

5 MANIEREN OM VAN WEBSITE BEZOEKERS KLANTEN TE MAKEN



www.prayanadesign.com

Je kan een prachtig ontworpen website te hebben. Maar als die niet de gewenste resultaten oplevert, **heb je eigenlijk je tijd en geld verspild.**

EEN GOEDE WEBSITE DIE JOUW UNIEKE WAARDE LAAT ZIEN,
ZORGT ERVOOR DAT JE BEZOEKERS KUNT OMZETTEN IN KLANTEN.
Is het echt zo simpel?

In dit mini-ebook deel ik waardevolle inzichten en slimme strategieën om jouw business naar een hoger niveau te tillen. Ik heb heel concrete, praktische tips voor je verzameld die je vandaag nog kunt toepassen.

Stel je succes niet langer uit. Jouw klanten hebben je nodig.

Mijn naam is Jessica en ik ben de oprichter van Prayana Design.

Wij zijn niet zomaar een designstudio. We willen impact maken en vooral jou helpen jouw impact te vergroten. Door jouw visie en boodschap op een authentieke, betekenisvolle én krachtige manier naar buiten te brengen.

Wil je meer over mij weten?
prayanadesign.com/nl/over-ons/



Let's dive in!



#1: Jouw unieke waarde

Als ondernemer, moeder en liefhebber van persoonlijke ontwikkeling wil ik graag iets met je delen dat voor mij essentieel is in het contact met mensen:

Ik wil kunnen zien en voelen wie jij bent, en dat jij ook kunt zien en voelen wie ik ben. Dat geeft mij een gevoel van verbinding en vormt de basis van hoe ik met mensen werk en samenwerk.



Er zijn honderden, misschien wel duizenden, bewuste health- en wellness bedrijven zoals dat van jou. En toch ben jij uniek. Jij brengt jouw eigen unieke waarde. Als je aan je klanten wilt laten zien wat je voor hen kunt betekenen, heb je eigenlijk maar één ding te doen: neem ze mee in jouw verhaal. Laat zien welke uitdagingen jij hebt overwonnen, hoe je dat hebt gedaan en hoe jij je potentiële klanten kunt helpen om hetzelfde te bereiken.

De mensen die zich hierin herkennen, zullen zich geïnspireerd voelen en bewust voor jou kiezen om hen te begeleiden.



HOW-TO:

Een eerste indruk krijg je maar één keer.

Nog voordat iemand ook maar één woord op je website heeft gelezen, vormen bezoekers al een beeld van wie je bent. Gebruik daarom professionele foto's en/of video's die jouw persoonlijkheid en waarde laten zien. Zorg daarnaast voor een goed ontworpen homepage. Dit is de digitale voordeur van je bedrijf. In veel gevallen komen bezoekers via je homepage op je website terecht. Daar krijgen ze hun eerste indruk van jouw bedrijf en ontdekken ze wat je te bieden hebt.



Laat mensen visueel ervaren wat er in hun leven verandert wanneer ze met jou werken. Als yogadocent kun je bijvoorbeeld laten zien welk fysiek proces een lichaam doormaakt wanneer iemand een jaar lang yoga beoefent. Geen enkele beschrijving kan dat zo sterk overbrengen.

Ben je een holistisch lifestyle coach? Dan wil je cliënt meestal niet precies horen welke technieken je gaat toepassen. Wat zij wél willen weten, is dat ze bijvoorbeeld binnen twaalf weken meer energie en balans in hun leven ervaren. Speel in op dat verlangen. Jouw cliënt wil van jou horen welke resultaten het werken met jou kan opleveren. Laat het zien, in plaats van het alleen te vertellen. Foto's waarop jij, of misschien zelfs voormalige cliënten, stralen en lachen, roepen een emotionele reactie op bij je publiek.

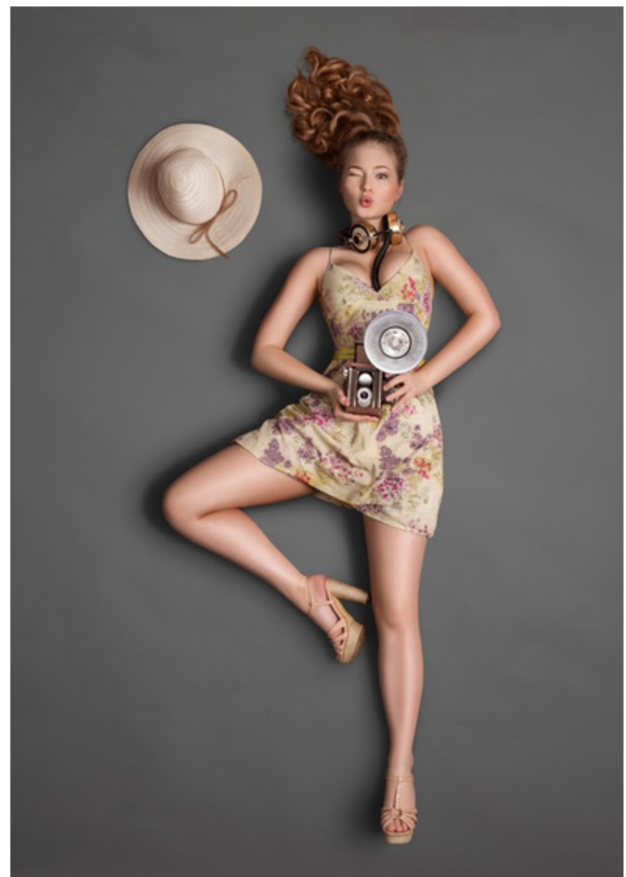
Deel! Jezelf laten zien is een van de krachtigste manieren om jouw waarde over te brengen aan toekomstige cliënten. Deel je persoonlijkheid, je verhaal en je visie via een vlog, blog, podcast of via je social media kanalen. Dat kan behoorlijk spannend voelen. Maar als je je ideale cliënten wilt bereiken en overtuigen, is er weinig dat belangrijker is dan dit.

Wees moedig en doe het toch.

Maak het écht uniek.

Het gebruik van templates voor je website kan in eerste instantie praktisch zijn. Toch kan het invloed hebben op de waarde die een cliënt ervaart wanneer hij of zij je website bezoekt. Een op maat gemaakte website helpt je om je echt te onderscheiden. Samen met een webdesigner kun je een website creëren die volledig aansluit bij jouw visie en uitstraling. Dat is belangrijk, maar niet het enige voordeel.

Een goede webdesigner weet ook op welke punten Google websites beoordeelt en zorgt ervoor dat je website technisch en strategisch goed wordt opgebouwd. Zo kunnen potentiële klanten je daadwerkelijk online vinden.



#2: Laat persoonlijkheid zien

Doe business met passie en intuïtie.

Alleen focussen op verkopen past niet bij mijn persoonlijkheid en ook niet bij mijn visie op de wereld. Voor mij is het gevoel van geven belangrijker dan simpelweg nemen. Het gaat om de waarde die ik mijn cliënten kan bieden en om de mooie uitwisseling die ontstaat in die samenwerking.

De kunst is om de aandacht van je ideale cliënt te trekken en hun nieuwsgierigheid te prikkelen om meer over je te ontdekken. Je wilt een verbinding creëren waarin je je cliënt echt kunt raken en in beweging kunt brengen. Er is niets belangrijker dan laten zien waarin jij je onderscheidt van anderen.

Durf anders te zijn. Durf jezelf te zijn.



HOW-TO:

Begin met je branding.

Als jij en jouw aanbod uniek zijn, dan moet je branding dat ook weerspiegelen. Je branding moet zo ontwikkeld zijn dat je ideale cliënten zich er meteen in herkennen.

Een belangrijk onderdeel daarvan is dat je branding, zowel in inhoud als in visuele uitstraling, laat zien wie je bent en wat je doet.

Ben je bijvoorbeeld voedingscoach? Dan zullen de primaire kleuren rood, blauw en geel waarschijnlijk niet direct een associatie oproepen met natuurlijke voeding. Heb je een studio voor kunsttherapie, dan kunnen deze kleuren juist beter passen bij je branding.

Onderzoek waar jouw ideale cliënt zich tot aangetrokken voelt. Wat roept een reactie bij hen op? Je kunt bijvoorbeeld een enquête doen, of simpelweg met mensen uit je netwerk in gesprek gaan.



Consistente branding.

Consistentie staat voor betrouwbaarheid. Betrouwbaarheid helpt je cliënt het vertrouwen te krijgen dat nodig is om met jou in zee te gaan. Dus als je het doet, doe het dan goed. Consistentie in je branding zorgt ervoor dat je bedrijf zichtbaar en herkenbaar wordt. Je social media, website en visitekaartje hebben een samenhangende uitstraling door het gebruik van dezelfde kleuren en communicatiestijl.

Maar er is meer dan alleen wat zichtbaar is. Consistentie betekent ook dat je regelmatig met je doelgroep communiceert. Denk bijvoorbeeld aan een nieuwsbrief die je elke eerste maandag van de maand verstuurt, een blogpost die elke vrijdagochtend online komt, een podcast op woensdagochtend en social media posts die je elke maandag- en woensdagavond deelt. Op deze manier kom je op een herkenbare en consistente manier in contact met je potentiële cliënt.

Val op in de massa

Een huidige trend in branding is het gebruik van beige- en nudetinten in het kleurenpalet. Deze trend is je vast niet ontgaan. Perfect als dit goed past bij jou en je bedrijf. Maar branding bestaat niet alleen uit trends. Je branding moet jouw unieke karakter uitstralen en ook over een jaar nog steeds passen bij jouw bedrijf. Uiteindelijk komt het neer op één heel simpel maar krachtig woord: eerlijkheid. Je cliënten willen begrijpen, voelen en geloven wat jou fundamenteel anders maakt dan de rest. Ze willen die verbinding voelen. Zorg er dus voor dat je branding authentiek is.

Ben je specifiek geïnteresseerd in het gebruik van kleuren in branding? Lees dan ook onze blogpost over brand colours hier.

Laat jezelf zien in woorden, beeld, stijl, tone of voice en uitstraling. **Vertel jouw verhaal.** Hoe ziet jouw leven eruit? Waar krijg je energie van? Welke transformaties heb je doorgemaakt? Wat draag je op een zondag? Wat zijn jouw guilty pleasures?

Zet dit niet allemaal in lange teksten op je website. Deel liever kleine stukjes van jezelf, bijvoorbeeld via een blog of via je social media kanalen.



EXTRA TIP:

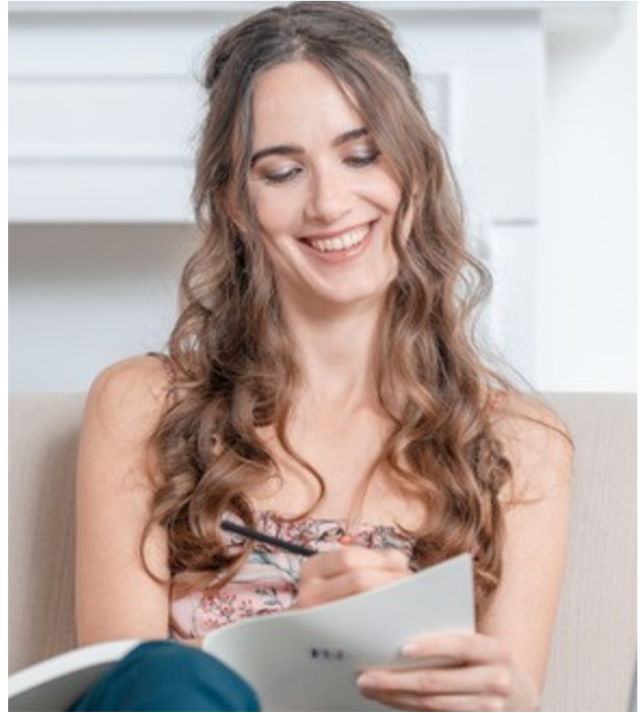
Branding en social media zijn op zichzelf al een vak. Het kost veel tijd, aandacht en energie om alle mogelijkheden ervan goed te benutten. Merk je dat het je veel energie kost en dat het je afleidt van de kern van je bedrijf? Aarzel dan niet om dit uit te besteden aan een branding- of webdesignbureau. Zij kunnen je helpen om jouw unieke waarde zichtbaar te maken voor de wereld. Zo krijg jij de ruimte om te doen waar jij goed in bent.

Wist je dat wij je hier ook bij kunnen helpen?
Bekijk onze diensten op onze website!



#3 Richt je op je doelgroep

Ik doe mijn werk met passie en ben iemand met een grote nieuwsgierigheid en een liefde voor avontuur. Voor mij is die nieuwsgierigheid essentieel om mezelf te blijven ontwikkelen. Wanneer ik in de natuur ben, kan ik helemaal opgaan in het bestuderen van bloemen. Ik vind het heerlijk om me te verdiepen in verschillende soorten en hun eigenschappen. In mijn bedrijf zijn mijn cliënten mijn bloemen. Ik benader hen met dezelfde nieuwsgierigheid, om te ontdekken hoe ik hen het beste kan helpen.



HOW-TO:

Ga de interactie aan!

Ga er niet vanuit dat jouw aannames over wat je cliënten nodig hebben automatisch de waarheid zijn. Je cliënten zijn daarvoor te waardevol. Leer je cliënten echt kennen, zodat je begrijpt wat ze van jou nodig hebben. Je socialmediakanalen zoals Instagram, TikTok, Facebook en LinkedIn zijn geweldige manieren om je cliënten beter te leren kennen. Stel vragen, organiseer live Q&A-sessies of maak een poll. Deze inzichten helpen je om je product of dienst verder te optimaliseren.

Wees specifiek!

Je ideale cliënt is degene die daadwerkelijk groeit met behulp van jouw product of dienst. Als expert in jouw vakgebied is het aan jou om te laten zien waar en hoe jouw ideale cliënt met jouw hulp kan groeien. Laat geen vragen onbeantwoord en maak duidelijk en concreet wat iemand met jouw diensten kan bereiken. Je kunt dit bijvoorbeeld doen door letterlijk te benoemen voor wie jouw product of dienst bedoeld is:
“Dit traject is geschikt voor mensen die bewust kiezen voor holistische coaching, om meer innerlijke rust te ervaren en weer te leren vertrouwen op hun intuïtie.”





De meeste beslissingen nemen we op basis van gevoelens en emoties.

Wanneer je deze gevoelens en emoties bewust aanspreekt, kan dat een reactie oproepen bij je potentiële cliënt. Als je dit met integriteit doet, kan het hen helpen om keuzes te maken.

Belangrijke emoties waarop mensen hun beslissingen baseren zijn bijvoorbeeld: geluk, angst of verlangen.

Een lifestylecoach kan bijvoorbeeld zeggen dat haar traject helpt om stress te verminderen, waardoor er meer rust ontstaat. Je kunt je cliënt prikkelen door vragen te stellen. Hoe zou je leven eruitzien als je deze stress niet meer ervaart? Waar zou je energie voor hebben als je niet langer energie verliest aan stress?

Door de gewenste emoties te benoemen, help je je cliënt te voelen of jij de juiste persoon bent om mee samen te werken.

Ben je klaar om je publiek te betoveren?

Neem contact met ons op en ontdek wat wij voor je kunnen betekenen.



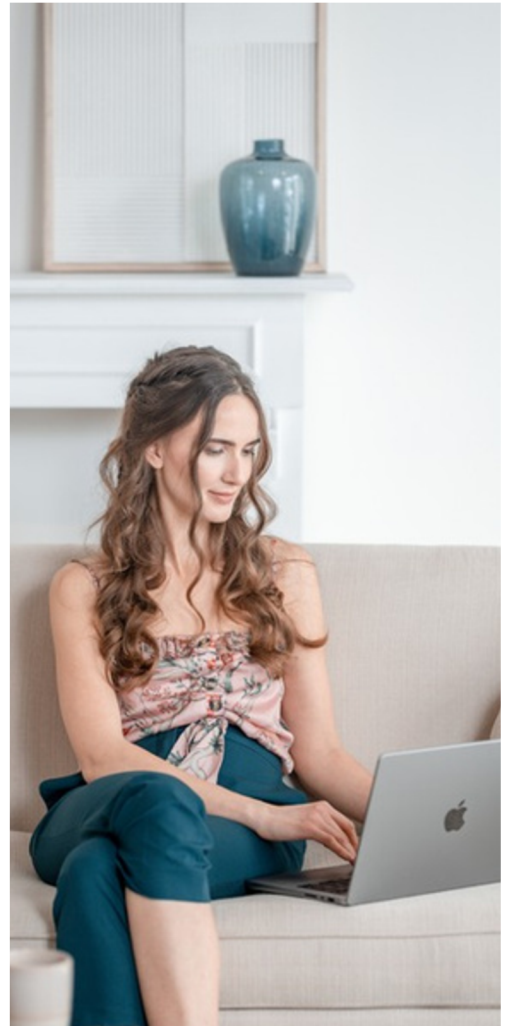
#4 Jij bent de Expert

Ik ben ondernemer sinds mijn 17e. Al sinds 2017 ben ik een bewuste ondernemer en eind 2019 startte ik Prayana Design.

Nog voordat ik nadacht over winst maken, wist ik al dat ik een missie had. Het was kristalhelder wat ik met mijn bedrijf wilde bereiken. **Ik wilde mijn kennis en ervaring inzetten om andere bewuste ondernemers te helpen succesvolle bedrijven op te bouwen en zelfs succesvoller te worden** dan veel van de 'reguliere' bedrijven die er zijn.

Je bent een expert omdat je handelt vanuit passie en gedrevenheid. Dat motiveert je om je eigen pad te volgen en je kennis en vaardigheden steeds verder te verdiepen.

Met jouw kennis kun je anderen helpen om te groeien en zich te ontwikkelen. Wanneer je deze expertise zichtbaar maakt voor je cliënten, geef je hen het vertrouwen om samen met jou dit pad van ontwikkeling en groei te bewandelen.



HOW-TO:

Kennis is kracht en delen geeft je kracht.

Als bewuste ondernemer en changemaker ben je waarschijnlijk vooral gemotiveerd om verder te kijken dan alleen je eigen belang. Deel daarom je kennis, ontwikkelingen en persoonlijke inzichten via een nieuwsbrief, blog, podcast, YouTube of een ander socialmediakanaal.

Natuurlijk zit niemand te wachten op wéér een nieuwsbrief die alleen maar vol aanbiedingen staat. Maak je nieuwsbrief informatief, praktisch en inspirerend. Zorg dat er zoveel waarde in zit dat je cliënten niet alleen zien wat je waard bent, maar er ook meteen iets mee kunnen doen.

Deel bijvoorbeeld je meest waardevolle inzichten in een Instagram-carrousel of maak een podcast waarin je jouw gedachten over verschillende onderwerpen deelt. De mogelijkheden zijn eindeloos.

Bekrachtig door te delen, en word zelf ook sterker door te delen.



Geef je cliënt de ruimte om te kiezen, niet om te kopen. Dat heeft een grote invloed op de manier waarop je met je klanten communiceert. Als mens willen we het gevoel hebben dat we zelf de controle hebben over onze keuzes. Toch is kiezen niet altijd eenvoudig. Je wilt zeker weten dat je op dat moment de juiste beslissing neemt. Je kunt je cliënt hierin ondersteunen door de juiste manier van communiceren aan te bieden. Geef je cliënt de mogelijkheid om een keuze te maken zonder zich onder druk gezet te voelen. Zie je het verschil tussen: “Koop het traject hier” en “Klik hier en kies voor groei”?

Consistentie staat voor betrouwbaarheid. Betrouwbaarheid helpt je cliënt het vertrouwen te krijgen dat nodig is om met jou in zee te gaan. Als je het doet, doe het dan goed. Door consistent zichtbaar te zijn, laat je niet alleen zien wie je bent, maar bouw je ook vertrouwen op.

Voorbeeld:

Je volgt een interessante blog met veel nieuwe inzichten binnen jouw vakgebied. De maandelijkse blog bevat zoveel waarde dat je niet eens in je agenda hoeft te kijken om te weten wanneer de volgende editie verschijnt. Het lezen van deze blog is onderdeel geworden van je routine.

En dan gebeurt het ineens: twee maanden lang verschijnt er niets. Dat kan verwarring of teleurstelling oproepen. Wat je ook voelt, de kans is groot dat het een negatieve reactie is.

Consistentie wint. Mensen vinden het prettig om te weten wat ze kunnen verwachten en waar ze op kunnen rekenen.



#5 Doelgericht

Ik merk dat ondernemerschap vraagt om een scherp bewustzijn van mijn geest en lichaam. Ik kan mijn cliënten niet optimaal begeleiden als mijn energieniveau laag is. Goed voor mezelf zorgen en mijn grenzen bewaken is daarom een belangrijk onderdeel van mijn waarden. Net als het zoeken van de juiste ondersteuning wanneer ik ergens in mijn leven vastloop.

Heb jij een heldere visie op je doelen? Zo niet, dan wordt het voor je cliënten moeilijk om de juiste informatie eruit te filteren. Jouw doelen en waarden zouden zichtbaar en voelbaar moeten zijn, van het ontwerp van je website tot de manier waarop je met je publiek communiceert op social media.



HOW-TO:

Maak je boodschap kristalhelder!

Vertelt je tekst duidelijk wat je doel is en wat je van je cliënt verwacht? We zijn niet allemaal geboren schrijvers, maar met deze eenvoudige checklist kun je nagaan of je tekst echt overbrengt wat je cliënt nodig heeft.

Vertel je cliënt vooral wat de voordelen zijn van met jou werken, in plaats van alleen de kenmerken van je aanbod te beschrijven. Je cliënt heeft weinig aan een theoretische uitleg over welk gedragsmodel je gaat toepassen. Wat ze wél willen weten, is bijvoorbeeld of het hen helpt om weer een gezonde leefstijl te ervaren. Vraag jezelf daarom af: wat levert het iemand concreet op om met mij te werken? En beantwoord die vraag zo specifiek mogelijk.



Wees specifiek en visualiseer de resultaten die cliënten met jou kunnen bereiken.

Geef je toekomstige cliënt zo veel mogelijk concrete informatie. Vervang vage of subjectieve beschrijvingen door duidelijke resultaten. Zeg dus niet alleen dat je iemand helpt om meer balans in het leven te brengen. Benoem ook hoe lang het traject duurt, wat de voordelen zijn en wat het kost. Maak het zo concreet en helder mogelijk.

Focus op emotie in plaats van alleen op ratio.

Hoewel we denken dat we beslissingen nemen op basis van logica (dit is de beste keuze), blijkt dat we meestal handelen vanuit emotie (ik verlang naar het resultaat). Vertaal de rationele uitleg daarom naar een gevoel of verlangen.

Bijvoorbeeld:

“Volg een relatie-transformatietraject bij een gecertificeerde docent.”
of “Ervaar meer vervulling in je relaties na dit relatie-transformatietraject.”

Pas je Call-to-Action aan op je doel.

De perfecte Call-to-Action hangt af van je doelgroep en van het doel van je website: welke actie wil je dat bezoekers ondernemen?

Vraag je cliënt om de stap die nodig is.

De knop waarmee je iemand uitnodigt om zich aan te melden voor je inspirerende nieuwsbrief is anders dan een Call-to-Action waarmee iemand je online cursus koopt. Er bestaat geen universele Call-to-Action die elke bezoeker automatisch in een klant verandert. Je moet hem afstemmen op je doelgroep en op de specifieke actie die je van hen vraagt.



SAMENVATTEND: GA AAN DE SLAG MET HET VOLGENDE:

- Vertel jouw verhaal
- Wees in alles consistent
- Wees specifiek
- Definieer en richt je op je doelgroep: wie is jouw ideale cliënt?
- Laat je bezoeker ervaren dat jij de expert bent
- Investeer tijd, het loont om het vanaf het begin goed te doen
- Je investering betaalt zich terug in het aantrekken van je ideale cliënten en een hogere conversie

Met deze tips ben je klaar om bezoekers om te zetten in cliënten.

Still feel you can use some help?

Don't worry! I am here for you.

Contact us to secure a time slot to talk with me.

I look forward to meeting you!



Pictures: Chantal Goos & Tatiana Tretiakova