

LISETTE BRATTINGA

ROADMAP TO SUCCESS



**DE 10 BOUWSTENEN ALS
FUNDAMENT VAN SUCCES**

ROADMAP TO SUCCESS©

Wat hebben succesvolle ondernemers met elkaar gemeen?

Ze werken **ALTIJD** vanuit een stevige basis en een goed uitgedachte strategie. Ze hebben een duidelijk doel voor ogen en daar werken ze naar toe. Ook denken ze goed na over hun klanten. Welke klanten leveren geld op en zijn leuk om mee te werken?

Ze doen het vaak net iets anders dan de rest. Zo onderscheiden ze zich in hun markt. Daarom vallen ze op en kopen mensen graag bij hun. Elk jaar groeien ze verder.

Deze roadmap helpt jou met het creëren van het beste fundament voor jouw bedrijf. Dit zijn de beste basics zodat je snel en slim kunt starten en groeien. En het is een praktische roadmap natuurlijk. 'Keep it simple' is mijn motto, zodat jij vanuit een ijzersterk fundament kunt groeien en meer klanten aan gaat trekken. Op naar vrijheid en zelfstandigheid.

Deze roadmap biedt 10 cruciale stappen voor het succesvol starten en laten groeien van jouw eigen bedrijf. Maar ook als je al een tijdje bezig bent, is dit fundament cruciaal voor jouw continuïteit en groei.

Waarom is deze roadmap anders dan wat je op internet allemaal vindt aan ondernemingsplannen en bouwstenen? Ik heb **meer dan 25 jaar onderzoek** naar gedaan naar de succesfactoren van bedrijven en ondernemers en daar is dit fundament, deze roadmap, uit voortgekomen. Deze roadmap gaat uit van jou, als ondernemer. Jij bent het bedrijf. Daar begint alles mee. En als ondernemer heb je allerlei onzekerheden, keuzes en vragen. Jij bent tevens de unieke factor. Dat onderscheid jou van anderen waar de klant uit kan kiezen. Op de persoon, de ondernemer, daar ligt in deze roadmap dan ook een grote nadruk op. Dit zijn de 10 bouwstenen:





Ik nodig je uit om aan de slag te gaan met onderstaande bouwstenen en alle vragen te beantwoorden.

Bouwsteen 1: Jij als ondernemer

Mensen kopen mensen. Jouw persoonlijkheid trekt bepaalde mensen en bedrijven aan of juist niet. Het is belangrijk om jouw persoonlijkheid over het voetlicht te brengen. Breng eens in kaart wat jou **anders** maakt dan alle andere coaches waar iemand uit kan kiezen. Denk aan je kennis en ervaring, zowel zakelijk als privé.

Weet je wat jouw **grootste uitdaging of valkuil is**? Pak die aan, anders kom je niet vooruit.

Durf **je jezelf** te zijn? Er zijn al genoeg anderen. Durf de keuze te maken voor de manier van communiceren, het aanbod en de klanten waar je zelf het meeste plezier uithaalt. En nog belangrijker: **durf keuzes te maken** die anders zijn!

Bouwsteen 2: Jouw waarom

Om met plezier jouw bedrijf te laten groeien is het belangrijk om **jouw 'waarom'** onder woorden te brengen. Wat zorgt ervoor dat je je bed uit komt, wat is jouw passie? Waar doe je het allemaal voor? Vaak vertellen we WAT we doen en ook nog wel HOE, maar eigenlijk gaat het vooral over het **overbrengen van jouw passie en positieve energie**. Dat waar jouw ogen van gaan glinsteren als je erover verteld. Als je dit kunt overbrengen, dan voelen klanten een betere klik met jou en heb je het al voor 50% verkocht. Op YouTube vind je een interessante TedTalk over "Start with Why" van Simon Sinek.

Ook is het verstandig om jouw drijfveren en kernwaarden zijn te weten. De meeste coaches weten dat wel. Ik noem ze ook wel **geluksmetertjes**. Deze kun je heel goed als 'kompas' gebruiken voor je communicatie en klantkeuze. Check bijvoorbeeld voordat je een samenwerking aangaat of deze voldoet aan jouw kernwaarden.

Bouwsteen 3: Wat is jouw onweerstaanbare aanbod?

Omschrijf **jouw aanbod of dienst**. Wat verkoop je precies? En hou in gedachten dat je geen coaching verkoopt – zoals de meeste coaches – dat is alleen maar het 'middel'. Verkoop het resultaat van de coaching. Maak het zo concreet mogelijk, kies het liefste voor een specialisme of eigen methode.

Werk dit eens uit door een mindmap te maken: Welke **urgente problemen** los jij op met jouw klant en wat zijn de **resultaten** van jouw hulp? Het is handig om te bedenken wat er omgaat in jouw toekomstige klant als die wakker wordt na een slechte nacht. Doe hetzelfde voor de **grootste verlangens**.

Bedenk wat het **unieke** is van jouw aanbod, maak het anders dan anderen, en kijk hoe kun je **waarde toevoegen**. Voorbeeld: een coach die zelf of in het gezin veel met ADHD te maken heeft, kan ook klanten hiermee helpen. Dat maakt het anders en meer waard. Hoe maak jij jouw klanten het leven makkelijker, goedkoper of bespaar je hun tijd? Of zorgt jouw dienst voor een betere gezondheid of relatie? Mijn advies is om altijd te starten met 1 aanbod voor 1 specifieke doelgroep. Pas als dat goed loopt, ga je het volgende aanbod ontwikkelen.

Bouwsteen 4: Waar bied jij jouw aanbod aan en in welke markt?

Je gaat hierbij **kijken naar de markt**. Niet om jaloers te worden op iedereen die al verder is dan jij maar om te zien uit welke alternatieven een potentiële klant kan kiezen. Waar zitten de andere coaches en ken je ze? Je kunt sowieso iets van ze leren. **Wat doe jij anders dan zij**? Google eens welke coaches er naar boven komen als je jouw woonplaats intoetst of jouw specialisme. Ook hier zou ik echt voor anders gaan zodat je niet vergelijkbaar bent.

Bedenk eens waar jouw toekomstige klant allemaal uit kan kiezen? Een boek over het probleem lezen, een vriendin bellen, naar HR stappen, met een collega praten. Hij of zij heeft veel keuzes en hoe komt de persoon



dan bij jou uit? Kijk goed wat de route naar jou is. Het 'waar' gaat ook over jouw **eigen locatie**. Waar kun je jouw klanten het beste ontvangen en uit welke regio komen jouw klanten vooral? Of kies je voor online of een hybride vorm (online gecombineerd met fysieke ontmoetingen).

Bouwsteen 5: Voor wie is jouw aanbod?

Op welke **doelgroepen** richt jij je? Bij veel coaches is dit veel te vaag of te breed. Ze denken dat ze mensen uitsluiten als ze keuzes maken. Dat is niet zo. **Je kiest alleen in je marketing!** Als iemand morgen bij je aanklopt is iedereen die jij wilt helpen van harte welkom. Voor een via via doorverwijzing hoef je geen marketinginspanning te doen. Bepaal dus goed op welke klanten je je gaat richten en verdiep je tot in detail in hun behoeften, gedachten, leefwereld en patronen.

Hoe gaat jouw doelgroep op zoek naar hulp en **wat vinden ze belangrijk**? Je doelgroep is pas specifiek genoeg als je exact weet wie je morgen zou kunnen bellen of mailen. Ik spreek wekelijks ondernemers die zich bijvoorbeeld op het MKB richten, dat zijn 800.000 bedrijven, dat is nog veel te breed. Of vrouwen boven de 45 jaar, dat zijn er ook miljoenen. Het moet specifieker omdat je anders met hagel gaat schieten in je marketing. Dat is duurder en kost meer energie.

Bouwsteen 6: Branding & jouw naam of merk

Wees je ervan bewust dat je als coach vooral onthouden wordt op jouw eigen naam. Ik adviseer daarom coaches om altijd hun **eigen naam** goed te promoten. Zorg ook altijd dat je je eigen naam vastlegt als domeinnaam (zodat niemand anders hem kan gebruiken voor een website). Velen kiezen daarnaast voor een (eigen) merknaam of **bedrijfsnaam**. Als dat zo is: Wat wil je ermee uitstralen en vertellen? Wat zijn de kernwaarden van jouw bedrijf en hoe breng je die naar voren in je communicatie?

Dan heb je de **huisstijl**, dit is het gezicht van jouw bedrijf. Focus in jouw huisstijl op de kleuren en vormen die het beste bij jou passen en zorg dat **alles in lijn** is met wat je uit wilt stralen (afbeeldingen, lettertype, kleuren en vormen). Onbewust zorgt dat voor betrouwbaarheid.

Bouwsteen 7: Ambitie en focus

Ambitie is belangrijk om de stip op de horizon te zetten. De stip waar je naar toe gaat werken. Wat zijn jouw **persoonlijke ambities en doelstellingen**? Wat wil je bereiken voor jezelf, wanneer ben je tevreden? Denk na over hoe je jezelf kunt blijven ontwikkelen. Jezelf blijven uitdagen en zorgen dat je inspiratie op kan doen is cruciaal voor de ontwikkeling van jezelf en jouw bedrijf.

Hoe is jouw **balans tussen werken en vrije tijd**? Is dit ideaal of verre van? Ondernemen is leuk en daar moet je van kunnen genieten. En niet alleen maar ploeteren en te hard werken. Dan gaat er iets niet goed. Breng eens in kaart hoe je op jouw voorwaarden kunt werken, zodat jij op je best bent voor jezelf én jouw klanten.

Natuurlijk zit er ook een **financiële** kant aan jouw bedrijf. Heb je helder zicht op jouw financiën? Veel coaches hebben geen idee. Reken eens uit hoeveel **omzet** je minimaal nodig hebt om jouw privé- en zakelijke kosten te betalen? En wat is de **ideale omzet**? Als je jouw kosten maal 2 doet, zit je globaal gezien goed. Dus als je €3000 netto per maand nodig hebt om je kosten af te dekken, heb je minimaal €6000 omzet nodig (als je niet in loondienst bent). Weet je hoeveel klanten je daarvoor nodig hebt? Heb je een goed **verdienmodel**, een goed systeem om jouw geld te verdienen?

En dan focus. We worden zo snel afgeleid, verliezen vaak tijd op kleine onbelangrijke zaken. Hoe hou je focus, kies je je eigen weg en laat je niet afleiden? Zonder focus bereik je moeizaam jouw doelen. Het gaat erom dat je keuzes maakt, over wat jij belangrijk vindt. En **de allerhoogste prioriteit moet zijn: klanten**. Het vinden van klanten, het winnen van klanten en het behouden van klanten. Daar gaat bouwsteen 9 over.

Bouwsteen 8: Strategie: hoe ga je jouw doelstellingen halen?

Hoe ga je deze doelstelling uit bouwsteen 7 bereiken? Denk bijvoorbeeld aan het doen van een [pilot om de eerste klanten](#) te krijgen als je start of een nieuwe dienst hebt.

De **strategie is de meest praktische bouwsteen**. Maak van de grotere doelstelling een aantal kleinere doelstellingen zodat je het opbreekt in stukjes en zodat ze makkelijker bereikbaar zijn.

De strategie zorgt ervoor dat je aan de slag gaat met concrete acties: wat zijn de eerstvolgende 3 acties die je moet gaan doen, wat heb je nodig, wie heb je nodig en natuurlijk ook wanneer. Wat zijn de eerste stappen die je nu al kunt zetten? Deze bouwsteen vereist behoorlijk wat denkwerk. Vooral het opknippen in kleine stapjes blijkt lastig te zijn. Daarom heb ik een [voorbeeld](#) voor je zodat je [op 1A4-tje](#) helder hebt wat je moet doen, hoe, wanneer en met wie.

Bouwsteen 9: Klanten vinden, winnen en houden

De **ideale klant** is de klant wiens probleem jij het beste op kunt lossen. Klanten vinden, voor je winnen en daarna zorgen dat ze klant blijven: bepaal hoe je dat gaat aanpakken. Focus je in alle communicatie op hun probleem, help ze te dromen en verlangens onder woorden te brengen om vervolgens te kijken of jouw aanbod de oplossing is voor hun probleem.

Kies **maximaal 3 kanalen** om klanten te vinden. Keep it simple en kies voor de weg die het dichtste bij je ligt zoals via jouw bekende nuttige netwerken of social media als dat bij je past. Maak in ieder geval voor jezelf een [smashing elevator pitch](#) om jezelf te introduceren.

Verdiep je in verschillende **verkooptechnieken** en kies de techniek die het beste bij jou past. Zelf vond ik dat heel lastig dus heb ik me daar intensief op laten coachen. Verkopen kun je het beste zien als mensen helpen. Mijn klanten leer ik het verkopen ook, en dan vooral op een manier die bij hun past. In de [Sleutel tot Groei Podcast # 45](#) kun je de 3 geheimen over succesvolle sales beluisteren. In [dit blog](#) vind je 5 nuttige tips.

Bouwsteen 10: Marketing

Kort gezegd is marketing een **mix van 5 P's**. Marketing is bedoeld om mensen te laten kopen. Veel coaches leggen de focus vooral op alleen de P van Promotie en dan werkt het niet.

Marketing gaat over: Het aanbieden van je *dienst of product*, aan *personen* (jouw doelgroep) op de *plaats waar jou doelgroep zit*. Je bereikt ze via *promotie* en ze zijn bereid een *prijs* te betalen. De prijs is ook een cruciaal element natuurlijk.

Alle eerdere bouwstenen dragen bij aan marketing. Zo komt alles bij elkaar. Hoe kies je nu een goede mix? Zal persoonlijke verkoop voor jou het beste werken, of ga je via jouw website klanten werven, heeft het zin om op een beurs te gaan staan of moet je adverteren op social media? Allemaal mogelijkheden die voor jou zinvol kunnen zijn. Dat is echt even puzzelen. Dit zijn in ieder geval [de 10 grootste marketingfouten](#).

Maak vervolgens op basis van jouw doelgroep(en) een keuze uit **kanalen** zoals:

- **Persoonlijke verkoop:** face to face of via de telefoon bijvoorbeeld
- **Reclame:** Mond-tot-mond reclame, adverteren om je aanbod te promoten in de krant, in een vakblad, op de radio maar denk ook aan flyers die je in de buurt kunt verspreiden.
- **Website:** bedenk goed wat je met jouw website wil bereiken. Wil je informeren of verkopen bijvoorbeeld? Verdiep je in wat er allemaal bij komt kijken
- **Direct marketing** zoals Google Adwords campagne (doe ik zelf met groot succes!), e-maillijst waarbij je elke week mail stuurt of vaker (niet minder vaak dus) of nieuwsbrieven (beetje ouderwets....)

- **Advertenties** of banners in online media of in gedrukte media kunnen reuze effectief zijn
- **Relatiemarketing**: denk aan beurzen waar jouw doelgroep naar toe gaat, maar ook evenementen, presentaties en relatiegeschenken kun je sturen, of een verjaardagskaartje.
- **PR en free publicity** met bijvoorbeeld een artikel in plaatselijke krant of een radio-interview. Luister voor tips naar [Sleutel tot Groei Podcast # 17](#) over Zo regel je PR in de media
- **Sponsoring** voor het bevorderen van je naamsbekendheid. Hier zou ik niet meteen je geld aan uitgeven omdat het niet direct klanten oplevert.
- En natuurlijk **online marketing**: Denk aan Google – richt in ieder geval het gratis [Google Mijn Bedrijf](#) in - online partnerships en als allerbelangrijkste **Social Media Marketing**: [Facebook](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), YouTube, Twitter, TikTok, [blogs](#) en er zijn nog vele andere kanalen. Kies er 1 a 2 uit, niet meer in het begin. Kijk vooral waar jouw doelgroep op aanwezig is.
- Als laatste kunnen **old school marketingtechnieken** natuurlijk niet ontbreken zoals een verjaardagskaartje of het stimuleren van via via aanbevelingen. Lees voor de mogelijkheden [dit blog](#)

Om zeker te weten of je de juiste keuzes maakt kun je ook even de [Marketing Wizard](#) doen. Hiermee ontdek je je eigen winstgevende marketing succesformule. Als je veel klanten nodig hebt maak je hele andere keuzes dan als je er maar enkele nodig hebt. Bovendien moet je altijd kiezen wat het beste bij je past!

Ook communicatie speelt een rol. Communicatie is eigenlijk de boodschap om potentiële klanten te beïnvloeden zodat ze kopen. Naast verkopen en marketing, is dit ook een vak apart. Je moet ervoor zorgen dat je de relatie rustig opbouwt, met de juiste woorden en op een authentieke manier. Zo leren de mensen je kennen, ook al praat je niet altijd zelf met ze maar schrijf je naar ze of spreek je ze toe in een video. Het moet allemaal op 1 lijn zijn met elkaar.

[Bepaal de goede mix voor jouw bedrijf](#) en kijk vooral wat goed bij je past en wat werkt. Schrijf je teksten speciaal voor jouw doelgroep. Maak een **marketing actieplan voor elk kwartaal** en zet daarin welke boodschap je wilt verspreiden aan welke doelgroep, via welk communicatiekanaal, wanneer wil je dit doen en wat dit kost.

Evalueer elke maand! Meten is weten. Hou de statistieken van de website bij, registreer hoeveel volgers en klanten je via social media krijgt, welke klanten je op een netwerkbijeenkomst hebt ontmoet et cetera. Hou dit bij om bij te kunnen sturen. Anders geef je geld uit aan zaken die niks of te weinig opleveren.

Jouw volgende stap

De roadmap is de beste basis om jouw ideeën en plannen vorm te geven en te bouwen aan een stevig fundament voor jouw bedrijf. Duizenden ondernemers gebruiken deze roadmap om hun business op te bouwen en te laten groeien. Kom in actie en zet het op papier!

Zoek je naar **inspiratie of verdere verdieping** op de bouwstenen in de Roadmap?

- Luister naar waardevolle afleveringen van de Sleutel tot Groei Podcast via [Spotify](#) of [Apple Podcast](#). Je vindt er bijvoorbeeld mijn manier van moeiteloos verkopen, hoe je het beste je prijs kunt verhogen, allerlei business en mindset hacks en inspiratie om op je eigen manier te ondernemen.
- Volg mij op [LinkedIn](#) of [Instagram](#) voor inspiratie en business hacks.
- Wil je jouw ingevulde Roadmap uitgebreid met mij doorspreken? Dat kan! Plan jouw afspraak [HIER](#).

**Wil je met mij samenwerken?**

Coaches die voelen dat er veel meer in hun business zit dan ze er nu uithalen help ik graag om naar het volgende level te groeien. [HIER](#) vind je meer informatie over de mogelijkheden.

Laten we in ieder geval dan even kennismaken en kijken welk programma het beste bij jouw huidige fase en jou als persoon past. Of misschien is er maatwerk nodig. Maak [HIER](#) jouw vrijblijvende belafspreek in mijn agenda.

Ik wens je hoe dan ook veel succes en inspiratie toe!

Hartelijke groeten,

Lisette Brattinga

Bel of WhatsApp: 085 - 0041470

E-mail: lisette@lisettebrattinga.coach

Website: <https://www.lisettebrattinga.nl/>