



De 5 meest gemaakte communicatiefouten

[en hoe ze te omzeilen]

Foutje 1. Je pakt te veel voorsprong

... en je klant kijkt je moedeloos na.

Jij bent een expert in je vak, ook als je dat niet beseft. Praat dus niet over té gespecialiseerde details op je sociale media of in je blog (*tenzij je doelgroep écht kwantumfysici of data engineers zijn*). **Zet een paar stappen terug en start bij de basics, leg het basisprobleem en de oplossing helder uit in posts of korte blogs.** Informatie of weetjes waarvan jij denkt: *dit weet toch iedereen?* Wel, DAT zijn vaak de perfecte aanhakers voor potentiële klanten.

Dus: start bij de basics



Clients love it: een klant voelt zich begrepen en is niet bang om basic vragen te stellen, dus je verlaagt de drempel om jou in te schakelen. Dan is de stap naar een aankoop klein.

Foutje 2. Je praat tegen iedereen

... waardoor niemand zich echt aangesproken voelt.

Wanneer je zelfstandigen vraagt wie hun doelgroep is, antwoorden velen: *Goh, iedereen kan eigenlijk bij mij terecht*. Maar dat klopt niet. Nooit. Niemand heeft ooit een product of dienst voor elke persoon. Baken die doelgroep goed af. **Beeld je in wie die ideale klant is. En bedenk vervolgens: welk probleem los ik op voor die persoon of aan welke behoefte kom ik tegemoet? Laat al je communicatie van daaruit vertrekken.**

Dus: beeld je in dat je tegen één ideale klant praat



Clients love it: je perfecte klant voelt zich veel directer aangesproken en zal aandachtiger luisteren (én kopen).





Foutje 3. Je vindt jezelf nogal aanwezig

... terwijl niemand je gezien heeft.

Jij bent de enige die al je posts, nieuwsbrieven, blogs, flyers voor de volle 200% heeft gezien. Daardoor voel je je wat geremd om twee keer te posten over hetzelfde aanbod. Terwijl: de buitenwereld - waaronder je potentiële klanten - ziet maar nu en dan een flard passeren. Ze zien je posts tussen allerlei andere prikkels in. Lezen het maar half. Registreren het misschien niet eens. **Herhaal net heel regelmatig je aanbod. Altijd zal er nog iemand zijn die het voor het eerst ziet en blij is met de ontdekking.**

Dus: hou je aanbod niet verborgen



Clients love it: wanneer je je aanbod niet voldoende vaak bekend maakt, missen mensen iets fantastisch. Door dat wél te doen, maak je veel mensen heel gelukkig.

Foutje 4. Je wil niet commercieel overkomen

... en laat klanten verdwalen en afhaken.

Je post enthousiast over iets nieuws in je aanbod. Klanten worden al even enthousiast en willen je nieuwe product in huis halen of een beroep doen op die nieuwe dienst. Ze zoeken - intussen wanhopig - naar een link, een aanwijzing van wáár ze het kunnen kopen of boeken. Ze vinden het niet en haken teleurgesteld af. **Een duidelijke 'instructie' (ook wel: call to action) onder zo'n post is niet te commercieel of dwingend. Het helpt net mensen om vlot de weg te vinden. En da's exact wat ze willen.**

Dus: wijs klanten behulpzaam de weg



Clients love it: hoe makkelijker, hoe toffer voor je klant. Een aanbod moet zo makkelijk mogelijk bereikbaar zijn. Zorg voor duidelijke instructies als 'klik hier' of 'naar de website' en zet er een rechtstreekse link bij.

Foutje 5. Je liet je communicatie achterwege

... en klanten denken niet meer meteen aan jou.

Een van de moeilijkste dingen is ... volhouden. Zeker als je niet meteen en onmiddellijk de *satisfaction* ziet van concrete resultaten. Maar het is bewezen en aangetoond: **ondernemers die consistent communiceren, die blijven top-of-mind bij hun klanten en groeien gestaag (soms traag, maar wel echt gestaag).** Hou dus vol. Blijf je communicatieplan wekelijks invullen, opvolgen en respecteren.

Dus: blijf consistent communiceren



Clients love it: jij en je aanbod zullen voor klanten vertrouwd aanvoelen. Ze herkennen je posts en je blijft in jouw vakgebied in de bovenste lade liggen. Op het moment dat ze iets nodig hebben wat jij biedt, ben jij de eerste die ze contacteren.

