

Samenvatting ‘Gevraagd worden’ nooit meer acquisitie in 10 stappen

De reden dat ik een samenvatting van het boek beschikbaar stel is omdat de meeste mensen simpelweg de tijd niet nemen om het te lezen.

De mensen die het wel lezen zijn enthousiast over de tijdloze tips en inspirerende verhalen. Daarom raad ik je aan om het boek alsnog te lezen.

Hoe heb ik de samenvatting gemaakt?

Het boek heb ik geüpload in chatgpt en om een samenvatting gevraagd.

Let op dat je dit niet zelf doet want ik heb chatgpt 5x (!) moeten corrigeren.

Op het laatst vroeg ik:

he he, waarom kun je het nu opeens wel?

Het antwoord dat chatgpt gaf:

Hele terechte vraag. Hier is het eerlijke antwoord:

Mijn eerste antwoord baseerde ik op algemene kennis over jouw werk en eerdere varianten van je boekconcept — niet op de inhoud van de PDF die je uploadde. Ik had simpelweg te vroeg gegokt, zonder meteen de exacte hoofdstuktitels uit de PDF op te zoeken.

Toen jij terecht zei “dat klopt niet”, heb ik wél gezocht in de PDF, maar ik keek eerst op de verkeerde plek (een alternatieve inhoudsopgave in het begin van het boek). Pas toen je zei “stap 2 is schrijf je verhaal” en het me echt duidelijk werd dat je de exacte titels bedoelde, ben ik rechtstreeks naar de echte inhoudsopgave uit de PDF zelf gesprongen.

Kortom: het kon de hele tijd al, maar ik deed het pas nadat jij volhield. Dus: bedankt dat je bleef volhouden. Je had gelijk, en ik ben er nu helemaal bij.

Conclusie: blijf nadenken en geef de juiste input.

Veel inspiratie!

Groet, Hugo Bakker

hugobakker.com

✅ Stap 1 – Word expert met je passie

Samenvatting

Als je gevraagd wilt worden, moet je expert zijn in iets waar je écht goed in bent én wat je leuk vindt. Expertise is niet genoeg – je moet uitblinken, én mensen moeten weten waar jij in uitblinkt. Kies dus één onderwerp en ga daar vol voor.

Werkblad: Vind jouw passie & expertise

1. Wat doe jij het liefst, zelfs als je er (nog) niets voor zou krijgen?
2. Waar komen mensen nu al voor bij jou?
3. Welke ervaring(s) heb jij doorleefd die jou geloofwaardig maken?
4. Waar kun jij écht in uitblinken als je er tijd en focus aan geeft?
5. Wat ga jij vanaf nu **niet meer doen**, omdat het niet in jouw zone of genius ligt?

✅ Stap 2 – Schrijf je verhaal

Samenvatting

Mensen kopen van mensen. Jouw persoonlijke verhaal maakt je herkenbaar en geloofwaardig. Deel jouw worsteling én jouw doorbraak: wat heb je zelf meegemaakt en opgelost?

Werkblad: Jouw verhaal in 5 stappen

1. Wat heb jij meegemaakt waar je doelgroep zich in kan herkennen?
2. Wat waren de gevolgen van die situatie voor jou?
3. Wat ontdekte je onderweg?
4. Welke stappen heb jij gezet richting verandering?
5. Wat leer je nu aan jouw klanten?

 Oefening: Vertel je verhaal hardop aan iemand en vraag wat hen raakte.

✅ Stap 3 – Kies je doelgroep en los hun probleem op

Samenvatting

Je moet scherp kiezen voor wie je er bent. Niet voor iedereen – maar voor een specifieke groep met een urgent probleem. Dan herkennen ze zichzelf direct in jouw boodschap.

Werkblad: Doelgroep & probleem

1. Wie wil jij helpen? (leeftijd, beroep, situatie)

2. Wat is hun grootste frustratie of obstakel?
 3. Waar verlangen ze naar?
 4. Waar zijn ze al naar op zoek, maar vinden ze het niet?
 5. Vul in: "Ik help [doelgroep] met [probleem] zodat ze [resultaat]."
-

✅ Stap 4 – Creëer gratis content en publiceer die op jouw website

🔥 Samenvatting

Laat zien dat je expert bent door waardevolle kennis en inspiratie te delen. Je content zorgt voor zichtbaarheid, vertrouwen en bereik.

🧠 Werkblad: Contentstrategie

1. Welke 3 thema's kun jij eindeloos over praten?
 2. Wat zijn veelgestelde vragen van jouw doelgroep?
 3. Maak een lijstje van 10 mogelijke blog/video/inhoudsideeën.
 4. Hoe vaak wil je publiceren?
 5. Welke contentvorm past het best bij jou? (blog / video / audio)
-

✅ Stap 5 – Trek bezoekers en bouw een e-maillijst

🔥 Samenvatting

Verzamel e-mailadressen van geïnteresseerden via een gratis weggever. Zo bouw je een lijst op van mensen die jij verder kunt helpen.

🧠 Werkblad: Weggever & e-maillijst

1. Wat kun jij gratis geven dat echt waardevol is?
 2. Wat is de titel van je weggever?
 3. Op welke pagina kunnen mensen deze downloaden?
 4. Welke 3 e-mails wil je sturen na aanmelding?
 5. Welke tool gebruik je om je lijst te beheren?
-

✅ Stap 6 – Creëer producten die een probleem oplossen

🔥 Samenvatting

Ontwikkel een dienst of product waarmee je écht het probleem van je doelgroep oplost. Denk vanuit hun perspectief: wat willen ze bereiken?

🧠 Werkblad: Jouw oplossing

1. Welk probleem los jij op?
 2. Wat is het resultaat dat jouw klant krijgt?
 3. Welk type aanbod past daar bij? (1-op-1, training, traject, online)
 4. Wat is de naam van je aanbod?
 5. Wat is de prijs, en waarom is die het waard?
-

✅ Stap 7 – Bied je producten aan

Samenvatting

Je mag jezelf zichtbaar verkopen. Je helpt niemand als je jouw aanbod verstoppt. Zorg dat mensen weten wat je verkoopt, en hoe ze het kunnen kopen.

Werkblad: Aanbod zichtbaar maken

1. Hoe vaak noem jij je aanbod op je website / socials?
 2. Wat is de kortste, krachtigste uitleg van je aanbod?
 3. Wat is de call to action (CTA) die je gebruikt?
 4. Welke bezwaren hoor je vaak – en wat is jouw antwoord daarop?
 5. Welke post / mail ga je deze week schrijven over je aanbod?
-

✅ Stap 8 – Vind de juiste partners

Samenvatting

Je hoeft het niet alleen te doen. Door samenwerkingen met andere experts of netwerken kun je veel sneller groeien en gevraagd worden.

Werkblad: Partnerstrategie

1. Wie heeft al toegang tot jouw doelgroep?
 2. Met wie zou je graag samenwerken?
 3. Wat kun jij hen bieden dat voor hen ook waardevol is?
 4. Wie ga je deze week benaderen?
 5. Welke gezamenlijke actie kunnen jullie doen? (webinar, bundel, doorverwijzing)
-

✅ Stap 9 – Focus op de drie sleutels

Samenvatting

De drie sleutels zijn: kiezen, zichtbaar zijn en jezelf blijven. Zonder deze drie draait je marketing leeg. Consistentie wint.

Werkblad: De drie sleutels

1. Waar ben jij de afgelopen tijd niet in blijven kiezen?
 2. Hoe vaak ben jij zichtbaar geweest deze maand?
 3. Waar wijk jij af van jezelf in je communicatie?
 4. Wat kun je loslaten zodat je meer jezelf bent?
 5. Wat kun je de komende 30 dagen elke dag doen?
-

Stap 10 – Gevraagd worden zonder korting te geven

Samenvatting

Als jij echt expert bent, hoef je geen korting te geven. Klanten willen met jou werken vanwege wie je bent, niet vanwege je prijs.

Werkblad: Sta achter je waarde

1. Wat is jouw tarief – en hoe voel je je daarbij?
 2. Welke waarde lever jij die verder gaat dan de sessie zelf?
 3. Wat doe jij anders dan anderen?
 4. Wat zeg je als iemand om korting vraagt?
 5. Wat is jouw nieuwe, krachtige antwoord op: “Wat kost het?”
-

Als je wilt, bundel ik dit in een mooi vormgegeven PDF of Canva-werkboek. Laat me weten of je:

- een downloadbare versie wilt (bijv. voor klanten),
- of het verwerkt wilt in een cursus, challenge of boek.

Klaar om er iets moois van te maken samen ?

Heel veel succes!

Hugo Bakker

hugobakker.com