

MOK HEIJMERINK

Jouw waan-zinnige website

start hier!

*'Een must-read voor iedereen
die serieus werk van zijn
website wil maken.'*

Veronique Prins



**BINNEN NO-TIME ONLINE
MET EEN WEBSITE DIE HARTEN VEROVERT**

Anderen over dit boek

'Ik wist het zelf niet, maar speeddaten en je website hebben veel met elkaar gemeen. In 'Jouw Waanzinnige Website' ontdek je precies hoe je ideale klant binnen drie seconden verliefd op je wordt via je website. Mok Heijmerink laat precies zien hoe je je website daarvoor inricht. Je hebt er geen ingewikkelde trucjes voor nodig. Wel een simpel stappenplannetje. En ook dat vind je in dit praktische boek - dat nog lollig geschreven is ook.'

Peter Post Copywriting voor Ondernemers

'Dit boek is zeker een aanrader voor iedereen die opziet tegen het (laten) maken van een website. Ik had het heel graag willen lezen voordat ik zelf begon en door de bomen het bos niet meer zag. Mok legt in heldere stappen alle fasen van het bouwproces uit en doet dit op een manier die voor iedereen begrijpelijk is. Ideaal voor wie opziet tegen het maken van een website.'

Hetty van den Brink Webdesigner

'Lees dit boek en voer de opdrachten uit die je na elk hoofdstuk vindt, voordat je begint met het bouwen van je website. Het zal je uren (wat zeg ik, weken, maanden!) besparen. Mok legt op een heel luchtige en toegankelijke manier technische materie uit, waar je eigenlijk niet te lang bij wilt stilstaan. Heel fijn dat Mok dat dus doet, want dan hoeft jij alleen nog maar haar stappenplan te volgen en knopen door te hakken.'

Danielle Hermeler Soul Messenger

'Wil je een stukje lezen? Om te kijken wat je ervan vindt? Met die vraag stuurde Mok me haar boek op. Hoe kan ze dat nou doen, daar heb ik geen tijd voor. Tot ik op een avond begon te lezen en ik, voordat ik het wist, vier hoofdstukken verder was. Vier! Terwijl ik geen tijd had en een boek over websites niet op mijn bucketlist stond. Maar laat dat maar aan Mok over.

Dit boek is namelijk exact zoals Mok en daarom las ik het bijna in één keer uit. Het is direct, concreet, helder geformuleerd, logisch en vooral heel praktisch door de o zo herkenbare metaforen en praktijkvoorbeelden. En gezien het aantal klanten dat Mok al heeft geholpen, heeft ze er daar tienduizenden van.

Helder, zonder poespas en stap voor stap neemt Mok je mee in het bouwen van je website. Of je het nu uiteindelijk zelf doet of laat doen, dit boek leert je ongelooflijk veel, zodat je van je website een zogenoemde klantmagneet kan maken. Zelfs als je atechnisch bent, net als ik. En ze schrijft het ook nog eens op een manier dat je denkt: dit snap ik en dit kan ik.

Het is ook een boek dat je moet lezen als je je website laat bouwen, omdat een bouwer vaak technisch goed is en je hem/haar met dit boek beter begrijpt (geloof me, ze praten voor je gevoel Chinees als je er niet een heel klein beetje verstand van hebt en stellen je vragen die je anders door Google Translate moet laten vertalen). Je moet het ook doen omdat een bouwer vaak de marketingtechnische kant iets minder goed onder de knie heeft.

Met dit boek zorg je ervoor dat dat stuk ook in orde is. Een website die technisch als een zonnetje draait, is namelijk niet per definitie de best converterende website...

Kortom, in mijn ogen een must-read voor iedereen die serieus werk van zijn website wil maken. En nog leuk om te lezen ook! Precies zoals je bij Mok kunt verwachten. Alsof je bij haar aan de keukentafel zit.'

Veronique Prins Ondernemerscoach

'Wat een heerlijk boek heeft Mok geschreven: heel toegankelijk ook als je geen kaas hebt gegeten van websites bouwen, terwijl je weet dat een website zo nodig is. De humor die ze gebruikt, maakt het heel herkenbaar voor je als klant, en ze legt het ongecompliceerd uit, waardoor je het direct voor je ziet. Geen ingewikkeld gedoe en een duidelijke uitleg. Het leest echt als een trein!

Door dit boek te lezen, voorkom je de grootste valkuilen waar je in kan stappen, bijvoorbeeld: meerdere klanten in één website duwen waardoor je de plank compleet mislaat of maanden aarzelen over je domeinnaam. Zelfs tips voor je copywriting staan erin, waardoor je heerlijk bij jezelf kan blijven en daardoor de fijnste klanten kunt aanspreken. En dan nog de acht formules... als je daar aan vasthoudt, kom je een heel eind! Ik zeg: lezen. (En doorpakken daarna!)

Irene Ogier Online Business Result Coach

Dit is hét boek over websites dat iedere ondernemer zou moeten lezen. Het laat je zien hoe je met jouw plek op het web de juiste klanten aantrekt. Hoe je dat doet op een manier die raakt, verwarmt en verbindt. Het geeft je praktische tips over het schrijven van je teksten op de manier die jouw ideale klant aanspreekt. Mok werkt met zoveel power en passie voor ondernemers die iets moois te bieden hebben, en dat lees je door de woorden heen. Het boek is een genot om te lezen, waardoor je alle praktische info als snoepjes tot je kan nemen, die nog lang blijven naknetteren.'

Jasper Merle Healing Singer

'Fantastisch boek, echt een aanrader. Mok begeleidt jou in de voorbereidende stappen voor jouw website in wording. Met haar hulp maak jij alvast de content, daarna begint het bouwen.'

Ingrid Alvarez hypnotherapeut

'Een website die het hart van je potentiële klant verovert, dat is toch precies wat je wilt? Met deze belofte had Mok me direct te pakken, en daarna heeft ze me het hele boek niet meer losgelaten. Mok is superslim, grappig en lief en dat zie je terug in elke pagina van dit boek. Ze vertelt je op een luchtige manier vol humor precies wat je te doen staat om een waanzinnige website te maken en stelt je met praktische oplossingen gerust over alle mogelijke beren op de weg. Een aanrader voor iedere website-loze ondernemer!'

Karlijn Kwint Business Coach

'Een website maken, kan dat op basis van een boek? Mijn conclusie na het lezen van dit boek: ja dat kan! Mok vertelt vol enthousiasme in heldere taal hoe je zorgt voor een website die werkt. Vol praktische concrete tips over indeling, vormgeving, taalgebruik en techniek. Niet alles daarvan hoeft je zelf te doen, maar als je de kern hiervan snapt, wordt je website sowieso beter. Daarbij wordt je even goed op je plek gezet: je website gaat niet over jou maar over de mensen die je wilt bereiken. Dus als je missie belangrijk voor je is: ga aan de slag met Jouw Waanzinnige Website! Dit boek geeft je een geweldige start!'

Mascha Struijk Auteur van 'Professional van uit je Hart'

'Wat een heerlijk boek van Mok. Met herkenbare voorbeelden en opdrachten (via een superhandige QR-code) die ervoor zorgen dat je als beginnende websitebouwer direct een goede start met je website maakt. Of je nu zelf wilt bouwen of je website liever door een expert laat maken. Als je jezelf een hoop gedoe wilt besparen, is dit een boek dat je voor de bouw wilt doornemen. Het is een leesboek én een doeboek. En een boek dat ik zelf graag gelezen had, voor ik met mijn eerste (en tweede ... en derde ...) website was gestart.'

Iris Boonstra Spirituele Transformatie Coach

Inhoud

<u>Voorwoord</u>	10
Door Maartje Blijleven	
<u>Inleiding</u>	12
Wat heb je eigenlijk aan dit boek?	
<u>1. Jij en je MOK - a love story</u>	15
Trek je meest fantastische klanten aan	
<u>2. Jouw aanbod - met een strik erom</u>	25
Presenteer je diensten verleidelijk en concreet	
<u>3. Over structuur en je killerbody</u>	35
Wijs je bezoekers de weg en hou ze vast	
<u>4. Leef je in en spreek je uit</u>	47
Schrijf rake teksten met acht verbindende schrijfformules	
<u>5. De emotionele kracht van webdesign</u>	59
Creëer de stijl die jouw boodschap laat spetteren	
<u>6. Je domeinnaam - easy does it!</u>	71
Ontdek de do's en dont's van je webadres	

<u>7. De keuze van je CMS... CMwatte?</u>	79
Aan de slag met techniek voor dummies	
<u>8. Zelf bouwen of uitbesteden</u>	89
Beslis op basis van alle voors en tegens	
<u>9. Een kamer huren voor je website</u>	101
Claim je plek op het web met goede hosting	
<u>10. De waanzinnige bouwmethode</u>	111
Kom slim & snel online	
<u>Go for it</u>	124
You never walk alone	
<u>Over Mok Heijmerink</u>	126
Let's light up the world	
<u>Dankjewel</u>	128
Shiny people	
<u>Handige links</u>	130
Scannen maar	

Voorwoord

Yesss!

Je staat op het punt om een geweldig boek te lezen, dat gaat over het bouwen van je eigen website. Ik wilde dat ik dit boek eerder in handen had gehad, toen ik jaren geleden mijn eerste eigen website bouwde.

Dat was in de tijd dat WordPress nog niet bestond en je tot in de nachtelijke uurtjes zelf HTML-code aan het schrijven was. In die tijd sprong je een gat in de lucht als een simpele button op je website daadwerkelijk deed wat je wilde! Haha. #Blijleven.

Gelukkig zijn de tijden inmiddels veranderd en hoeft het geen bloed zweet en tranen meer te kosten om een website te lanceren. Tegenwoordig kan het snel, simpel en effectief. Je hoeft niet meer nerdy te zijn om je eigen website te bouwen, iedereen kan het. Jij ook. Als je het tenminste niet alleen gaat doen. Gelukkig heb jij Mok!

Mok, onze fantastische auteur en webontwerpgoeroe, is een kunstenaar in het vinden van de juiste balans tussen design, ongeschreven websiteregels en een pragmatische aanpak. Daarnaast is het een geweldig leuk en lief mens, een echte verbinder en communitybouwer pur sang.

Als communitystrateeg en businesscoach met meer dan twintig jaar ervaring ben ik nog nooit iemand tegengekomen die de kunst van websitebouwen voor kleine gepassioneerde ondernemers zo goed beheerst als Mok dat doet. Je bent in

goede handen. In dit boek loodst Mok je door het doolhof dat websitecreatie kan lijken. Het begint bij het definiëren van je MeestOngelofelijkfantastischeKlant. Dat klinkt algeweldig, toch? En het helpt je om je diensten onweerstaanbaar te maken. Ook kleurgebruik, webhosting en zoveel meer komen aan bod. Verder ga ik niet te veel verklappen, behalve dan dat dit boek je leven als ondernemer een stuk makkelijker en leuker gaat maken.

Dit boek is meer dan alleen een handleiding voor het bouwen van websites. Het is een hulpmiddel, een maatje tijdens de voorbereiding en een bron van inspiratie. Dus of je nu een beginnende ondernemer bent die voor het eerst een website wil bouwen, of een ervaren professional die op zoek is naar nieuwe inzichten, Mok is jouw gids.

Ik ben vereerd dat ik dit voorwoord voor Moks boek mag schrijven. Ik geloof echt dat de lessen die je hier gaat leren, je helpen om je online zichtbaarheid en vindbaarheid naar een hoger niveau te tillen. Een must voor iedere ondernemer.

Dus, haal diep adem, maak je klaar en laten we samen beginnen aan deze reis in de wereld van waanzinnige websites. Ik weet dat je dit kunt. En Mok weet dat ook.

Succes!

Liefs,

Maartje Blijleven

*Community strateeg en businesscoach
bij We love communities*

Inleiding

Yeayyyy, je bent voor jezelf begonnen!

Je hebt een ik-voel-het-in-mijn-tenen-missie. Met jouw bedrijf ga je anderen helpen hun leven leuker, makkelijker en/of rijker te maken. Je gaat doen waar je hart van overloopt en je handen jeuken om hiermee te beginnen. Nu nog even dit waardevolle werk de wereld in zetten met een website. Maar niet zomaar een website. Je wil er eentje die weerspiegelt wie jij bent en waar je voor staat. Met een boodschap die de harten van jouw klanten verovert en een uitstraling waarmee je al die droomklanten aantrekt. Dit noem ik een waanzinnige website.

Maar waar begin je? Hoe vind je je weg in het technische oerwoud met al die ingewikkelde termen waar je niks van begrijpt? Misschien heb je zelf al wat zitten puzzelen of ben je gaan googelen om een goede webbouwer te vinden en ben je vervolgens verdwaald in alle keuzemogelijkheden. Niet gemokt!

Met dit boek heb je alvast een slimme keuze gemaakt. De keuze om niet als een kip zonder kop je website te gaan bouwen of hem uit te besteden aan de eerste de beste, maar met liefde en aandacht de juiste stappen te zetten die je die waanzinnige website gaat opleveren die je zo graag wilt.

Wekelijks spreek ik ondernemers die veel langer over hun website doen dan ze van tevoren hadden gedacht. Dit ligt negen van de tien keer aan per-ongeluk-verkeerde-beslissingen die ze aan het begin maken. En niet alleen op technisch vlak. Keer op

keer zie ik dat ze van tevoren onvoldoende hebben stilgestaan bij de meest essentiële ingrediënten van hun website en meteen de techniek in zijn gedoken of meteen alles hebben uitbesteed aan een webbureau. Hierdoor blijven ze onnodig lang rommelen in de techniek of krijgen ze van hun webbureau steeds maar weer iets anders voorgeschoteld dan waar ze op gehoopt hadden.

De afgelopen twintig jaar heb ik me fulltime gericht op het maken en verbeteren van websites, het uitzoeken van de beste technieken, talloze fouten maken en ervan leren om de volgende keer de valkuilen te omzeilen. Om uiteindelijk de formules te kraken om in korte tijd een waanzinnige website te bouwen. Ik heb honderden kleine dingen ontdekt waardoor je website beter, mooier, sneller, veiliger en effectiever wordt. Simpele dingen, kleine trucs – om ervoor te zorgen dat je website meer impact heeft, de juiste mensen raakt, beter werkt en langer meegaat. Zonder dat het je een half jaar hoofdpijn bezorgt.

Nadat ik ontdekte wat een website nou precies waanzinnig maakt, en het eureka moment kreeg dat ik beter eerst de inhoud en de structuur kon hebben staan voordat ik aan het bouwen begon, ging ik websites in één dag maken. Omdat ik het fundament van de website goed had voorbereid, werd het bouwen niet veel meer dan een invuloefening. Nou ja... bijna dan. 😊

Dat wil jij ook. Jij wilt ook dat het bouwen van je website een eitje is, maar natuurlijk wel met een waanzinnig resultaat. Het grote geheim zit 'm in de juiste voorbereiding. En die heb ik in dit boek stap voor stap voor je uitgetekend. Zonder technisch abracadabra. Van het bepalen van jouw MOK (je komt er nog

wel achter wat dit is) tot het schrijven van teksten die raken. Van het aantrekkelijk presenteren van je diensten tot de keuze voor de webbouwer (of jij dat nou bent of niet). Alle onmisbare tips voor de structuur, de inhoud, de vormgeving en de techniek van je website heb ik in tien overzichtelijke hoofdstukken voor je beschreven. Bij elk hoofdstuk hoort een praktische opdracht die je met behulp van een QR-code digitaal kunt maken. De opdrachten bij elkaar vormen uiteindelijk het fundament voor je website waar jij je bedrijf op kunt bouwen en waarmee je kunt groeien.

De enige persoon die jouw website waanzinnig kan maken, ben jij. Jij begrijpt precies waar jouw bedrijf om draait. Niemand zegt namelijk wat jij te zeggen hebt. Niemand kan wat jij kan. Of je nu een coach bent voor hoogbegaafde kinderen, een yogaschool runt, communicatietrainingen in de zorg geeft, als interieurstylist werkt of ontspanningsmassages geeft... Jij bent uniek. Jouw unieke ik uitdrukken in je website is precisiewerk. Je wil de juiste sfeer overbrengen en de juiste toon aanslaan, zodat je als vanzelf de juiste klanten op je pad krijgt en jij jouw licht de wereld in kan laten stralen. Jou helpen dit te doen, is mijn missie. Vandaar dit boek.

Let's light up the world!

Mok Heijmerink



Sta je al te springen om in actie te komen?

Download hier alle extra video's, worksheets, tips en voorbeelden die je bij dit boek krijgt:
webbouwenaandekeukentafel.nl/boekbonus



1

Jij en je MOK

a love story

Trek je meest
fantastische klanten aan

Laat ik maar meteen met de deur in huis vallen... je website gaat niet over jou.

De meeste ondernemers die dit horen, slaken een zucht van verlichting. Er zit megaveel weerstand op het idee dat je op je website moet pronken met jezelf. Dat je moet vertellen wat jou bijzonder maakt, waar jij goed in bent en waarom klanten voor jou moeten kiezen. Gelukkig is dat absoluut niet de essentie van een waanzinnige website. Dus, sit back en relax.

Het belangrijkste doel van je website is verbinding maken met diegenen waar jij het allerliefste mee wilt werken. Natuurlijk heb je passie voor het werk dat je doet en heb je een missie met je bedrijf. Maar op je website draait het simpelweg niet om jou. Het gaat om die ander. Om degene die jij wilt raken met je boodschap, die jij wilt helpen met je waardevolle werk. Je bedrijf is ontstaan vanuit jouw verlangen om je prachtige vak uit te oefenen. Je website is vervolgens de plek om het verlangen van jouw potentiële klanten aan te wakkeren om met jou in zee te gaan. De plek om ze te veroveren. Je kunt je website zien als een digitale matchmaker.

Met wie wil jij matchen?

Om de juiste match te vinden, moet je weten wie je zoekt. Daarom is de allereerste stap in het creëren van een waanzinnige website: bepalen voor wie je website eigenlijk is.

Jouw MOK is goud waard

Stel je voor, je mag één bezoeker uitzoeken die op je website komt. 'Nou nou', denk je misschien, 'hartelijk bedankt hoor maar eh... één bezoeker is niet erg veel.' Misschien niet. Maar die ene bezoeker is wel heel bijzonder. Het is namelijk je Meest Ongelofelijkfantastische Klant. Jouw MOK. Die ene persoon is je droomklant. De klant waar je je het meest op verheugt. Die precies die klachten heeft waar jij haar of hem vanaf kan helpen. Die met exact die problemen worstelt waar jouw expertise ligt. Die wensen en doelen heeft die jij perfect kan helpen realiseren. En die op zoek is naar de oplossing die jij biedt.

Ben je het met me eens dat deze ene meest ongelofelijkfantastische bezoeker meer waard is dan 500 bezoekers die op zoek zijn naar roze pluche beren? Die verkoop je niet. Dus je hebt helemaal geen bal aan al die mensen. Welke mensen zijn wél waardevol voor jou? Dat zijn degenen die jij fantastisch kunt helpen met jouw product of dienst. Die jij vanuit jouw missie en passie wilt helpen.



Jouw MOK is de klant die het beste resultaat zal halen uit jouw behandeling, programma, online training, coachsessies, begeleidingstraject, workshop of retreat. Hij of zij komt als een blij ei bij je vandaan en geeft jou hiermee de vervulling die heel natuurlijk ontstaat door het succesvol uitoefenen van je vak. Dat is jouw MOK. Daar maak je je website voor. Als je je MOK in z'n hart raakt, levert dit goud op voor je business. En vergeet niet dat jij goud bent voor je MOK. A match made in heaven!

MOK jezelf naar je droombedrijf

Ik heb je gevraagd je MOK voor te stellen als die ene bezoeker van je website. Door één persoon voor je te zien, is het stukken makkelijker om concreet te maken wie je wilt bereiken. Wie je wilt aanspreken. Het hart van jouw MOK veroveren, is het enige doel dat je voor ogen hebt.

Anders is het net als in de trein stappen zonder dat je bepaalt waar je heen wilt. Je gaat in een willekeurige trein zitten en hoopt dat je een leuke dag hebt op de eindbestemming. Stel dat de trein naar de zee gaat terwijl je bang bent voor water. Of naar een grote stad, en je houdt meer van de natuur. Dat is dan toch wel zonde van dat ritje. Je had dan beter even kunnen bepalen: ik wil naar de natuur en niet naar de zee. Dan had je niet zoveel tijd verspild.

Zo is het precies met je website.

Vaak weet je wel vaag wie je wilt helpen, maar heb je dit niet tastbaar gemaakt. Of je durft je niet te beperken, omdat je

bang bent dat je mensen uitsluit. En laten we eerlijk zijn. Als je net begonnen bent met je bedrijf, wil je niet al te kritisch zijn. Een betalende klant is tenslotte een betalende klant. Toch?

Zo dacht ik ook toen ik net begon als webdesigner. Ik had geen idee wie ik wilde helpen. Als je een website wilde, dan maakte ik die voor je. Met als gevolg dat ik soms ook klanten had die mij vroegen iets te bouwen waar ik eigenlijk niet achter stond. Het was een enorme worsteling om de balans te vinden tussen voldoen aan hun eisen en staan voor mijn eigen ideeën. Het resultaat hiervan was dat ik na zo'n opdracht helemaal leeg achterbleef en de klant ook niet helemaal kreeg wat-ie verlangde.

Géén love story dus.

Omdat ik niet duidelijk had wie ik nou écht wilde helpen, had ik een nietszeggende website. Ik durfde niet te kiezen, omdat ik bang was dat ik dan opdrachten zou mislopen. Mijn website sprak niemand specifiek aan. Pas toen ik hem volledig richtte op passiegedreven ondernemers die anderen helpen hun leven mooier, makkelijker en rijker te maken, kwam er een grote stroom van MOKken op gang. Mijn angst om minder klanten te krijgen, bleek totaal ongegrond. Integendeel, mijn bedrijf groeide.

*Als je niet bepaalt wie je wilt aanspreken,
dan spreek je niemand aan.*

Eén vak, twee MOKken

Stel, je bent interieurontwerper. Je maakt je website zonder te bedenken voor wie je interieurs wilt ontwerpen. Dat wordt een hele klus. Het maakt namelijk nogal wat uit of je een interieur voor een school ontwerpt of voor een oud landhuis. Je kunt het vast en zeker allebei. Dus vanuit jouw vak gezien, maakt het geen verschil. Voor die schooldirecteur of die eigenaar van dat landhuis is er wel degelijk verschil. Ze hebben namelijk hele andere vragen en hele andere wensen.

Bij de schooldirecteur spelen kindvriendelijkheid en veiligheid een belangrijke rol. Hij gaat op zoek naar een ontwerper die klaslokalen en andere ruimtes slim, praktisch en veilig kan inrichten, zodat de kinderen zich er lekker thuis voelen.

Neem dan de eigenaar van dat oude monumentale landhuis, die het familiebezit in z'n oude glorie wil herstellen om het goed te kunnen verkopen. Hij zal zoeken naar een ontwerper die de sfeer en het karakter kan terugbrengen in alle kamers en die ook nog eens weet wat wel en niet mag bij aanpassingen in het interieur van een monument.

Elk van deze MOKken zoekt iets anders en zal pas echt enthousiast worden als hij zijn specifieke wensen benoemd ziet op je website. Ook gebruik je op een website voor scholen natuurlijkerwijs andere kleuren en foto's dan op een website voor eigenaren van landhuizen. Je MOK vormt dus de basis waar alle beslissingen die bij het maken van een website komen kijken, uit voortvloeien. Hoe duidelijker je die hebt, hoe waanzinniger het effect dat je website heeft op jouw meest ongelofelijkfantastische klant.

Mijn klant Tania gaf jarenlang seksles. Op haar website deelde ze sekstips over standjes en technieken. Er kwamen vooral jongeren op af die trucjes en praktische adviezen zochten. Bijvoorbeeld: 'Hoe laat ik mijn vriendin klaarkomen?' Maar Tania's focus is de laatste jaren veranderd. Ze wil nu vooral volwassenen die al lang bij elkaar zijn, helpen een vervullender seksleven te krijgen. Zij willen geen technieken of trucjes leren, maar inzicht krijgen in hun diepste seksuele verlangens.

De MOK van Tania is duidelijk veranderd.

Met de nieuwe website die we voor haar bouwden, richtten we ons helemaal op haar nieuwe MOK. Dus niet meer: 'Wil je sekstechnieken leren?', maar: 'Wil je je eigen verlangens leren begrijpen voor een vervullend seksleven?'

Door de teksten en ook haar vormgeving aan te laten sluiten op haar nieuwe ideale klanten is haar website nu een poort geworden naar die mensen die perfect bij haar huidige aanbod en ambities passen.

Hoe bepaal je je MOK?

Nu je weet waarom die MOK de hoofdrol speelt op je website, is het tijd om 'm te beschrijven. Je hoeft niet in de stress te schieten als je nog helemaal geen klanten hebt. Je MOK is namelijk een fictief persoon dat model staat voor je doelgroep. Je mag 'm helemaal zelf verzinnen. Het kan een klant zijn waar je nu mee werkt die je als uitgangspunt neemt voor je beschrijving. Of een combinatie van meerdere klanten. Het kan ook een totaal

gefantaseerd persoon zijn. Het is belangrijk om helemaal in de huid van je MOK te kruipen en steeds verder in te zoomen op die ene persoon. Hoe beter je hem of haar begrijpt, hoe beter je je communicatie erop kunt afstemmen.

Je kunt lekker algemeen beginnen. Is het een man, een vrouw, een kind? Single, hoogopgeleid of werkzoekend? Ondernemer, arts, secretaresse, kunstenaar of rechtenstudent? Een mooi uitgangspunt, maar nog lang niet genoeg. Veel websites blijven hangen in algemeenheden. Ik zie goedbedoelde pogingen, zoals 'coaching voor mannen' of 'office support voor het MKB'. Ik gun jou dat je een stapje verder gaat. Durf te kiezen. Bijvoorbeeld voor:

- Singles met bindingsangst
- Moeders die zichzelf al jaren wegcijferen
- Pubers met een kort lontje
- Chaotische webshopeigenaren
- Ongedisciplineerde mbo-studenten
- Ambitieuze wereldverbeteraars

Hoe concreter, hoe beter!

Je bent niet de enige loopbaancoach, masseur, socialmedia-expert, kindercoach, personal trainer of gewichtsconsulente. Door specifiek te zijn in de keuze van je MOK word je minder vergelijkbaar met andere ondernemers in jouw vakgebied en ben je dus ook minder inwisselbaar.

Het is daarom goed om je doelgroep zo goed mogelijk te typeren. Hoe dieper je gaat, hoe dieper je raakt.

Zoom steeds verder in op de problemen, vragen en worstelingen van je MOK enerzijds en zijn wensen, verlangens en doelen anderzijds. De kern van je bedrijf draait tenslotte om het oplossen van problemen. Waar loopt je MOK tegenaan? Waar ligt hij van wakker? Waarover voelt hij zich angstig, zorgelijk, vertwijfeld of gefrustreerd?

Leer je MOK door en door kennen. Doe onderzoek, ga in gespreken luister aandachtig naar zijn verhalen. Probeer echt te begrijpen waar zijn pijnpunt zit. Je MOK voelt zich tot jou aangetrokken als jij laat zien dat je hem snapt en zijn problemen erkent. Hiermee heb je de sleutel naar zijn hart in je handen.

Bepaal je MOK

Scan de QR-code en download de handige worksheet met zes vragen om je MOK te bepalen.

webbouwenaandekeukentafel.nl/boekbonus

