en mobiele telefoon. D.w.z. dat ze 2 app synchroon lopen op beide toestellen en dat ze continu ge update worden als er iets aangepast wordt op beide toestellen.

PIJN

DUIK IN DE PIJN VAN JE KLANT. WAT IS MOEILIJK? HIER ENKELE VOORBEELDEN.

Teleurstelling na elke lancering. Schaamte. Gevoel van onkunde en onmacht. Niet weten wat er precies is fout gegaan?

Je wilt bewijzen dat je wel succesvol bent en je wilt aantonen aan iedereen die ooit aan je onderneming twijfelde dat je het wel kan.
#faalangst

Je behaalt niet de resultaten die je wilt. Er is geen interactie met je klanten. Je staat te schreeuwen in een lege zaal. De opkomst is mager.

Je twijfelt om de handdoek in de ring te gooien en te stoppen met je onderneming. "Ik zou veel beter in loondienst werken" maar toch voel je nog vuur.

Je denkt dat je te weinig volgers hebt om te lanceren.

Je bent bang voor meningen van anderen

Je hebt het gevoel dat anderen die hetzelfde doen en dat ze meer weten dan jij. Wie ben ik om...

Je stopt mega veel energie in een lancering maar hetgeen je er voor terugkrijgt is nihil

Je voelt dat je kennis in techniek je ontbreekt. Je wordt er zenuwachtig van en het duurt te lang om iets klaar te zetten.

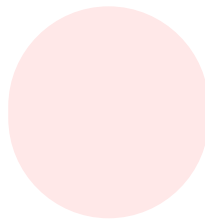
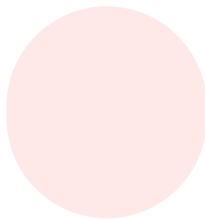
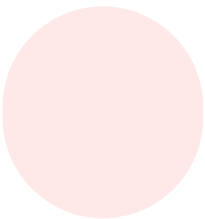
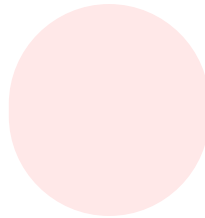
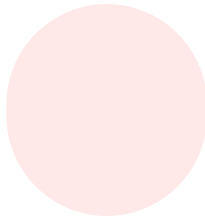
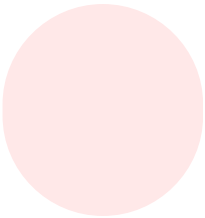
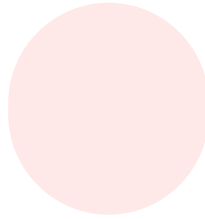
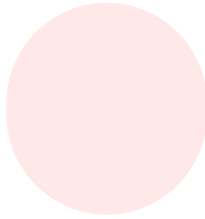
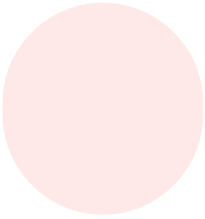
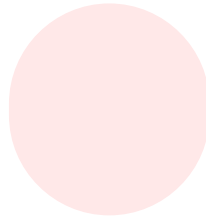
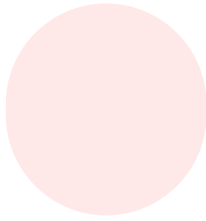
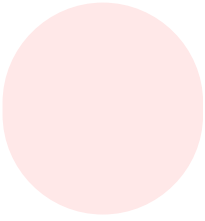
Je wilt niet zichtbaar zijn op instagram maar wel succesvol zijn

Je bent een krak in je vak maar verkopen lukt je niet

Vanaf je praat over jouw aanbod heb je het gevoel dat mensen weglopen. Sales doen voelt oncomfortabel voor je.

PIJN

NU IS HET AAN JOU! LET'S GO!



VERLANGEN

WAT IS HETGEEN JE KLANT WILT? WAT
VINDT ZE HET EINDE? HIER ENKELE
VOORBEELDEN.

Onafhankelijkheid
van je partner. You
are self made.

Je bent zichtbaar op
social media en je
ontvangt ontzettend
veel leuke reacties
omtrent jouw content

Jouw klanten sturen je
berichtjes met: Je
geloof het nooit! Dat
had ik nooit
verwachten. De
successen die gebeekt
worden met jouw
aanbod zijn eindeloos

Je inkomsten stroom
groeit met de dag. Hoe
meer plezier je hebt,
hoe meer
inschrijvingen er
komen. Je had dit nooit
verwacht.

Je voelt je
aangemoedigd in je
bedrijf omdat jouw
klanten al staan te
wachten op jouw
volgende aanbod. Ze
willen meer van je.

Je voelt de vrijheid om
te kopen wat je wilt en
te gaan en staan waar
je wilt. Je bent
succesvol en dat opent
zoveel deuren voor je

Jouw aanbod is
makkelijk te schalen.
Je weet perfect wat te
doen als je meer
inkomsten wilt
genereren.

Je neemt tijd om zelf te
groeien als
ondernemers en daar
is ruimte voor. Er is tijd
om leuke dingen te
doen en om naar de
spa te gaan.

Je hebt geleerd alles te
automatiseren en slim
te ondernemen. Je
geniet enorm van het
proces dat je lekker uit
eten gaat en dat toch
de inkomsten binnen
komen.

Je kan in het moment
echt genieten van je
gezin. Je hebt gevoel
dat je echt leeft. Je
bedrijf loopt door
zonder dat je effectief
aanwezig bent.

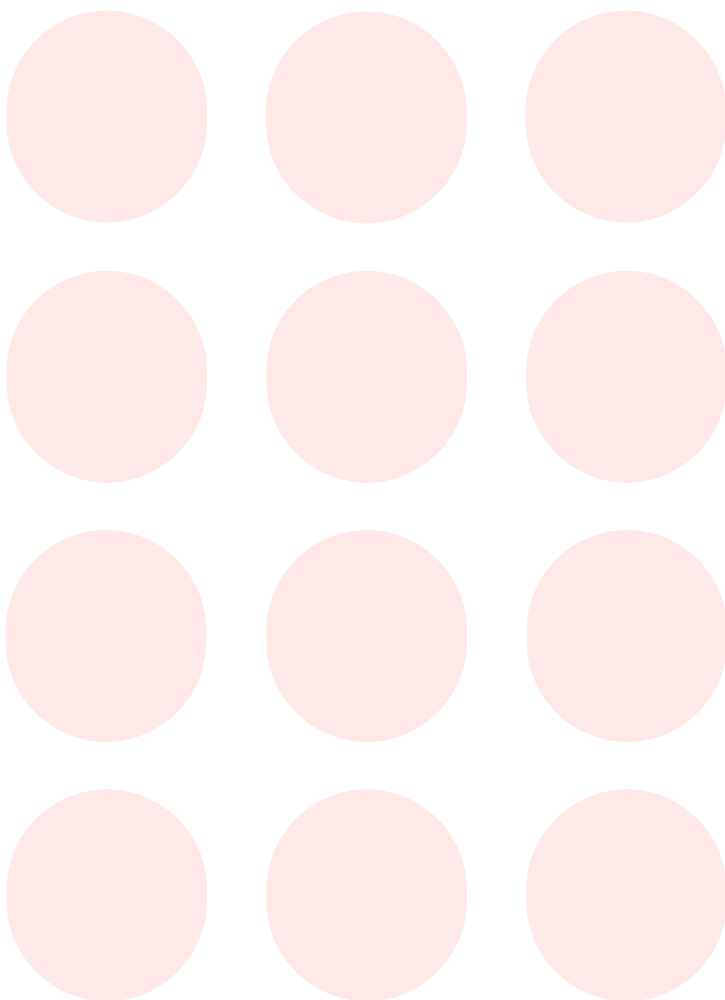
Je weet dat je je niet
hoeft de bewijzen. De
cijfers liegen niet.

Je hebt de code
gekraakt en dat geeft je
een fantastisch gevoel.

Je kan niet meer
zonder de lazy Launch
Club. De vibe is daar
hoog en je vindt het
super successen te
delen in de groep. Je
voelt dat je gedragen
wordt en dat je dit niet
alleen doet.

VERLANGEN

NU IS HET AAN JOU! WHOOP! WHOOP!



STORY TELLING

WAT HEEFT JOU VAN PUNT A NAAR PUNT B GEBRACHT?
"DOORBRAAK VERHALEN" DE OPPORTUNITEIT

**NICHE VERNAUWEN
IS ECHT ECHT ECHT
NOODZAKELIJK!**

ik had niet de durf om een niche te kiezen.
Ik wilde er voor iedereen zijn omdat ik zoveel mogelijk mensen wilde bereiken en ik sneed in mijn eigen vingers.

ik had niet door hoe diep ik mocht duiken in mijn why en niche. Er wordt zo random over gedaan maar er wordt licht over gegaan. Dit is de fundering van je bedrijf. Je niche vernauwen is nodig! Het is bepalend voor hoeveel omzet je gaat maken. No kidding. Het is saai en ik zocht steeds afleiding om dit niet te moeten doen. Het is zelfs super moeilijk maar als je dit hebt staan, beloof ik je dat je goud in handen hebt.

**SLAAGKANS OP DIT VRIJE LEVEN ZOU 1
OP EEN MILJARD ZIJN. DAN ZOU
WILLEN ZEGGEN DAT IK EN SLECHTS 6
ANDEREN SUCCESVOL ZIJN IN ONLINE
ONDERNEMEN.**

Iedereen verklaarde me zot. Waarom zou ik online beginnen lesgeven? Waarom zou ik mijn veilig plekje in het ziekenhuis opgeven om een risicovolle stap te zetten?
Het is dan ook zo'n mooie job. Hoe kan je dat opgeven? Als ik ets geleerd heb, dan is het wel denken voor mijzelf. De mensen die mij die raad gaven en die het minst in mijn online onderneming geloofden, zijn diegene that don't know shit. Als je het werk doet kan je over 6 maanden een heel nieuw leven hebben onafhankelijk van plaats en tijd. Jij bent de baas en niemand anders. Vraagt het om dapper te zijn? Het enige wat het van je vraagt is om naar je verlangens te luisteren en je ego en z'n agnsten aan de kant te schuiven. Succes gegarandeerd..

**ONDERNEMEN IS HET SPEL SPELEN EN ALS JE
HET SPEL NIET KAN SPELEN DOOR DRUK OF
STRESS GA DAN TERUG NAAR HET NIVEAU
WAARDOOR JE WEER VOELT DAT JE KAN SPELEN**

Ik had hoge verwachtingen. De ene na de andere teleurstelling kwam op mij af, ik voelde druk om te presteren. mijn concullega's deden het immers zo goed.

Ik wilde vooruit. Ik deed mijn lancering niet vanuit de juiste energie. Het voelde niet meer als spelen maar als presteren.

**HOE MEER IK MIJN
BEDRIJF SERIEUS NAM EN HOE BETER
IK WERD IN HET OPVOLGEN VAN
DE CIJFERS VAN MIJN BEDRIJF HOE MEER
GELD
IK VERDIENDE**

Ik wist niet dat ik van zo'n schaarste mindset kon schakelen naar een wealthy life. ik was zo erg verkocht aan mijn levensstijl. Het is voor mij het mooiste cadeau ooit! Het mooiste moment was voor mij dat ik merkte dat ik serieuze winst maakte en dat er veel meer was dan nodig. Ik kon investeren. Ik mocht dingen kopen die ik leuk vond zoals een Chanel handtas en designer kledij. Maar ook het moment dat ik zag dat mijn inkomsten voor het komende jaar verzekerd was voor meer dan 60 000 euro. Ik moest daar niets meer voor doen. Het stroomde iedere maand en elke dag binnen.

STORY TELLING

WAT ZIJN DE VERHALEN VAN JE
POTENTIËLE KLANT? WAT HEEFT
HEM/HAAR VAN PUNT A NAAR PUNT B
GEBRACHT?
"PRODUCT DOORBRAAK VERHALEN"

Katrien wilde een online programma maken maar ze liep vast op het feit dat ze geen thema kon vinden. In de training ontdekte ze dat ze een heel programma kon maken over trimmen van katten op de meest rustgevende manier. Haar niche was meteen duidelijk. Ze heeft goud in handen dankzij een winstgevende topic en duidelijke niche.

Sylvia was een beginner in het online ondernemersschap. Ze wist welke topic ze zou kiezen maar ze had absoluut geen idee hoe techniek werkte en welke stappen ze moest volgen. Dankzij de korte share screening video's en templates was het zo simpel als kopie paste om haar online training te maken.

Debby had een drukke job. Ze wilde meer tijd en vrijheid. Ze twijfelde om mee te doen aan The lazy launch club want wanneer zou ze ooit te tijd vinden om te lanceren. Ze volgde het stappenplan en maakte gebruik van de korte en no nonsens video's. Elke dag werkte ze 30 minuten aan haar online programma. NU Letterlijk 4 maanden later is haar eerste lancering achter de rug en ze verdiende 20 000 euro. Ze kan haar job opzeggen en doen wat ze echt vanuit haar hart graag doet.

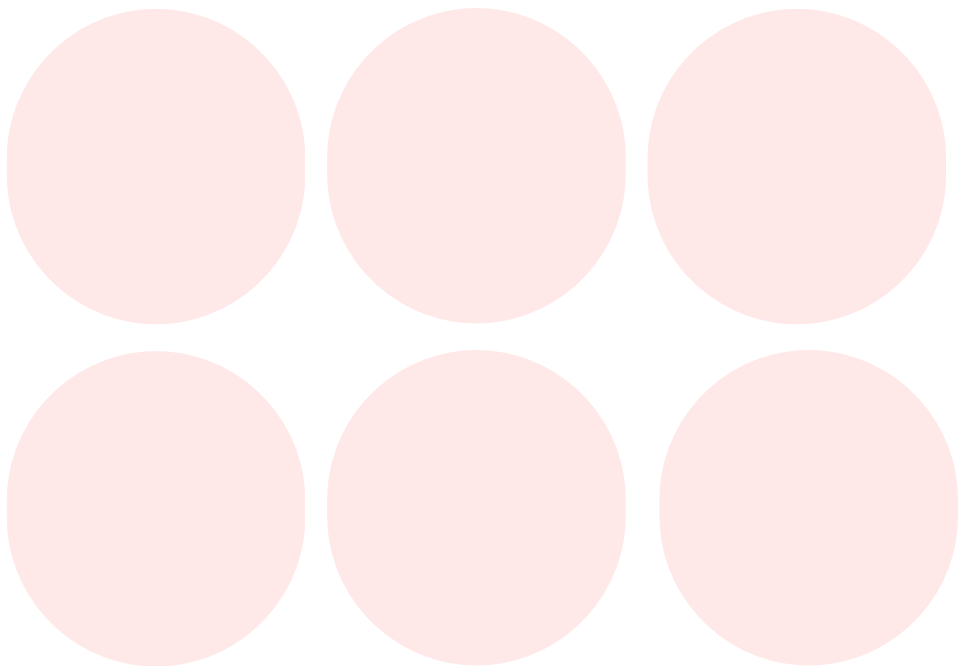
Die keer dat ik merkte dat techniek niet moeilijk was en dat dit een mega limiterende overtuiging was

Die keer dat ik besepte dat ik al weken 7op7 werkte en nog geen winstgevend bedrijf had

Die keer dat ik besepte dat hard werken is nodig om succesvol te worden eigenlijk bullshit is.

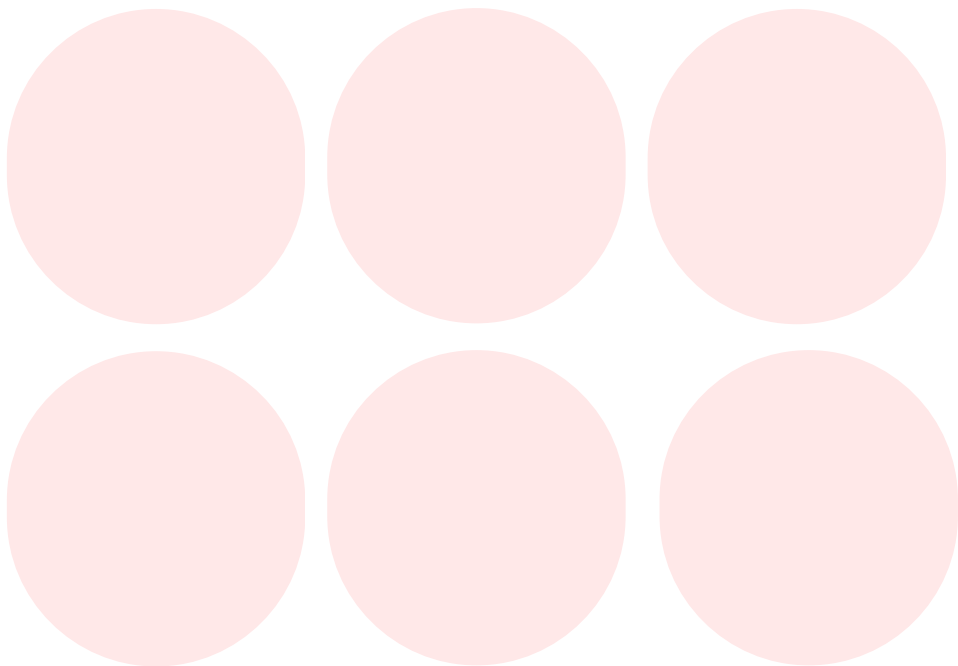
STORY TELLING

NU IS HET AAN JOU!



STORY TELLING

NU IS HET AAN JOU!



STORY TELLING

WAT HEEFT JOU VAN PUNT A NAAR PUNT B GEBRACHT?
"DOORBRAAK VERHALEN" DE OPPORTUNITEIT
NU IS HET AAN JOU!

STORY TELLING

WAT IS DE TRANSFORMATIE VOOR JE KLANT?

JE ZAL GAAN VAN [VOEG HIER IN WAT JOUW IDEALE KLANT ZEGT, DENKT, VOELT EN DOET VOORDAT ZE JOUW AANBIEDING KOPEN] NAAR [VOEG HIER IN WAT JOUW IDEALE KLANT ZEGT, DENKT, VOELT EN DOET NADAT ZE JOUW AANBIEDING HEBBEN GEKOCHT] ZONDER [VOEG HIER IN WAT JOUW IDEALE KLANT ZOU KUNNEN ZIEN ALS EEN BELEMNERING VOOR HET BEREIKEN VAN DEZE TRANSFORMATIE] OF MET [VOEG HIER EEN AANVULLEND VERLANGEN IN DAT JOUW IDEALE KLANT HEEFT EN DAT HET BEREIKEN VAN DEZE TRANSFORMATIE NOG GEMAKKELIJKER ZOU MAKEN]

5.1 De 5 fundamentele stappen om je volgers klanten te maken

Stap 1: Leer je story viewers kennen

- Wat is hun struggle?
- Wat is hun grootste verlangen?
- Welke woorden gebruiken ze?



Stap 2: Vorm een brug tussen je aanbod en het verlangen (in woorden van je p klant) van je klant zodat ze gewaar worden dat jouw aanbod de oplossing is en net wat ze nodig hebben.

- Trek hun aandacht
- positioneer je aanbod als hun oplossing



**Stap 3 Vertel hen over de
transformatie en creëer een
verwachting (belofte) die hen van
punt A naar punt Z brengt.**

De beloning vanuit het standpunt van je klant:

- geld
- tijd
- gezondheid
- relaties



A. Wat je p klant zegt, voelt, denkt en doet op dit moment

B. de transformatie in kleine stapjes

A-B

B-C

C-D

Wat jouw p klant zal zeggen, voelen, denken en doen nadat ze gebruik gemaakt hebben van je aanbod



JE ZAL GAAN VAN [voeg hier in wat jouw ideale klant zegt, denkt, voelt en doet voordat ze jouw aanbieding kopen] NAAR [voeg hier in wat jouw ideale klant zegt, denkt, voelt en doet nadat ze jouw aanbieding hebben gekocht] ZONDER [voeg hier in wat jouw ideale klant zou kunnen zien als een belemmering voor het bereiken van deze transformatie] of MET [voeg hier een aanvullend verlangen in dat jouw ideale klant heeft en dat het bereiken van deze transformatie nog gemakkelijker zou maken]



Stap 4 Verweef deze boodschap in alle content en in je stories

Verweef de taal van je belofte en transformatie in je stories wanneer je je aanbod verkoopt. Welke woorden ga je vooral gebruiken?

Bezorg je volgers een aha moment.

Jouw p klant beseft dat jij de oplossing hebt. Hoe ga je dat verwoorden?



Stap 5. Vragen beantwoorden die je denkt dat je klant heeft over het proces die nodig is om de transformatie te vervolledigen en doelen te behalen.

Wat zijn vragen over je aanbod die je kan beantwoorden?

Wat zijn de vragen die je kan beantwoorden over de transformatie?



5.2 De 5 types story content die je nodig hebt om jouw aanbod te verkopen

De 9 triggers die nodig zijn om mensen te laten inzien dat ze je aanbod nodig hebben.

- Sympathie
- Autoriteit
- Veiligheid
- Activering
- FOMO (Fear of Missing Out)
- Relateerbaarheid
- Vertrouwen
- Geloofwaardigheid
- Het gevoel ergens bij te horen



5.2.1 Transparantie content

--> relateerbaar en sympathie

- Dit soort content post je dagelijks
- Van ondernemer naar mens met emoties
- Schept veiligheid, relateerbaarheid en sympathie
- Toont aan dat wat je mensen aanleert dat je zelf ook leeft
- Kennen de mensen jou zoals je vrienden je kennen?
- Welke woorden gebruik je?
- Wat zijn je routines?



5.2.2 Documentatie content

--> geloofwaardigheid en vertrouwen

- Post 3 momenten per dag die regelmatig terugkeren
- Zingen in de auto, koffie dates, kinderen ophalen
- Je mag hier ook een CTA aan toevoegen: wachtlijst, schrijf je in
- Documenteer en geef context
- To do lijst
- Wat kan je vertellen over meetings? doorbraken?
- Wat is er gebeurd tijdens 1 op 1 gesprekken?
- Gebruik humor



5.2.3. Community content

--> Het gevoel ergens bij te horen + veiligheid

- Zet in op het horen tot een bepaalde groep en een gevoel van veiligheid
- Dit soort content post je dagelijks
- Closing the loop
- Begint met
 - Ligt het aan mij of...
 - Voel je je ooit...
 - is dit herkenbaar?
- Maak gebruik van poll en vraagsticker
- Niche gerelateerde vragen en poll
- Stuur mij een dm
- laat hen beslissen over hoe je aanbod eruit ziet?
- Denk aan je taalgebruik? Meeste mensen...
- Verkoop de transformatie



5.2.4 Creatie content:

-->Activering en autoriteit

- Verkoop van je aanbod
- Dit zorgt dat mensen je aanbod willen
- Cta + link aanbod
- Het echte probleem aantonen
- Mythes ontkracht
- Case studie: delen van transformatie en welke stapjes werden genomen
- Pijn en verlangen: close the loop



- Dit type content richt zich voornamelijk op het creëren van nieuwe inhoud, ideeën, of creaties die mogelijk in de toekomst kunnen worden ingezet in je bedrijf of merk.
- Creatiecontent kan dienen als een bron van inspiratie, onderzoek, of input voor toekomstige initiatieven.
- Het is vaak een meer interne focus, waarbij je werkt aan de ontwikkeling van nieuwe producten, diensten, ideeën, of projecten.
- Voorbeelden zijn brainstormsessies, productontwikkeling, creatieve concepten en prototyping.



5.2.5. Serve & sell content

--> Activeert + fomo

- Deze soort content werkt alleen als er reeds andere content werd gepost.
- Intentie
- Case study en reviews, social proof
- Cta
- Focus op transformatie
- Specifieke deals enkel op vraag
- Focus op de transformatie



- Dit type content is gericht op het bedienen van je bestaande klanten of potentiële klanten om hen te voorzien van waardevolle informatie, ondersteuning, of het oplossen van hun problemen.
- Serve & Sell content wordt vaak gebruikt om de behoeften en verlangens van je doelgroep te begrijpen en hierop in te spelen.
- Het doel is niet alleen om te verkopen, maar ook om een relatie op te bouwen met je klanten, hen te helpen en hen te laten zien dat je waarde toevoegt.
- Voorbeelden zijn klantenserviceberichten, gidsen, tutorials, probleemoplossende inhoud, en waardevolle informatie die je doelgroep helpt.



Storytelling Sales Wizard

A woman with long brown hair, wearing a grey sleeveless vest over a light-colored top, is looking at a purple smartphone. She has a joyful expression, with her mouth open in a smile and her hands clasped near her chin. The background is blurred, suggesting an indoor setting.

The Inspiration guide

@copyrightoliviajones

6. Inspiratie voor content

- Opwekken van nieuwsgierigheid en prikkelen (HOOK)
- De oplossing presenteren (jouw aanbod) met een CTA (Oproep tot Actie)
- Hun worsteling, pijnpunt of verlangen presenteren (verweef toekomstige visualisatie of storytelling)
- Schaarste, urgentie en sociaal bewijs gebruiken om FOMO (Fear of Missing Out) te creëren/ze te activeren om te kopen
- De worsteling of het verlangen versterken om jouw aanbod als de oplossing te positioneren, de gevolgen delen van op dezelfde plek blijven
- Optioneel: Een andere CTA toevoegen, vragen beantwoorden, meer FOMO/Sociaal Bewijs delen

Zo verander je één moment van je dag in 5 verschillende verhalen (om te gebruiken op elke dag van de week!) in 2 minuten, met voorbeelden: Tip - je hoeft niet elke Story van elk moment op dezelfde dag te gebruiken. Bewaar wat materiaal voor een dag waarop je niet per se wilt verschijnen.

Voor elk moment van je dag dat je wilt opnemen in je verhalen,

- Maak een point-of-view (POV) foto of boomerang
- Maak een foto of boomerang van je gezicht/je reactie op de situatie of discussie die je in je verhalen brengt

Neem een video van je in actie - dit kan zo eenvoudig zijn als koffie zetten, een smoothie maken of een interactie met een klant, enz.

- Neem een video vanuit jouw gezichtspunt (POV) - houd dit simpel, beweeg over je werkplek, neem je voeten lopend op, neem je omgeving op terwijl je loopt
- Bewerk je video's om verschillende video's te maken die je in je verhalen kunt gebruiken. Bewerking omvat:
- Veranderingen in snelheid
- Speciale effecten
- Filters en lagen op Instagram

- Filters en lagen op Instagram
- Voorbeeld: Als je een klantgesprek hebt via Zoom in je agenda Maak een point-of-view (POV) foto of boomerang van je laptop en voeg tekst toe aan je Verhaal met "Op het punt om met mijn geweldige klant te praten die [voeg hier de prestaties toe die deze klant heeft behaald tijdens jullie samenwerking]" Na je klantgesprek, maak een foto of boomerang van je gezicht en voeg tekst toe aan je Verhaal met "Vandaag ben ik diep ingegaan met mijn klant over [voeg hier het besproken onderwerp toe en licht dit kort toe.
- "Vandaag ben ik diep ingegaan met mijn klant over [voeg hier het besproken onderwerp toe en licht dit kort toe. Voeg lagen en opbouw toe aan je Verhaal om de aandacht vast te houden en te zorgen dat de dia's niet te druk zijn]" Neem een video op van het hele klantgesprek - bewerk een 'gouden stukje' uit het gesprek en plaats dit in je verhalen om een kijkje achter de schermen van je klantgesprekken te laten zien en voeg zoals altijd context toe waarom deze discussie zo belangrijk is Neem een video op vanuit jouw gezichtspunt (POV) - beweeg over je werkplek of neem je POV op terwijl je koffie zet voor/na je klantgesprek

Bewerk al je video's om verschillende visuele elementen te creëren die je in je verhalen kunt gebruiken. Bewerking omvat:

- Veranderingen in snelheid
- Speciale effecten
- Filters en lagen op Instagram

Storytelling Sales Wizard



The Prompts

7. Prompts

7.1 Prompts transparantie content

- Deel een deel van jouw ochtendroutine met jouw community en laat zien hoe dit verband houdt met iets dat voor jou heel belangrijk is of jouw waarden weerspiegelt. 😊☀️
- Vertel iets waar je van houdt in jouw dag en hoe dit verband houdt met wat je jouw ideale klant helpt bereiken. ❤️🚀
- Deel een verhaal (recent of uit het verleden) met relevante lessen voor jouw ideale klant. 📖🧐
- Laat zien hoe je iets doet dat gerelateerd is aan de waarden van jouw bedrijf (bijvoorbeeld, ik zou op mijn verhalen laten zien dat ik onderweg video's maak omdat ik geen tijd heb om deze voor te bereiden. Als moeder wil ik mijn tijd niet besteden aan het voorbereiden van content terwijl ik deze tijd met mijn kinderen kan doorbrengen). 🎥👨👩👧👦
- Deel een favoriete quote of mantra die zou resoneren met jouw ideale klant, en leg uit waarom het voor jou betekenis heeft, welke lessen je hebt geleerd, of een verhaal dat verband houdt met deze mantra. 🙌📖

- Deel een oude foto en vertel het verhaal erachter en hoe dit verband houdt met jouw huidige manier van zakendoen/leven op een manier die relevant is voor jouw ideale klant. 📷📖
- Deel jouw hele verhaal en leg uit hoe dit verband houdt met jouw ideale klant en hun pijnpunten, verlangens en resultaten/transformatie. Je kunt beginnen met een moment van jouw dag dat je herinnerde aan jouw verhaal en deel dan het verhaal zodat het natuurlijker overkomt. 📖🎯

7.2 Prompts documentatie content

Laat een kijkje achter de schermen zien van een klantgesprek of een persoonlijke ontmoeting met een klant in de vorm van een time-lapse en voeg tekst toe om context te geven over het gesprek dat heeft plaatsgevonden en de resultaten/lessen voor jouw community. (Als dit als een gewone videoregistratie is gemaakt, kun je deze video versnellen in om een time-lapse effect te creëren) 🧑🏻💬👤

Neem een gesprek op dat je hebt met een klant of in een groepsgesprek, waarbij alleen jouw gezicht te zien is terwijl je praat over een onderwerp dat van bijzonder belang is voor jouw ideale klant - je kunt de video bewerken zodat alleen jij de hele tijd aan het woord bent.



- Deel een van je feedberichten in je verhalen, met context en/of een sticker (Emoji, GIF, poll, enz.) ➕📱📝
- Deel je to-do-lijst voor de dag, met uitleg over een of twee dingen die van invloed zijn op jouw community (bijv. het maken van een aanbieding, een bericht op je feed plaatsen). 📅🔧🔊

7.3. Prompts community content

- Vraag je community wat ze denken van een bepaalde branche-update en deel dan de resultaten en geef je eigen commentaar/mening (dit kun je doen door rechtstreeks voor de camera te spreken of met tekst op een effen achtergrond). 🗣️📺🔴
- Deel video-inhoud achter de schermen van je dag en voeg context toe met tekst en stickers (bijv. merkfoto's maken, koffie halen, een wandeling maken, enz.) 📷👉
- Deel waar je aan werkt in je bedrijf wat betreft aanbiedingen waaraan je werkt. 📁💡
- Deel podcastvoorbereiding of opnames waarbij je te gast was in een podcast. 🎙️📺
- Deel een fragment van een podcast dat je tijdens de dag hebt beluisterd en geef hierop een toelichting. 🎧👤
- Laat je kijkers weten wat er voor hen aankomt - feedcontent, live-uitzendingen, Verhaalinhoud later op die dag [Optioneel - deel een afteltimer] ⏰➡️
- Maak je aanbod spannend door een kijkje achter de schermen te geven van het creatieproces (dia's, opnames van jezelf voor een opgenomen stuk, enz.) - laat je Verhaalkijkers weten dat er iets op komst is en deel je enthousiasme over de creatie ervan. 🎬🌟

- Vraag je community waar ze momenteel non-stop naar luisteren (niet gerelateerd aan een specifieke niche), of het nu gaat om nummers of podcasts, en deel hun antwoorden. 🎵📱
- Daag je publiek uit met een quiz over een specifiek onderwerp waarvan je weet dat je er later op de dag over gaat posten - vertel ze dat je een spel wilt spelen en stel een vraag en voeg een poll toe met een paar opties, waarvan er één het juiste antwoord is. Later op de dag, deel de pollresultaten, vertel ze het juiste antwoord en deel de gerelateerde inhoud opnieuw in je Verhaal met context. 📊🎯
- Deel de meme of andere inhoud van iemand anders in je verhalen en voeg een poll toe waarin je mensen vraagt of ze het eens zijn of zich hetzelfde voelen/kunnen relateren. 🤔😬
- Deel een poll om een gesprek op gang te brengen - dit kan er zo uitzien: "Ik heb een vraag voor jullie... doe je ooit X?" en de pollopties kunnen zijn "Ja, altijd" en "soms." 🧑🧑
- Houd een "Vraag me alles" of "Vraag me iets over X" sessie met behulp van het vragenkastje en deel de reacties met jouw antwoorden. Sommige van deze antwoorden kunnen polls bevatten, waarbij je mensen vraagt of ze zich kunnen relateren of het eens zijn/oneens zijn. 📖?💬

7.4 Prompts creatie content

- Host snel een 'Maak je klaar met mij' op je verhalen en praat over iets dat de laatste tijd in je gedachten zit (kies een niche-gerelateerd onderwerp van belang voor jouw community). 📌💬
- Deel je gedachten over een gesprek dat steeds weer terugkomt in DM's, met klanten, enzovoort - dit kun je doen door tekst toe te voegen aan je POV-video (dit kan bijvoorbeeld je lopende voeten zijn, je omgeving, je bureau, enzovoort). 💬🖨️
- Vertel een verhaal over iets dat de afgelopen week is gebeurd en hoe het zich vertaalt naar een les voor jou en jouw community. 📅📄
- Deel een klantverhaal en praat over hun transformatie, gebruikmakend van jouw strategie en methoden (inclusief eventuele voor- en na-foto's, indien relevant). 🙌📈
- Tease je aanbod - praat over pijnpunten of verlangens en zeg dat je binnenkort een aanbieding hebt die hen zal helpen X te bereiken. [Optioneel: Gebruik dit als een manier om je e-maillijst op te bouwen met een CTA om je aan te sluiten bij een VIP-lijst met een X-bonus of om als eerste op de hoogte te zijn.] 🚀💖
- Ga dieper in op een bericht dat je op je feed hebt geplaatst - duik wat dieper in op het onderwerp, waardoor je Verhaal-kijkers meer inzicht en lessen krijgen. 📖🔍

8.5 Prompts Serve en sell content

[VERGEET NOOIT om een sterke oproep tot actie toe te voegen en een link of CTA om mij een DM te sturen]

- Deel de opwinding die mensen met je delen over je aanbod
- Deel getuigenissen naarmate ze binnenkomen, waarbij je de delen van de getuigenis benadrukt die het meest relevant zijn (vergeet niet je aanbiedingsbranding - kleuren en afbeeldingen - toe te voegen waar relevant)
- Beschrijf kort de voordelen van je aanbod in termen van leveringen (Dit ziet er zo uit: "Binnen dit aanbod krijg je X, wat je zal helpen bij XYZ; Y, wat je zal helpen bij XYZ en Z, wat je zal helpen bij XYZ")
- Deel een "Manieren waarop je nu bij mijn wereld kunt horen" serie van Stories, waarin je elke aanbieding op een andere dia uiteenzet met de belofte/transformatie van de aanbieding, samen met lichte details van de aanbieding - voeg deze serie toe aan een highlight bubble
- Deel waarom jouw aanbod uniek is - voeg je geheime ingrediënt of je verhaal toe om te benadrukken waarom dit aanbod anders is dan elk ander aanbod, en als mensen XYZ willen zonder XYZ, dan is jouw aanbod perfect voor hen
- Deel vragen/bedenkingen van je DM's (anoniem) en beantwoord deze op een Story-dia voor anderen die zich misschien hetzelfde voelen/vergelijkbare vragen hebben

- Deel eventuele bonussen die zullen vervallen zodra het verhaal is verlopen, om urgentie te creëren

😊 Laat de opwindning van mensen over je aanbieding zien!

☀️ Deel getuigenissen terwijl ze binnenkomen, en markeer de delen van de getuigenis die het meest relevant zijn (vergeet niet om je aanbiedingsbranding - kleuren en afbeeldingen - toe te voegen waar nodig).

👛 Beschrijf kort wat je aanbieding bevat in termen van deliverables. Binnen dit aanbod krijg je X, wat je zal helpen bij XYZ; Y, wat je zal helpen bij XYZ en Z, wat je zal helpen bij XYZ.

🚀 Laat zien hoe mensen nu kunnen deelnemen aan jouw wereld. Elk aanbod wordt kort uitgelegd, met de belofte/transformatie en lichte details van het aanbod. Voeg deze serie toe aan een highlight-bubbel.

😁 Leg uit waarom jouw aanbod uniek is. Voeg je geheime saus of jouw verhaal toe om te benadrukken waarom dit aanbod anders is dan alle andere. Als mensen XYZ willen zonder XYZ, dan is jouw aanbod perfect voor hen.

🙄 Beantwoord vragen/bedenkingen van je DM's (anoniem) op een Story-dia. Anderen met vergelijkbare vragen zullen hier baat bij hebben.

🕒 Deel eventuele bonussen die binnenkort vervallen om urgentie te creëren.

Storytelling Sales Wizard



The Templates

8. Templates

8.1 Templates transparantie content

- Gebruik een boemerang of een foto van je eigen gezichtspunt (met een filter als je dat wilt) en voeg de volgende tekst toe (zorg ervoor dat de tekst duidelijk, contrastrijk en groot genoeg is om te lezen):

Ik ben zo dankbaar voor [voeg hier iets toe waar je zo dankbaar voor bent, iets waar je ideale klant naar streeft]
Als je me X jaar geleden had verteld dat ik [voeg hier hetgene waar je dankbaar voor bent vanuit een ander perspectief] zou zijn, had ik je niet geloofd.

- Bouw hierop voort in een tweede dia * En dat alles is gebeurd omdat [voeg hier het keerpunt toe dat jou heeft geholpen om op dit punt te komen - dit moet iets zijn wat jouw ideale klant zou moeten beginnen te doen als ze hetzelfde willen bereiken]

Voorbeeld - Business Coach: De boemerang toont een koffiemok, de bovenkant van het hoofd van een peuter en een deken op de bank. Ik ben zo dankbaar voor rustige ochtenden met mijn 5-jarige. Als je me 4 jaar geleden had verteld dat ik om 10 uur 's ochtends op een dinsdag koffie zou zitten te drinken, ingepakt met een deken met een baby naast me, terwijl ik honderden per uur verdien, had ik je niet geloofd. Tweede dia: En dat is allemaal gebeurd omdat ik nee zei tegen een businessmodel dat van me vereiste dat ik 1-op-1 coaching deed en ja zei tegen het opschalen van mijn bedrijf met het 1-op-veel model.

Spreek dit rechtstreeks voor de camera uit of schrijf het als tekst over een foto/boemerang van de situatie die je beschrijft.

Ik weet niet hoe het met jou zit, maar [voeg hier iets toe dat zo TYPEREND voor jou is dat anderen zich erin kunnen herkennen] OF Een ding over mij is dat ik [voeg hier iets toe dat zo TYPEREND voor jou is dat anderen zich erin kunnen herkennen] [Optioneel: alleen ik? ok] Vervolgens kun je een poll toevoegen om te vragen of mensen hetzelfde voelen. Titel van de poll: Iemand anders?, Poll-opties: Ik!, Jij bent vreemd

Voorbeeld:

Coach voor creatieve ondernemers:

Ik weet niet hoe het met jou zit, maar er is iets aan regenachtig weer (wanneer ik binnen zit, ingepakt met een boek in de hand) dat mijn creatieve sappen laat stromen.

Poll Iemand anders?, Poll-opties: Ik!, Jij bent vreemd

Schrijf dit als tekst over een foto/boemerang van de situatie die je beschrijft:

Drie feiten over mij:

- [Voeg het eerste feit over jou toe - houd dit licht en relatable]
- [Voeg het tweede feit over jou toe - houd dit licht en relatable]
- [Voeg het derde feit over jou toe - houd dit licht en relatable]

Voorbeeld: Fitnesscoach

Drie feiten over mij:

- Ik weiger om koolhydraten op te geven. Pasta is mijn favoriete eten.
- Mijn eet geen gluten
- Ik hou er niet van om te sporten maar ik doe het toch.
- Als je me 's ochtends wakker maakt, kun je maar beter oppassen.

Schrijf dit als tekst over een foto van een gebeurtenis uit het verleden of een tijd die je leven heeft gevormd op een manier die relevant is voor jouw ideale klant.

Terugblik op toen [voeg hier de situatie toe, zoals deze betrekking heeft op je ideale klant] [Ga verder met een korte beschrijving van de situatie en hoe deze van invloed is geweest op je gevoelens, gedachten of transformatie, zoals dit betrekking heeft op je ideale klant]

8.2 Templates documentatie content

Gebruik een boemerang of een foto van je eigen gezichtspunt (met een filter als je dat wilt) en voeg de volgende tekst toe (zorg ervoor dat de tekst duidelijk, contrastrijk en groot genoeg is om te lezen):

Ik ben zo dankbaar voor [voeg hier iets toe waar je zo dankbaar voor bent, iets waar je ideale klant naar streeft]

Als je me X jaar geleden had verteld dat ik [voeg hier hetgene waar je dankbaar voor bent vanuit een ander perspectief] zou zijn, had ik je niet geloofd.

- Bouw hierop voort in een tweede dia * En dat alles is gebeurd omdat [voeg hier het keerpunt toe dat jou heeft geholpen om op dit punt te komen - dit moet iets zijn wat jouw ideale klant zou moeten beginnen te doen als ze hetzelfde willen bereiken]

Voorbeeld - Business Coach

De boemerang toont een koffiemok, de bovenkant van het hoofd van een peuter en een deken op de bank. Ik ben zo dankbaar voor rustige ochtenden met mijn 5-jarige. Als je me 4 jaar geleden had verteld dat ik om 10 uur 's ochtends op een dinsdag koffie zou zitten te drinken, ingepakt met een deken met een baby naast me, terwijl ik honderden per uur verdien, had ik je niet geloofd. Tweede dia En dat is allemaal gebeurd omdat ik nee zei tegen een businessmodel dat van me vereiste dat ik 1-op-1 coaching deed en ja zei tegen het opschalen van mijn bedrijf met groepscoaching.

Spreek dit rechtstreeks voor de camera uit of schrijf het als tekst over een foto/boemerang van de situatie die je beschrijft.

Ik weet niet hoe het met jou zit, maar [voeg hier iets toe dat zo TYPEREND voor jou is dat anderen zich erin kunnen herkennen] OF Een ding over mij is dat ik [voeg hier iets toe dat zo TYPEREND voor jou is dat anderen zich erin kunnen herkennen] [Optioneel: alleen ik? ok] Vervolgens kun je een poll toevoegen om te vragen of mensen hetzelfde voelen. Titel van de poll: Iemand anders?, Poll-opties: Ik!, Jij bent vreemd

Voorbeeld: Coach voor creatieve ondernemers Ik weet niet hoe het met jou zit, maar er is iets aan regenachtig weer (wanneer ik binnen zit, ingepakt met een boek in de hand) dat mijn creatieve sappen laat stromen. Poll Iemand anders?, Poll-opties: Ik!, Jij bent vreemd

Schrijf dit als tekst over een foto/boemerang van de situatie die je beschrijft:

Drie feiten over mij:

- [Voeg het eerste feit over jou toe - houd dit licht en relatable]
- [Voeg het tweede feit over jou toe - houd dit licht en relatable]
- [Voeg het derde feit over jou toe - houd dit licht en relatable]

Voorbeeld: Fitnesscoach Drie feiten over mij:

- Ik weiger om koolhydraten op te geven. Pasta is mijn favoriete eten.
- Mijn ochtendtrainingen zijn ALTIJD beter dan mijn avondtrainingen.
- Als je me 's ochtends wakker maakt, kun je maar beter oppassen.

Schrijf dit als tekst over een foto van een gebeurtenis uit het verleden of een tijd die je leven heeft gevormd op een manier die relevant is voor jouw ideale klant.

Terugblik op toen [voeg hier de situatie toe, zoals deze betrekking heeft op je ideale klant] [Ga verder met een korte beschrijving van de situatie en hoe deze van invloed is geweest op je gevoelens, gedachten of transformatie, zoals dit betrekking heeft op je ideale klant]

8.3 Templates community content

Voeg hier een foto of video toe van iets dat in jouw branche is gebeurd en relevant is voor je ideale klant. Je hebt misschien gehoord dat [voeg hier de beknopte details toe van wat er is gebeurd of wat is aangekondigd en geef meer uitleg zonder de dia te druk te maken] Deel hier je gedachten Voeg een vraagvak toe zodat mensen hun gedachten kunnen delen [In de volgende dia deel je je eigen gedachten over de update/verandering/aankondiging en hoe dit het leven van je ideale klant zal beïnvloeden] [Bied ondersteuning aan indien gewenst met een CTA zoals "Mijn DM's staan altijd open als je vragen of gedachten hebt over dit onderwerp]

Voorbeeld: ADHD fitness- en lifestylecoach: Je hebt misschien gehoord dat er recentelijk een explosie van ADHD-diagnoses is geweest. Eén artikel heeft gedeeld dat het nu 'in de mode' is om ADHD te hebben en dat mensen het "omarmen." Deel hier je gedachten Vraagvak om gedachten te delen Als ADHD Fitness Coach geloof ik dat ADHD onder gediagnosticeerd is. Ik heb dag in dag uit gesprekken gehad met mensen die zich schamen voor hun ADHD-diagnose. Ik geloof echt niet dat het een modegril is. Volgende dia Of je nu wel of geen ADHD-diagnose hebt gekregen, als je het gevoel hebt dat je je niet kunt concentreren (ooit) en het idee hebt dat je constant van alles doet maar nergens komt?

Voorbeeld: Voedingscoach Schermafbeelding van een DM die zegt "Ik voel dat ik alles heb geprobeerd maar ik kan het gewicht niet kwijtraken" Het meest voorkomende gesprek/vraag in mijn DM's op dit moment Poll - Voel jij hetzelfde? Poll-opties - "Ja, dat ben ik", "Het gewicht komt steeds terug" Dit is mijn antwoord hierop pijl die verwijst naar de volgende dia "Gewichtsverlies" gaat niet over gewichtsverlies. Je zult niet een heleboel gezond voedsel eten gedurende lange tijd, een beetje bewegen en dan "gewicht verliezen". Het gaat om zoveel meer. Elke cliënt waarmee ik heb gewerkt, heeft het mindsetwerk moeten doen. Het gebeurt niet van de ene op de andere dag. Volgende dia Als je meer wilt weten over het mindsetwerk dat nodig is om gemakkelijk gewicht te verliezen, DM me dan het woord "SHIFT" en ik stuur je de link naar mijn Mindset Program.

Hoewel ik geen ADHD kan diagnosticeren, ben ik hier om je te leren hoe je je tijd kunt beheren en je productiviteit kunt verhogen als nooit tevoren! En natuurlijk staan mijn DM's altijd open als je vragen of gedachten hebt over dit onderwerp.

Maak een schermafbeelding van enkele DM's die zijn binnengekomen met een veelgestelde vraag/situatie die je publiek ervaart. Voeg een schermafbeelding van een DM (anoniem) toe aan je verhaal - deze moeten groot genoeg zijn om gemakkelijk te lezen Het meest voorkomende gesprek/vraag in mijn DM's op dit moment Voeg een poll toe - Voel jij hetzelfde? Poll-opties - "Ja, de hele tijd", "Soms"

Dit is mijn antwoord hierop leid mensen naar de volgende dia met een pijl of 'tik hier' aan de rechterkant van je verhaal Voeg een dia toe met al je gedachten over het onderwerp - wees echt, open en eerlijk, terwijl je het eenvoudig en waardevol houdt voor je ideale klant. Optioneel - voeg wat storytelling toe (Zorg ervoor dat de tekst gemakkelijk te lezen en te volgen is) Optioneel - voeg een CTA toe zodat mensen je kunnen DM'en om meer te praten of om deel te nemen aan een aanbod als dit relevant is voor het besproken onderwerp (Bijv. "Als je meer wilt weten over dit onderwerp, bespreek ik dit veel uitgebreider in X", voeg dan de link toe)

8.4 Templates creatie content

Gebruik een effen achtergrond [Tip: Maak een effen kleurblokverhaal in Canva] en voeg tekst toe die duidelijk leesbaar is: Casestudy [Voeg hier de haak in voor de casestudy - dit zou de transformatie moeten bevatten. Bijv. Zo is mijn cliënt van X naar Z gegaan] [Vertel het verhaal van de transformatie van de cliënt, vanuit het perspectief voordat ze bij jouw wereld kwamen, het cruciale keerpunt, inclusief waar jouw strategie binnenkomt en het "na" gedeelte] [Praat over wat er op dit moment gebeurt met je cliënt, in termen van de transformatie die jouw ideale klant wil bereiken] [Elaboreer over de lessen geleerd, je overtuigingen en je strategie] Daarom heb ik [voeg aanbiedingsnaam hier toe] Zodat jij [voeg transformatie van de aanbieding toe, zoals deze gerelateerd is aan de casestudy] Dit is ook mogelijk voor jou. En ik zou graag jou en jouw successen over X maanden willen vieren Voeg een sterke call-to-action toe op de laatste dia met de link naar je aanbieding

Voorbeeld: Huidverzorgingscoach Casestudy Acne genezen in 2 weken Mijn cliënt Julie kwam naar me toe nadat ze 15 jaar lang aan acne had geleden. Ze had 'elke remedie onder de zon' geprobeerd, zoals ze het zei. Toen we met haar behandeling begonnen, begonnen we met slechts 2 stappen omdat haar huidtype X was Op de vierde dag bouwden we hierop voort met de derde stap En op dag 14 was haar huid volledig helder. Hier is een voor-en-na voor jou Volgende dia [Voor-en-na foto's hier]

Nu kan Julie het huis uit zonder make-up op te doen, ze zegt dat ze "zich mooier voelt dan ze ooit heeft gevoeld" en ze herwint haar sociale leven De reden waarom andere behandelingen in het verleden niet voor J hebben gewerkt, is omdat haar huidtype nooit is getest. Ieders huid reageert anders op behandelingen en elk type acne is anders. Daarom is het essentieel om de huid en het acnetype te testen voordat je beslist welke huidverzorgingsroutine het beste zal zijn. Daarom heb ik Know Your Skin gecreëerd Zodat je de ins en outs van je eigen huid kunt begrijpen, ongeacht welke huidaandoening je ook hebt. Dit is wat je zal helpen om de helderste, gezondste huid te krijgen die je ooit zult hebben.

Dit is ook mogelijk voor jou. En ik zou graag willen dat we jou en jouw huid over 2 weken vieren! Begin vandaag, je huid zal je bedanken [link] Voeg een boomerang toe van je enthousiaste gezicht/opgewonden GIF en voeg als tekst toe: POV: Je hebt zojuist deze DM ontvangen Voeg een DM toe die spreekt over hoe geweldig jouw aanbieding is of de transformatie die een van je cliënten heeft bereiktBouw hierop voort op de volgende Story-dia: Daarom doe ik wat ik doe. Zodat mijn cliënten moeiteloos verkopen kunnen doen en afgestemde cliënten kunnen werven die hen DIT enthousiast maken! En daarom is het zo belangrijk dat je je aanbiedingssuite organiseert op een manier die bij jou en je levensstijl past. Dit is de eerste stap om de energie te krijgen om je aanbiedingen te verkopen! Dit is wat ik mijn 1:1 cliënten leer om te doen. Wil je hier meer over weten? DM me en laten we praten!

Voorbeeld: Business Coach POV: Je hebt zojuist deze DM ontvangen DM-screenshot - "OMG Jane, ik heb zojuist mijn eerste cliënt getekend! Ik kan het niet geloven, ik heb letterlijk maanden geprobeerd om één cliënt te krijgen. Dit vereiste niet eens enige inspanning!"Bouw hierop voort op de volgende Story-dia: Daarom doe ik wat ik doe. Zodat mijn cliënten moeiteloos kunnen verkopen en afgestemde cliënten kunnen werven die hen ZO enthousiast maken! En daarom is het zo belangrijk dat je je aanbiedingssuite organiseert op een manier die bij jou en je levensstijl past. Dit is de eerste stap om de energie te krijgen om je aanbiedingen te verkopen! Dit is wat ik mijn 1:1 cliënten leer om te doen. Wil je hier meer over weten? DM me en laten we praten! Spreek rechtstreeks in de camera

Gisteren heb ik gepost over [voeg hier toe waar je bericht over ging] en ik wil graag wat meer delen over [voeg hier toe waarover je wilt uitweiden] Begin uit te weiden over het onderwerp, aangezien dit relevant is voor je ideale klant.

Praat over je eigen verhaal en de lessen die je hebt geleerd die je hebben geholpen om te komen waar je nu bent (dit is waar je ideale klant wil komen) Voeg een tweede dia toe - dit kan een effen achtergrond zijn of bovenop een boomerang van je gezicht - Als je een enorme helpende hand wilt om dit te doen, DM me, want ik heb een speciale aanbieding voor jou/klik op deze link voor alle details Voorbeeld: Social Media Strateeg Gisteren heb ik gepost over social listening en ik wil graag wat meer delen over wat social listening voor jouw bedrijf kan doen

Vroeger plaatste ik content voor mijn netwerkmarketingbedrijf, gebaseerd op wat ik online wilde zien. Al mijn content ging over mij en was voor mij. Ik plaatste om me goed te voelen. Immers, het was mijn pagina. Maar zo werkt content maken niet. Als je content wilt maken die daadwerkelijk je bedrijf laat groeien, moet je posten OVER jou, maar VOOR hen. En dit vereist dat je naar hen luistert en content maakt op basis van wat ze willen zien. Volgende dia Als je een enorme helpende hand wilt bij het maken van content die VERKOOPT, klik dan op deze link voor alle details van mijn nieuwste masterclass, waarin ik je alle ins en outs zal leren van hoe je social listening kunt gebruiken om je bedrijf te laten groeien. 😊🌞

8.5 Templates Serve en sell content

IVERGEET NOOIT om een sterke oproep tot actie toe te voegen en een link of CTA om mij een DM te sturen]

- Voeg DM's, e-mails, andere berichten toe van mensen die zich hebben aangesloten bij je aanbieding. Voeg deze toe aan een gebrandmerkte achtergrond (merkkleuren, logo, foto, enz.) met een lichte bedekking eroverheen OF voeg een boomerang toe van je gezicht/jij die enthousiast wordt met een lichte bedekking eroverheen Tekst om toe te voegen: De opwinding is echt! MEER geweldige mensen hebben zich de afgelopen 48 uur aangesloten bij [voeg aanbiedingsnaam hier toe] en ik zou niet blijer kunnen zijn voor hen! Volgende dia: Als je je bij hen wilt voegen en een van de laatste plekken wilt bemachtigen, klik dan op deze link!
- Voorbeeld: Coach voor perfectionisme bij ondernemers De opwinding is echt! MEER geweldige mensen hebben zich de afgelopen 48 uur aangesloten bij Ditch the Perfectionism en ik zou niet blijer kunnen zijn voor hen! Volgende dia: Als je je bij hen wilt voegen en een van de laatste plekken wilt bemachtigen, klik dan op deze link!
- Voeg hier merkbranding toe met tekst eroverheen: Als je je afvraagt wat je precies zult vinden in [voeg hier de aanbiedingsnaam toe], dan ben je bij mij aan het juiste adres!

- [Voeg de onderdelen van je aanbod toe in termen van leveringen en resultaten, zodat mensen de waarde zien die ze krijgen in je aanbod] Gebruik hier enkele Storydia's, zodat het niet te overweldigend is en mensen blijven om het helemaal te lezen Ik kan niet wachten om je te helpen [voeg hier de volledige transformatie toe die jouw ideale klant zal ervaren] Als je nog steeds niet zeker weet of dit geschikt voor je is, stuur me dan een DM en laten we praten!

- Voorbeeld: Deskundige in trauma-informatie Als je je afvraagt wat je precies zult vinden in het programma 'Healing From Trauma', dan ben je bij mij aan het juiste adres! Les 1: Hoe je bondgenoot kunt zijn van angst, zodat je de oorzaak ervan kunt vinden en er eindelijk vanaf kunt komen Les 2: Relatievrede - Hoe je je emotioneel veilig kunt voelen bij je partner, zodat je externe steun hebt voor je helingsreis Les 3: Het helen van je innerlijke kind, zodat je je bewust bent van je emotionele triggers in je volwassen leven - laat je nooit meer verrassen Les 4: Het voelen van je emoties - leer de kunst van regulatie, zodat je jezelf kunt ondersteunen in wat je dag je ook brengt Ik kan niet wachten om je te helpen je angst volledig te overwinnen met zoveel gemak en eenvoud! Als je nog steeds niet zeker weet of dit geschikt voor je is, stuur me dan een DM en laten we praten!

Voeg hier merkbranding of merkfoto's toe met tekst eroverheen: Hier zijn de manieren waarop je mijn wereld kunt betreden/met mij kunt werken op dit moment: Voeg een pijl aan de rechterkant van deze Story-dia toe om aan te geven dat je aanbiedingen in de volgende paar dia's komen. Over de volgende paar dia's, geef elke aanbieding één dia, geef kort de details en resultaten van elke aanbieding en de algehele transformatie/belofte weer.

- Deel vragen/bedenkingen uit je DM's (anoniem) en beantwoord deze op een Verhaal-dia voor anderen die zich hetzelfde kunnen voelen of dezelfde vragen hebben. 🤔? ● Deel eventuele bonussen die verlopen zodra het Verhaal is verlopen om urgentie te creëren. 📅



Storytelling Sales Wizard



The Scripts

@copyrightoliviajones

9.The Sales scripts

In dit werkboek leer je je eigen converterende sales scripts te maken.

Je zal hier prompts vinden die je kan invullen.

Gebruik deze sales scripts niet te vaak. Idealiter gezien gebruik je de sales scripts iedere 2 tot 4 weken om je volgers te herinneren aan je aanbod of wanneer je het voor de eerste keer over je aanbod hebt.

Pas deze scripts aan, aan je tone of voice. Gebruik emoticons en posts ze in je eigen persoonlijke brand.

9.1 Prompt in 5 stappen

1 Creëer een hook die pakkend is en die de aandacht van je volgers grijpt.

- Als je klaar bent voor X, luister dan naar dit 💡
- Stel je dit eens voor...
- Ooit afgevraagd hoe het zou zijn...
- Ik heb een snel verhaaltje voor je over hoe...
- Wil je een geheimpje weten? 😏
- Hier is wat je NOG NIET hebt gehoord over X 😬
- Hier komt wat eerlijke praat voor je 😊
- De grootste misvatting over X op dit moment?
- Een vraag voor jou... hoe zou het voelen als je eindelijk... 😬

2 Geef de pijn of het verlangen weer in je verhaal

- Stel je dit even voor... Voel je je soms als [voeg hier de uitdaging toe], of alsof je onmogelijk [voeg hier datgene kunt doen dat ze niet willen doen]
- Ik kan je nu vertellen, het zou geweldig voelen als je [voeg hier verlangens toe], want ik heb X mensen geholpen dit te bereiken, en ik heb uit eerste hand gezien wat er gebeurt als je X
 - Blijf het verhaal vertellen, als je een verhaal vertelt, waarbij je de uitdagingen en verlangens van je doelgroep betreft
- Weet je wat? Je hoeft niet [voeg hier toe wat je doelgroep niet wil doen] om [voeg hier de verlangens van je doelgroep] te bereiken 😊👍

3 Verweef de pijn en het verlangen in deze tekst terwijl je je aanbod positioneert als de oplossing.

- Hier zijn de feiten over XYZ 💡 De sleutel tot X is X 🗝️
Leg hier verder uit, indien nodig 👍
- Het is geen geheim dat X het antwoord is op [voeg hier de uitdaging van je doelgroep toe 😊]
- Er is een reden waarom je je voelt als [voeg hier een ander pijnpunt toe 😞]
- Je weet dat je X moet doen als je [voeg hier het gewenste resultaat toe 😊]

4 Vertel over je aanbod als de oplossing en plaats hier een CTA bij.

- Dit is waar [aanbieding] voor jou is ontworpen 😊
- Wat je nodig hebt, is X, en dat is precies wat je zult vinden in [aanbieding] 👍
- Dit is mogelijk voor jou!!! 🚀
- Zeg hallo tegen [aanbiedingsnaam en belofte] ✨
[Offerte] bestaat precies om deze reden 🎯
- Daarom heb ik [voeg hier de aanbiedingsdetails toe] gecreëerd ✨

5 Gebruik scarcity en urgency om je aanbod aantrekkelijker te maken.

Deel social proof. (activatie + fomo)

- Wacht niet, want op dit moment is er een speciale aanbieding die over X dagen afloopt! 🕒
- Maar geloof me niet zomaar... kijk eens naar wat mensen hierover zeggen! 💬
- En op dit moment kun je X% korting krijgen op [voeg details van je aanbieding toe] voor slechts X dagen! 🎉
- Voeg een sterke oproep tot actie toe voordat je de link plaatst 🚀 Voorbeelden: Als je [voeg transformatie hier toe] wilt, is dit iets voor jou! 💪 Als je hieraan wilt deelnemen, klik dan hier!

6 Optioneel

Voeg nog een CTA toe, voeg er vragen aan toe of screenshots van dm's

- Ik geloof echt dat X. 😊
- Hoe vaak heb je X uitgesteld? Wacht geen seconde langer als je X wilt bereiken! ⏰
- Jazeker, je zult [voeg hier het antwoord op een veelgestelde vraag toe]. 🙌
- Voeg een vraagvak toe en vraag of jouw community nog vragen heeft over [aanbieding] 😞
- En nee, je hoeft echt niet te X. Ik heb [aanbieding] ontworpen om X. 💡
- Voeg hier de link opnieuw toe 🔗

9.2 Sales scripts

9.2.1. Algemeen script

- 🌟 Wek nieuwsgierigheid en roep interesse op!
- 😞 Bespreek hun worstelingen, pijnpunten en verlangens (verweef toekomstbeeld of storytelling).
- 🙌 Vergroot de worsteling of het verlangen om jouw aanbod als dé oplossing te presenteren, deel de gevolgen van stilstand.
- 💡 Laat de oplossing zien (jouw aanbod) met een Oproep tot Actie (CTA).
- ⏰ Gebruik schaarste, urgentie en sociale bewijslast om FOMO te creëren en hen aan te zetten tot kopen. Optioneel: Voeg een andere CTA toe, beantwoord vragen, voeg verdere gedachten toe, screenshot DM's - 

Al deze elementen kunnen in elke visuele indeling voorkomen (boemerang, direct naar de camera, perspectief van de kijker (het beste als het gerelateerd is aan wat je schrijft in de tekst, enz.). Ze kunnen allemaal rechtstreeks naar de camera worden gesproken of als tekst op het scherm worden weergegeven. Als je rechtstreeks naar de camera spreekt, zorg er dan voor dat je een geschreven haakje op het scherm en ondertitels toevoegt. Voel je vrij om de taal in deze scripts aan te passen aan je merk en stem. En zoals altijd, wees zo specifiek mogelijk als het gaat om de verlangens en worstelingen van jouw ideale klant. 😊 🗣️ 📝 📱

9.2.2 Toekomstbeeld

SLIDE 1

Stel je dit voor... 🌟😊

Jij bent [voeg hier de ultieme wens van je IC in, zoals het gerelateerd is aan je aanbod]

Maar niet alleen [voeg hier iets in wat je IC als een obstakel zou kunnen zien]

Je bent ook [voeg hier het antwoord op het obstakel in] 😊



SLIDE 2

Het is mogelijk voor jou. 🌟😊

En ik weet dit omdat [voeg hier je sociale bewijs toe. Bijv. omdat ik dit uit eerste hand heb meegemaakt, omdat al mijn klanten zijn overgestapt van X naar Y. Leg verder uit indien nodig]

Wil je weten hoe? 😊👍

SLIDE 3

Hier is wat je nodig hebt om jouw gewenste resultaat te behalen (en mijn aanbod kan precies in die behoefte voorzien). 🚀💡

SLIDE 4

Geen [voeg hier een worsteling toe waarmee jouw ideale klant te maken heeft] Geen [voeg hier nog een worsteling toe waarmee jouw ideale klant te maken heeft] Geen [voeg hier nog een worsteling toe waarmee jouw ideale klant te maken heeft]

Het is tijd om de kracht van [voeg hier het onderwerp van jouw aanbod toe] te benutten! 💪🚀

[Klik hier voor mijn aanbod met een krachtige CTA] ✨🔥

SLIDE 5 (OPTIONEEL)

Maak kennis met [naam van het aanbod]/Dit is de reden waarom ik [naam van het aanbod] heb gecreëerd 🚀

[Bekijk mijn aanbod met een krachtige CTA] ✨👉

SLIDE 6 (OPTIONEEL)

Dit is wat mensen zeggen over [naam van het aanbod] 🗣️

Voeg hier krachtige sociale bewijs screenshots toe ☀️

[Bekijk mijn aanbod met een krachtige CTA] ✨👉

Optie om urgentie toe te voegen of mensen uit te nodigen om me een bericht te sturen met eventuele vragen 💬

9.2.3 Voorstelling toekomstig scenario - Voorbeeld van een coach voor een gezonde darm

SLIDE 1

Stel je dit eens voor... Je wordt wakker op een maandagochtend, verfrist en vol energie. Maar dat is niet alles, je hebt net een weekend achter de rug waarin je hebt genoten van het meest heerlijke eten met je beste vrienden, terwijl je 2 grote evenementen bijwoonde. Je hoefde zelfs niet na te denken over hoe dit eten je lichaam op maandag zou beïnvloeden.

SLIDE 2

Dit is mogelijk voor jou, en ik weet dit omdat ik vroeger elke maandagochtend na een weekend vol viering me futloos voelde. En nu word ik elke dag vol energie wakker! Ik heb ook honderden cliënten geholpen om hun streefgewicht te bereiken, hun energieniveaus meer dan ooit te verhogen, en dat allemaal zonder saaie, beperkende diëten!
Wil je weten hoe?

SLIDE 3

Darmgenezing. Geen lapmiddel waarbij je voedingsmiddelen probeert te elimineren om te zien hoe het gaat. Geen trainingsplan dat je tegen de tijd dat het weekend komt, uitgeput achterlaat. Echte genezing van de darm die rekening houdt met de omgeving van de darm en langetermijndoelen voor de gezondheid.

SLIDE 4

Nooit meer raden wat je moet eten of je overweldigd voelen door voedingsinformatie. Nooit meer een opgeblazen gevoel, verstopping of een laag energieniveau. Nooit meer vijf kopjes koffie per dag drinken om je energieniveaus 'op te krikken'.

Het is tijd om de kracht van darmgenezing te benutten. [LINK naar het darmgenezingsprogramma met aangepaste link "Ik heb dit nodig"].

SLIDE 5

Optioneel:

Dit is waarom ik mijn nieuwe, langverwachte programma Darmgenezing heb gemaakt. Transformeer je darmgezondheid en herover je vitaliteit door de oorzaken van je spijsverteringsproblemen te leren kennen, ontvang gepersonaliseerde begeleiding om je darm van binnenuit te genezen.

Aan het einde van het programma voel je je lichter, energiever en goed op weg om je langetermijndoelen voor de gezondheid te bereiken, inclusief het verliezen van die laatste 5 kilo!

[Link naar het programma met aanpassing "Ik heb darmgenezing nodig"] Wacht niet langer om de futloze ochtenden te stoppen - begin je vandaag nog fris te voelen. Stuur me een bericht met eventuele vragen of om vandaag te beginnen! 💪☀️

9.2.4 Problem-aware content met focus op pijnpunten

SLIDE 1

Wat is het grootste misverstand over [voeg hier het onderwerp van je aanbod toe] op dit moment?

[Voeg het misverstand hier toe]

Voeg een pijl aan de rechterkant toe om mensen te wijzen op de volgende dia. 😞

SLIDE 2

Wil je de waarheid weten? Ik werk de hele dag met mensen die [voeg hier iets toe wat jouw klanten doen, zeggen, denken of voelen, waarmee je doelgroep zich meteen kan identificeren]. En wat hen echt helpt [voeg hier het ultieme verlangen van je doelgroep toe]?

Optie om door te gaan naar een andere dia om verder te bouwen. 😊

Is [voeg hier de oplossing toe om hun verlangen te bereiken, zoals dit verband houdt met je aanbod]. 💡

SLIDE 3

Als je [voeg hier het verlangen van je doelgroep toe zoals dit betrekking heeft op je aanbod], moet je:

Stoppen met [voeg hier de dingen toe die ze moeten stoppen met doen]

stoppen met doen]

Stoppen met [voeg hier nog iets toe dat ze moeten
stoppen met doen]

En je moet beginnen met [voeg hier het ene ding toe dat
ze moeten beginnen te doen dat je aanbod hen leert]. 🚫🔄

SLIDE 4

Want als je [voeg hier toe wat ze zullen beginnen te doen
zodra ze je aanbod kopen]

Dan [voeg hier hetgeen toe dat zal beginnen te gebeuren
dat hen helpt hun ultieme verlangen te bereiken]. 🚀🌟

SLIDE 5

Ik heb iets heel bijzonders voor je in petto

[Noem de naam van je aanbod en/of de releasedatum van
je aanbod]

Dit wil je niet missen

[Voeg je aanbodlink toe met een sterke oproep om je
aanbod te kopen of je e-maillijst te joinen]. 📧📅

SLIDE 6

Dit is wat er gebeurt als je [voeg hier toe wat ze moeten
beginnen te doen om hun gewenste resultaat te bereiken]

Voeg schermafbeelding(en) van sociale bewijzen toe die
de transformatie tonen die jouw doelgroep graag zou
willen ervaren

[Voeg je aanbodlink toe met een sterke oproep]. 💪🌟

Voorbeeld fitness coach

Leid met problemen

SLIDE 1

Wie heeft zich ooit zo gevoeld of gedacht: "Ik worstel met mijn gewicht," "Ik haat mijn lichaam," of "Ik kan nooit mijn fitnessdoelen bereiken"? 🤔

Soms lijkt het alsof we in een oogwenk een perfect lichaam willen, maar we weten allemaal dat dit niet realistisch is.

SLIDE 2

Wat als ik je zou vertellen dat het streven naar directe resultaten eigenlijk een mythe is? De waarheid is dat het tijd kost om blijvende verandering te zien. Het begint met het begrijpen van een fundamentele waarheid: toewijding en consistentie zijn de sleutel tot succes. 🧘

SLIDE 3

Deze inzichten vormen de basis voor jouw reis naar een gezonder en gelukkiger leven. Het begint met het erkennen van een andere fundamentele waarheid: je hoeft deze reis niet alleen te maken. Samen kunnen we werken aan het veranderen van jouw verhaal. 🤝

SLIDE 4

Als je op zoek bent naar een positieve verandering in je leven, laten we dan samen aan de slag gaan. Klik op de link om nu te beginnen en deel te nemen aan het Fit Transformation-programma. We staan klaar om jou te begeleiden op jouw reis naar succes. 🏋️🛒

9.2.5 Vertel jouw of een verhaal

SLIDE 1

Snel verhaaltje voor jou

Vroeger [voeg hier toe wat je vroeger zei, deed, dacht of voelde, in relatie tot wat jouw ideale klant op dit moment zegt, doet, denkt of voelt]

[Uitgebreid verhaal] 🗨️

SLIDE 2

De reden dat ik [voeg hier toe waarom dit gebeurde]

[Leg hier uit waarom] 😞

SLIDE 3

Zie je, de harde waarheid is dat [voeg hier iets toe dat ze moeten realiseren wat ze nog niet volledig begrijpen over dit onderwerp, zoals dit verband houdt met jouw aanbod]

[Leg uit indien nodig] 💡

SLIDE 4

Zodra ik stopte met [voeg hier toe wat je stopte met doen] en begon met [voeg hier toe wat je begon te doen], DAT was het moment dat [voeg hier toe wat er voor jou gebeurde, zoals dit verband houdt met jouw aanbod]

En bovendien [voeg hier nog een extra voordeel toe dat zich voordeed nadat je de verandering in het proces/methode/strategie had geïmplementeerd] 🚀🌟

SLIDE 5

Ik predik en leer deze strategie dagelijks aan mijn klanten
(en gebruik deze zelf ook)

En ik leer je precies hoe je dit moet doen in [voeg hier de
naam van je aanbod en de belofte toe]

SLIDE 6

Als je klaar bent voor/om [voeg hier het verlangen van
jouw ideale klant toe], wacht dan geen seconde langer
[Voeg je link toe en een sterke oproep om te kopen,
boeken of je e-maillijst te joinen]

Optionele dia:

Vragen over [voeg hier de naam van je aanbod toe]?

Stel ze hier!

Voeg een vraagvak toe 🗨️📧

9.2.5 Vertel je verhaal adhv verlangens

SLIDE 1

Verlang je er ooit naar dat je gewoon met je vingers zou kunnen knippen en [voeg hier het verlangen van jouw ideale klant toe, zoals het verband houdt met jouw aanbod]?

Als het MAAR zo makkelijk was 🤖

Eén ding weet ik zeker, als [voeg hier je titel toe]

SLIDE 2

[Voeg hier een fundamentele waarheid toe die jouw ideale klant moet weten om hun gewenste resultaat van de vorige dia te bereiken]

[Leg uit, indien nodig] ✨

SLIDE 3

En dat is precies waarom ik [voeg de naam van je aanbod en de belofte toe]

Dit is niet [voeg hier toe wat je aanbod niet is]

Dit is [voeg hier toe wat je aanbod is, in relatie tot het ultieme verlangen van jouw ideale klant] 🏠

SLIDE 4

Dia

Als je echt [voeg hier het verlangen van jouw ideale klant toe], [voeg hier een sterke CTA toe]

[Voeg de link toe naar je aanbod, aanmeldingsformulier, e-maillijst of DM

Een voorbeeld: Fitcoach

SLIDE 1

Wie zou er niet van dromen om in een oogwenk een perfect lichaam te krijgen? Het is een verlangen dat we allemaal hebben gehad. Maar eerlijk gezegd, we weten allemaal dat dit niet in een vingerknip gebeurt. Toch is er goed nieuws. 🧐

Als jouw toegewijde fitnessstrainer ben ik hier om je te vertellen dat we samen een reis kunnen maken om je doelen te bereiken, stap voor stap. 💪

SLIDE 2

Laten we realistisch zijn, er zijn geen snelle oplossingen. Het bereiken van jouw droomlichaam begint met een fundamentele waarheid: toewijding en consistente inspanning. 🌟

Het is tijd om te begrijpen dat we de magie niet kunnen versnellen, maar we kunnen zeker aan de slag gaan om jouw gewenste resultaten te bereiken.

SLIDE 3

En daarom heb ik een uniek Fit Transformation-programma samengesteld. Dit gaat niet over beloftes van directe resultaten; het gaat over de juiste begeleiding, een gebalanceerd dieet en effectieve training die je kunnen helpen om jouw droomlichaam te bereiken, stap voor stap. We hebben geduld en volharding nodig, maar ik ben er om je te leiden. 🌟

SLIDE 4

Als je klaar bent om je toewijding te tonen en jouw doelen na te streven, wacht dan niet langer. Laten we samen aan de slag gaan om jouw gezondheids- en fitnessreis te beginnen.

Klik nu op de link om je plek te reserveren en te beginnen aan het Fit Transformation-programma! 🚀