

LOOKsee

Checklist voor het vermarkten van je product of dienst

Heb jij moeite om je producten en diensten aantrekkelijk te presenteren? Zodat het de interesse van je doelgroepen trekt?

Met het invullen van deze vragenlijst ontdek je alle informatie die je nodig hebt. Gebruik de lijst bij ieder product of losse dienst.

Vul de antwoorden zo accuraat mogelijk in en je kunt zó je pitch en verkoopverhaal uitschrijven.

Tips:

1. Neem je tijd en doe dit zorgvuldig en zo precies en gedetailleerd mogelijk. Wees kritisch op jezelf en vermijd gemakkelijke antwoorden.
2. Vraag klanten om deze lijst samen met je in te vullen, of gebruik deze lijst bij de intake van een nieuwe klant.

1

Over de klant

In welke sector is de klant werkzaam?

(Zakelijk, zorg, non-profit? Wat zijn de meest relevante trends in deze sector die van invloed zijn op jouw product/dienst?)

Wat is de aard van de organisatie?

(Beschrijf kort grootte, verspreiding, vestigingen, interne organisatie en andere relevante kenmerken.)

Wat is de rol van de klant in de organisatie?

(Positie, verantwoordelijkheid en situatie. Geef een korte beschrijving van een typische dag.)

Wat is het probleem of de kans waarvoor dit product of dienst precies de oplossing is?

(Waar lopen klanten tegenaan waar ze last van hebben? Maak het herkenbaar en belangrijk genoeg om geld voor te betalen.)

Wat zijn 3 dingen die je klant wil bereiken met betrekking tot hun probleem/kans?

(Hoe wil de klant het probleem oplossen en de situatie verbeteren of gebruiken?)

Noem minstens 2 gebeurtenissen of situaties waarin de behoefte aan deze dienst/product wordt opgeroepen

(Wat triggert iemand om op zoek te gaan naar jouw product? Beschrijf kort de buyer journey.)

Noem minstens 2 dingen die de klant haat met betrekking tot de producten/diensten van anderen

(Waardoor wordt klant gefrustreerd en teleurgesteld in het gebruik?)

Noem minstens 2 dingen die de klant goed vindt aan de producten/diensten van anderen

(Wat maakt de concurrentie aantrekkelijk en gevaarlijk? Wat doen ze beter dan jij?)

Wat moet de klant geloven over jouw product/dienst om tot actie over te gaan?

(Zonder dit zullen ze het nooit kopen. Dit moet ook gaan over de dingen waaraan ze twijfelen of waarvoor ze bang zijn.)

Wat moet de klant geloven over zichzelf om tot actie over te gaan?

(Dit zijn psychologische en dus onzichtbare struikelblokken. Overtuig de klant dat ze er klaar voor zijn.)

Obstakels om tot aankoop over te gaan: wie en wat

(Welke concrete dingen houden prospect tegen om tóch niet aan te kopen? Gebrek aan geld of mensen...)

Andere factoren die de keuze van de klant beïnvloeden

(Specifieke informatiebehoefte, taalvaardigheid, kennis van de materie etc.)

2

Over je product of dienst

Beschrijf je product of dienst

(Ben zo specifiek en praktisch mogelijk.)

Waarom zou de koper hierin geïnteresseerd moeten zijn?

(Zorg dat de koper zich hierin herkent. Gebruik hún taal en redenen.)

Wat is de exacte belofte dat je product of dienst maakt?

(Dit is de kernbelofte – hou het simpel en bij één ding.)

Wat is je bewijs dat het ook werkt?

(Dit kunnen quotes zijn, maar ook meetbare gegevens zoals aantallen bezoekers, groei in verkoop of omzet, enz.)

Noem minstens 2 belangrijke kenmerken van je product of dienst.

(Kies de belangrijkste kenmerken, neutraal omschreven.)

Noem de minstens 2 van de belangrijkste voordelen van je product of dienst voor de klant.

(Moet voor de klant een voordeel zijn: wat worden zij er beter van?)

Noem minstens 2 slechte dingen die kunnen gebeuren wanneer de klant niet jouw dienst of product gebruikt.

(Waarom is jouw product of dienst voor hun noodzakelijk?)

Noem minstens 2 van de bezwaren tegen jouw product of dienst.

(Wat vertelt de prospect zichzelf om jouw aanbod te negeren?)

Wat is je antwoord op deze bezwaren?

(Hoe maak je duidelijk dat je klant het zich niet kan veroorloven om *niet* met je te werken?)

Wat is de prijs van je product of dienst?

(Eenmalige prijs, abonnement of een samengestelde prijs? Hoe bepaal je die prijs?)

3**Over jou****Hoe denk je dat de klant jouw organisatie ziet?**

(Hoe sta je bekend? Wat is het beeld dat ze van jou hebben?)

Waarom zou de klant met jou werken en niet de concurrent?

(Dit moeten reële voordelen zijn. Ga op zoek naar wat jou onderscheidt van de concurrentie.)

Wat moet de klant geloven over jou om tot actie over te gaan?

(Dit gaat vooral over jouw organisatie. Ben je geloofwaardig? Kun je het aan?)

Wat maakt jouw organisatie speciaal aantrekkelijk?

(Extra voordelen van werkwijze of klantrelatie, de visie en waarden waarmee je werkt.)

4

Over je boodschap

Noem minstens 2 inzichten die je wilt dat je klanten opdoen.

(Wat weten ze nu nog niet, en wil je dat ze begrijpen? Als ze zich dit niet realiseren, interesseert de rest hen niet.)

Wat is het thema of de insteek van de boodschap?

(Wat is het Big Idea achter je product of dienst?)

Hoe verwoord je je verkoopargument?

(Wat is je ultieme propositie vertaald in klantvoordeel?)

Concept van de boodschap

(Wat is het idee achter van de boodschap? Hoe ga je je verhaal vertellen, in welke tone of voice and visual?)

Kreet / slogan / pay off

(Hoe vat je je boodschap samen in één korte kreet, die opvalt, lekker bekt en blijft hangen?)