

Checklist

*Opgesteld door een businesscoach voor coaches
3+j ervaring*

JADE STAAL



Inhoudelijke branding

Waardeproposities



Een duidelijke **missie** en **visie** als coach

Een missie zegt wie je bent en wat je doet

Je visie gaat meer over het gewenste perspectief die je als organisatie of bedrijf wilt bereiken.



Jouw eigen **kernwaarden** duidelijk hebben

Aan welke waarden wil jij je verbinden in het leven? Waar krijg jij energie van? Wat vind jij belangrijk?



Welke waarden wil jij hiervan implementeren in je bedrijf? Waar wil jij als bedrijf voor staan?

PS: dit zijn vaak waarden die jouw ideale klant ook belangrijk vinden. Let hierbij op dat het nog steeds jouw eigen waarden zijn.



Wat is jouw **WHY**?

Waarom wil jij ... gaan doen? Waarom wil jij dit intrinsiek? Waarom is dit jouw roeping?



Een **naam** voor je bedrijf

Tip: laat met de naam zien wat je doet/ gebruik iets origineels wat mensen aanspreekt.

Aanbod (Hoe?)

Klantsegmenten en klantrelaties + kernactiviteiten



Hoe ga jij **werken**?

Online of fysiek en waarom?

Met losse sessies / trajecten?



Wie is jouw **doelgroep**?

Waar wordt jij warm van? (Maximum 2 doelgroepen)



Ontdek wie jouw **ideale** klant is

Demografische kenmerken

Psychografische kenmerken

Communicatiestijlen en voorkeuren

Niche?



Wat zijn de **pijnpunten** van jouw klant?

Wat mist de klant? Waar ziet hij dagelijks van af? Wat zouden ze zo graag anders willen? Wat zijn hun energievreters?



Wat zijn de **pleasures** van jouw klant?

Waar geniet jouw klant van? De zaken waar je klant heel veel energie van krijgt...

Aanbod (Hoe?)

Klantsegmenten en klantrelaties + kernactiviteiten



Waarom is jouw aanbod de **oplossing** voor hun pijnpunten?

Omschrijf waarom jouw aanbod de oplossing is, wat heeft jouw aanbod te bieden, wat gaat dit voor hen veranderen?



Maak een **overzicht** met het aanbod dat je gaat aanbieden

Omschrijf via welke stromingen jij werkt, rond welke thema's jij trajecten gaat aanbieden



Prijsbepaling

Bepaal je prijs en houd hierin rekening met BTW. Werk je voor bedrijven? Stel dan BTW ex prijzen op. Kijk hier naar je concurrenten en bepaal naar waarde.

Concurrentie analyse



Bepaal wie jouw **concurrenten** zijn

Directe concurrenten bieden dezelfde soort producten of diensten aan als jij. **Indirecte concurrenten** verkopen andere producten of diensten, maar spelen in op dezelfde behoefte van klanten.



Analyseer jouw concurrenten

Wat is hun aanbod

Wat zijn hun sterktes of zwaktes?

Wat zijn hun prijzen?

Hoe maken ze reclame?

	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
Prijs			
Kwaliteit			
Aanbod			
Locatie			
Service			
Bekendheid			
Duurzaamheid			

Inkomstenstromen

Verdienmodellen



Bedenk hoe jij je geld gaat verdienen, wat ga jij allemaal inzetten?



Uur- factuur



Pakketten/ trajecten



Online programma



Trainingen op locatie of online



Groepsaanbod



E-book



Toolbox voor experts of voor je cliënten

Uiterlijke branding

Logo, folders en huisstijl



Maak een **logo**

PS: zorg dat het duidelijk is en dat je logo laat zien wat je doet. Benoem dit ook in je logo.



Maak een **kleuren pallet** met een primaire kleur, neutrale kleur en een accentkleur.

Zorg dat het niet te druk wordt en je kleuren doordacht zijn en passen bij jou en jouw aanbod.



Zorg voor visitekaartjes en folders

Zorg ervoor dat ook deze in jouw huisstijl staan en je professionele foto's gebruikt.



Maak een huisstijl voor jouw sociale media

Maak via Canva posts die je steeds kan aanpassen, maar wel met jouw logo en kleuren pallet in verwerkt. Maak er minimaal 6.

Website

Onderdelen



Maak een duidelijke homepage

Korte voorstelling over jezelf

Een quote die jouw visie omschrijft

Een overzicht van jouw aanbod

Reviews

Formulier naar een gratis weggever

Call to action: gratis kennismaking



Over mij pagina

Uitgebreide voorstelling van jezelf

Wie ben je?

Waarom ben je tot het idee gekomen om dit te doen?

Welke opleidingen heb je gedaan?

Deel jouw waarden



Aanbod pagina

Voorzie de juiste linkjes naar eventueel dynamische pagina's



Producten pagina

Voor digitale producten en trajecten

Website

Onderdelen



Afspraak maken + infopagina

Duidelijke afspraken mbt de afspraak en call to action

Afspraken afzeggen

Betalingen en prijzen



Privacy pagina

Uitleggen hoe je met de gegevens omgaat



Optioneel: programma pagina indien online traject



Boeking pagina voor afspraken

Website

Marketing



Bedankpagina's per product of gratis downloads

Een duidelijk bedankje

Nog eens een korte uitleg

Doorverwijs mogelijkheden (upgrades of volledige product)



Duidelijke **funnel** pagina's over producten

Gratis product formulier

Voordelen opnoemen

Inhoud opnoemen

Call to actions

Marketingstrategie

Marketing



Instagram 3x per week posts plaatsen, Facebook 3x per week, posts op LinkedIn plaatsen

Engage

Informeel

Entertain

9-12 hashtags



Interactief zijn

Reageer dagelijks op de content van anderen met goede comments



Adverteren?

Facebook, Instagram, Youtube,...



Jezelf voorstellen bij dokterspraktijken



Posten in relevante groepen

Kostenanalyse bedrijf