

BUSINESS PLANNER

•

SAMPLE BOEK

essentialiving

BUSINESS PLANNER



Your business *Essentialiving*.....

Your name *Gaby*.....

This Planner starts on *1 April*.....

De sleutel tot succes

Essentialiving gaat over focussen op wat er werkelijk toe doet. Als zelfstandig ondernemer is het helaas maar al te gemakkelijk om deze prioriteit uit het oog te verliezen. Het managen van een bedrijf kan snel overweldigend voelen, met talloze taken en verantwoordelijkheden die je aandacht vragen. Vaak begin je met de eenvoudigste of leukste taken, in plaats van te doen wat echt moet gebeuren. Of er duiken onverwachte taken op die je focus afleiden en ervoor zorgen dat het oorspronkelijke doel naar de achtergrond verdwijnt.

Hulp bij het focussen

Om deze uitdagingen te tackelen, is het van essentieel belang om doelgericht te werk te gaan. Je hoeft eigenlijk alleen maar te focussen op jouw drie voornaamste taken, en te bepalen welke activiteiten de grootste impact hebben op je bedrijf. Daarnaast is het zaak om een structuur op te zetten die je helderheid geeft over wat er dagelijks moet gebeuren. En guess what? Dat is precies wat de Essentialiving Business Planner je biedt.

Een slimme manier van werken

Met behulp van deze Planner kun je moeiteloos bepalen welke stappen je moet zetten en wanneer je ze moet uitvoeren. Het zorgt voor structuur in de chaos en biedt praktische schema's die je dagelijks kunt toepassen. Hierdoor krijg je helderheid over je prioriteiten en kun je effectiever te werk gaan. En het mooiste van alles? Je zult merken dat je in minder tijd meer bereikt. Wie wil dat nou niet?

Til je productiviteit naar een nog hoger niveau door de combinatie met de Life Planner

Wanneer je de kracht van deze Essentialiving Business Planner bundelt met de Essentialiving Life Planner, zul je een niveau van structuur in je leven ervaren dat je nooit voor mogelijk had gehouden! De Essentialiving Life Planner is dé ultieme persoonlijke planner: ontworpen om balans in je leven te creëren door specifieke tijdvakken voor ontspanning en werk te reserveren. Vervolgens kun je met de Essentialiving Business Planner bepalen welke taken je precies tijdens die toegewezen werkuren zult uitvoeren. Deze naadloze samensmelting van beide planners zorgt voor een harmonieuze synergie tussen je persoonlijke en professionele inspanningen.

Laten we nu samen aan de slag gaan en mega resultaten behalen!

Liefs, Gaby

Plannen volgens Essentialiving

Het grootste misverstand over plannen, naar mijn mening, is dat je een planning maakt om zo veel mogelijk gedaan te krijgen. Om alles slim en efficiënt in elkaar te passen, zodat je je afspraken, taken en activiteiten als een robot kunt afvinken. NEE. Een goede planning, of het nu voor je bedrijf is of voor je privé leven, is een hulpmiddel om je overzicht te geven en om afgewogen keuzes te kunnen maken. Het brengt rust in je hoofd en stelt je in staat om te bepalen of alles wat je wilt ook daadwerkelijk haalbaar is in de tijd die je beschikbaar hebt. Het gaat niet om zo *veel mogelijk* te doen, maar om de *juiste dingen* te doen.

Verander je uitgangspunt

Het fundamentele verschil tussen de Essentialiving manier van plannen en andere benaderingen is het uitgangspunt. De meeste mensen nemen alles wat ze 'moeten' of willen doen als vertrekpunt en proberen vervolgens alles in hun dag te proppen. In plaats daarvan begin je met de Essentialiving-aanpak bij het aantal beschikbare uren dat je hebt. Vervolgens beslis je hoe je die tijd wilt besteden. Deze Planner stelt je in staat om precies dat te doen.

De Essentialiving-manier dwingt je om keuzes te maken, om af te wegen wat voor jou het meest belangrijk is of de meeste impact heeft om te doen, en wat eenvoudigweg niet in je dag past. Als gevolg daarvan zul je nooit tijd tekort komen, te veel van jezelf vragen of je overweldigd voelen. Het zal je bewust maken van de belangrijke realisatie dat 'you can do anything, but not everything'.

De voordelen van werken in kwartalen

De wereld verandert snel, en ondernemers moeten zich in een steeds hoger tempo kunnen aanpassen. Daarom is deze Planner opgezet in kwartalen. Je kunt je eerste 3-maanden sprint starten wanneer je maar wilt: kies gewoon de maand van het jaar die voor jou werkt. In deze Planner vind je schema's voor twee 3-maanden sprints.

Omdat ik het belang erken van vasthouden aan een koers die je hebt uitgezet en niet constant van richting veranderen, zijn alle schema's die je in deze Planner maakt gebaseerd op de visie die je hebt gedefinieerd. Dus elk kwartaal evalueer je opnieuw hoe je dichterbij die visie kunt komen, in plaats van dat je het hele jaar vooruit plant. Voor mij is dit de beste manier gebleken om mijn eigen doelen te behalen. En dat is precies wat ik ook voor jou wil.

Een hart onder de riem

Als het moeilijk voor je is om je aan je planning te houden, wees dan niet te hard voor jezelf. Deze Planner is bedoeld om je te helpen en te ondersteunen, niet om je te intimideren of je waardeloos te laten voelen. Je kunt altijd weer opstaan, jezelf afstoffen en het opnieuw proberen.

- Als je merkt dat je, ondanks dat deze Planner je helpt bij het maken van keuzes, jezelf nog steeds te veel oplegt, of als je meer van jezelf verwacht dan realistisch is, pas dan je planning aan. Dat is niet zwak, het is juist slim! Leer ervan en maak de volgende keer een planning die beter haalbaar is.
- Als het lastig voor je is om je vast te houden aan je planning, pak dan de visie die je in deze Planner hebt vastgelegd er weer bij en herinner jezelf eraan waarom je dit ook alweer doet. Visualiseer het eindresultaat en voel de trots en vreugde bij je daarbij voelt. Dat zal je motiveren om door te gaan.
- Als je nog geen resultaten ziet van je harde werk en je overweegt om op te geven: doe dat niet! Ik weet maar al te goed dat dit het moeilijkste van alles is. Op dagelijkse basis lijkt het misschien alsof je geen vooruitgang boekt, maar wanneer je na verloop van tijd terugkijkt zal je ineens grote vooruitgang zien. Dus blijf volhouden! En vergelijk jezelf niet met anderen. Heb vertrouwen in jezelf en je eigen pad.

Nu is het tijd om te gaan focussen op wat echt belangrijk is. Deze Planner is jouw gids. Volg gewoon de koers die voor je is uitgestippeld, en je bent 'on the road to success'!

WAAR OP TE FOCUSSEN

In dit gedeelte word je stap voor stap begeleid bij het toepassen van de Essentialiving-aanpak voor zakelijk succes: je gaat methoden ontwikkelen om te bepalen wat echt belangrijk is.



De belangrijkste aandachtsgebieden van je bedrijf

Ik maak het even super overzichtelijk voor je: minstens 80% van je tijd zou je moeten besteden aan je product (of dienst), marketing of verkoop. Punt. Zo helder en simpel is het. Niet met het beantwoorden van e-mails. Niet met koffiedrinken met andere ondernemers. Niet met het bijwonen van online webinars. Niet met het gluren naar wat anderen aan het doen zijn en hoe ze dat doen. Niet met het maken van plannen. Niet met triviale zaken die niet direct bijdragen aan je bedrijf. Alleen met deze drie belangrijkste onderdelen van je bedrijf. Om te bepalen wanneer je je op wat moet concentreren, zullen we eerst deze onderwerpen nader onderzoeken.

Product of dienst

Bij het beoordelen van je product of dienst is het belangrijk om te beginnen met de basis. Weet wat je aanbiedt en welk probleem je oplost voor jouw klanten. Neem bijvoorbeeld Essentialiving: ik verkoop meer dan alleen planners. Ik bied rust in het hoofd van mensen die overweldigd zijn door de dagelijkse overvloed aan keuzes. Bepaal dus wat je precies verkoopt en beoordeel hoe effectief het de onderliggende problemen van jouw klanten aanpakt.

Daarnaast is het van groot belang dat je duidelijkheid hebt over je doelgroep. Wanneer je probeert om iedereen te bereiken, vermindert dat juist de impact van je boodschap. Begin in plaats daarvan met een kleine doelgroep, pas jouw product aan op hun specifieke behoeften en communiceer direct met hen.

Onderzoek ten slotte andere aspecten zoals verpakking, kwaliteit, service, ervaring en merknaam. Deze moeten aansluiten bij de wensen en behoeften van jouw doelgroep. Identificeer wat jouw product of dienst onderscheidt en benoem deze USP's.

Nu is het tijd om jezelf af te vragen hoe overtuigend jouw product of dienst eigenlijk is, rekening houdend met al het bovenstaande. Als je jouw product of dienst een cijfer moest geven tussen 1 en 10, waarbij 1 'zeer slecht' is en 10 'uitstekend', wat zou dat cijfer dan zijn? Schrijf het op!

Marketing

Marketing is de levensader van elk bedrijf, en als solo-ondernemer moet je er flink wat tijd in steken. Ook al zijn jouw producten of diensten misschien uitmuntend: als jouw doelgroep er niet van op de hoogte is, zal je bedrijf niet floreren. Daarom is zichtbaar zijn in de markt van essentieel belang. Het gaat niet werken om te wachten en te hopen dat potentiële klanten

toevallig op jouw aanbod stuiten; je moet actief contact met hen zoeken. Door jouw bedrijf effectief te promoten, vergroot je de kans dat je de aandacht van jouw doelgroep trekt en hen bewust maakt van de waarde die je biedt.

Bovendien biedt marketing je de mogelijkheid om relaties op te bouwen en verbindingen aan te gaan met potentiële klanten. Door te investeren in het begrijpen van hun behoeften, voorkeuren en wat hen motiveert, kun je jouw marketinginspanningen daarop afstemmen. Deze gepersonaliseerde aanpak helpt om een gevoel van vertrouwen en betrouwbaarheid te creëren, wat vaak leidt tot langdurige relaties. Loyaliteit van klanten resulteert namelijk niet alleen in herhaalaankopen, maar ze worden ook enthousiaste ambassadeurs voor jouw merk, verspreiden positieve mond-tot-mondreclame en brengen nieuwe klanten binnen. Nu de belangrijke vraag: hoe goed is jouw marketing en besteed je er voldoende tijd aan? Beoordeel het met een cijfer tussen 1 en 10, waarbij 1 'zeer slecht' is en 10 'uitstekend'. Schrijf het op!

Sales

Marketing is geweldig om opgemerkt te worden en leads te genereren. Maar als je die leads niet kunt omzetten in daadwerkelijke verkopen, heeft het weinig zin. Je hebt een conversie funnel nodig. En zelfs al heb je er een, dan nog is vaak extra inspanning nodig om de deal daadwerkelijk te sluiten. Veel zelfstandige ondernemers houden zich hier het liefst niet mee bezig (ik ben er een van), maar geloof me, het is super belangrijk! Je moet tijd en moeite steken in het helpen van je leads om de beslissing te nemen een aankoop te doen. Of dit nu is door een FAQ's te maken, kortingen aan te bieden, lidmaatschappen te creëren, loyaliteitspunten te geven, tijdelijke aanbiedingen te doen, referral bonussen te bieden, samenwerkingen aan te gaan (gecombineerde aanbiedingen met een ander merk), potentiële kopers rechtstreeks te benaderen of een geautomatiseerd follow-upsysteem te creëren, het is essentieel om interesse om te zetten in verkopen. Je moet veel tijd en moeite steken in het vinden van een gouden formule die voor jou werkt. Daarom moet je onderzoeken wat jouw potentiële klanten aanzet tot actie.

Dit is de laatste sleutelactiviteit waarop je je moet concentreren. Opnieuw is de belangrijke vraag: hoe goed is jouw verkoopproces en besteed je er voldoende tijd aan? Geef het een cijfer tussen 1 en 10, waarbij 1 'zeer slecht' is en 10 'uitstekend'. Schrijf het op!

Welk aandachtsgebied nu prioriteit te geven

Om te beslissen waar jij op dit moment je tijd aan zou moeten besteden, volg je dit eenvoudige stappenplan:

STAP 1: ZORG DAT JE PRODUCT MINSTENS EEN 7 IS

Als je een score lager dan 7 hebt voor je product of dienst, moet je deze eerst verhogen naar een 7 (niet meer). Jouw aanbod is de kern van je bedrijf; het is je vertrekpunt. Het moet dus minimaal op een acceptabel niveau zijn. Anders zullen je marketingactiviteiten helemaal geen nut hebben. Je product perfectioneren tot minstens een 9 of 10 is echter niet nodig. Bovendien is het vrijwel onmogelijk. Je hebt eerst de juiste klanten nodig om hun wensen en behoeften te kunnen analyseren, zodat je je aanbod kunt verbeteren. Werk dus eerst aan je product tot het ongeveer een 7 is, en ga dan verder naar de tweede stap.

STAP 2: ZORG DAT JE MARKETING EN SALES OOK MINSTENS EEN 7 ZIJN

Begin eerst met het onderdeel (marketing of verkoop) waarvoor je de laagste beoordeling hebt gegeven en verbeter het tot het minstens een 7 is. Vervolgens richt je je op het andere onderdeel (marketing of verkoop) en werk je er aan tot het ook minstens een 7 is.

STAP 3: STREEF NAAR EEN SCORE VAN 8 OF HOGER

Begin dus eerst met het behalen van minstens een 7 voor alle drie de belangrijkste onderdelen van je bedrijf. Daarna kun je ze verder verbeteren en perfectioneren. Blijf naar hogere scores streven. Zorg ervoor dat je altijd begint met je product en vervolgens doorgaat met marketing en verkoop. Ga hiermee door totdat jouw bedrijf echt in de juiste richting stroomt.

Om ervoor te zorgen dat je aandacht gericht blijft op het juiste aandachtsgebied, zijn in de kwartaalschema's van deze Planner speciale gedeeltes hiervoor opgenomen.

Opmerking 1: Raak niet te gefixeerd op het exacte cijfer dat je aan elk onderdeel toekent. Er zijn geen algemene criteria die een specifiek cijfer definiëren. Het is belangrijker dat je elke categorie op een manier beoordeelt die jij als juist beschouwt.

Opmerking 2: Een veelvoorkomende aanbeveling van business coaches aan online experts is om sales prioriteit te geven boven het creëren van een product. Hoewel ik het tot op zekere hoogte eens ben met deze benadering, geloof ik dat dit specifiek van toepassing is op online diensten, omdat ze een ultrakorte time-to-market hebben. Bovendien veronderstelt dit dat je al een duidelijke visie hebt op welke resultaten de dienst zal opleveren voor jouw klanten. Overweeg daarom hoe relevant het prioriteren van verkoop is voor jouw eigen bedrijf.

Opmerking 3: Als het onderdeel waarop je je nu moet concentreren marketing is, betekent dat niet dat je helemaal niets met verkoop of product gerelateerde zaken moet doen. Het betekent simpelweg dat je belangrijkste focus en het grootste deel van je tijd op dat gebied moeten worden gericht.

De kracht van Income-Producing Activities

Nadat je het belangrijkste aandachtsgebied in jouw bedrijf hebt bepaald, is het belangrijk om ervoor te zorgen dat je de juiste activiteiten binnen dat gebied uitvoert. Dit is waar Income-Producing Activities (IPAs) in beeld komen.

IPAs omvatten specifieke taken en acties die direct inkomsten genereren en de financiële groei van jouw bedrijf stimuleren. Denk aan IPAs als superhelden die de kracht hebben om jouw bedrijf naar nieuwe hoogten te stuwen. Deze activiteiten zijn degene die daadwerkelijk omzet genereren.

Door je te richten op IPAs, benut je jouw beperkte middelen optimaal en verhoog je je productiviteit. In plaats van je energie over verschillende taken te verdelen, concentreer je je op activiteiten die concrete resultaten opleveren. Deze gerichte aanpak stelt je in staat om efficiënter met je tijd om te gaan, wat leidt tot een verbeterde winstgevendheid en duurzame groei. Bovendien helpt het consequent prioriteit geven aan IPAs je bij het ontwikkelen van een gestructureerde, systematische aanpak voor het runnen van je bedrijf.

Voorbeelden van IPAs die direct bijdragen aan het genereren van inkomsten en de groei van je bedrijf zijn onder andere:

- Potentiële klanten werven
- Leads genereren
- Klantgesprekken voeren
- Verkoopgesprekken voeren
- Social media marketing beoefenen
- Waardevolle content creëren
- Gerichte advertentiecampagnes uitvoeren
- Strategische partnerschappen opbouwen
- Referral programma's implementeren
- Upsell en cross-sell aanbiedingen doen
- E-mailmarketingcampagnes implementeren
- Productdemonstraties uitvoeren
- Samenwerken met influencers of merkambassadeurs
- Trainingen en workshops voor klanten verzorgen
- Nieuwe producten of diensten lanceren

Omdat IPAs zo belangrijk zijn, benadrukt het maandoverzicht uit deze Planner de noodzaak om ze te definiëren, terwijl het weekoverzicht ervoor zorgt dat je elke dag met minstens één IPA begint.

Door deze aanpak te implementeren, wordt het uitvoeren van je IPAs een routine - een taak die je automatisch en moeiteloos uitvoert, zonder dat je erover hoeft na te denken. En dit moeiteloze proces is precies wat je wilt! Je zult versteld staan van de impact die deze aanpak zal hebben op jouw bedrijf, niet alleen qua inkomen, maar ook op het gebied van tijdsbeheer.

Opmerking: hoewel ik het belang benadruk van inkomen-genererende activiteiten, ben ik me er volledig van bewust dat geld niet de ultieme prioriteit in het leven is. Niettemin is het cruciaal om onderscheid te maken tussen voortdurend streven naar meer rijkdom en elke beslissing uitsluitend nemen op basis van financiële overwegingen, en eenvoudigweg zorgen dat je een bedrijf hébt. Zonder prioriteit te geven aan inkomstengeneratie kan een bedrijf simpelweg niet bestaan.



DE KUNST VAN HET PLANNEN

In dit onderdeel worden alle schema's
uit deze Business Planner toegelicht.



Succes visualiseren

Elke succesvolle reis begint met een visie. Dit is het kompas dat het pad voor je bedrijf verlicht. Je visie is als dat punt aan de horizon dat je dromen en het uiteindelijke doel symboliseert. Het vormt het fundament waarop al je plannen rusten en geeft je een gevoel van richting en doel. Zonder een duidelijke visie kunnen je inspanningen versnipperd raken en kan je je focus verliezen.

Door je visie helder te definiëren, stippel je de koers uit voor je bedrijf. Het wordt je Noordster die je besluitvorming leidt en je strategieën vormgeeft. Elke stap die je zet en elke planning die je maakt, zou moeten bijdragen aan en in lijn moeten zijn met, je ultieme visie. Dit zorgt ervoor dat je acties doelgericht en samenhangend zijn, en je gestaag naar je gewenste resultaten leiden.

Maar maak je geen zorgen, je visie hoeft niet elk detail van je bedrijf nauwkeurig te beschrijven. Het gaat eerder om het vastleggen van de kern van wat je wilt bereiken en de impact die je wilt hebben. Zie het als een geschetst beeld dat je inspireert en motiveert. Het biedt je helderheid en een raamwerk om weloverwogen keuzes te maken, zelfs als de details nog niet volledig uitgewerkt zijn.

Op de pagina van ‘Your Vision’ vind je een blok met vragen die je helpen je visie te formuleren. Deze leidraad zal je helpen om op dit moment zoveel mogelijk helderheid te krijgen. Maak je geen zorgen als je niet meteen alle antwoorden hebt. Je visie moet fungeren als een kompas, niet als een starre route. Het geeft je richting en stelt je in staat om te navigeren door onzekerheden en aan te passen naarmate je vooruitgang boekt.

Het definiëren van Quarterly Results

Nadat je je visie hebt opgeschreven, is het tijd om het om te zetten in realiteit. We beginnen met het grote plaatje door een plan te maken voor wat je in het komende kwartaal wilt bereiken. Daarna verfijnen we dit door maand- en weekplanningen te maken. Je maandplanning helpt je specifiekere te worden, en uiteindelijk bestaan je weekplanningen uit duidelijke, uitvoerbare taken.

Maar, zoals gezegd, begin je met het definiëren van je Quarterly Results. Ik gebruik het woord 'results' omdat deze verder gaan dan louter doelen; het draait om het vertalen van je aspiraties naar tastbare uitkomsten. Je streeft naar echte, meetbare prestaties. Omdat er veel waardevolle kennis ligt in het verleden, wil ik ervoor zorgen dat je die kennis

gebruikt om een betere toekomst te creëren. Daarom begint het Quarterly Results overzicht met vragen om je te helpen terug te kijken naar de afgelopen drie maanden. Wat heb je bereikt en hoe heb je dat bereikt? Dit levert belangrijke inzichten op die je kunt gebruiken voor je toekomstplannen.

Vervolgens zorg je ervoor dat je je richt op het deel van je bedrijf dat op dit moment de grootste impact heeft op je succes. Om jezelf eraan te herinneren hoe je dit ook alweer doet, kijk je terug naar het hoofdstuk ‘De belangrijkste aandachtsgebieden van je bedrijf’.

Nu ben je klaar om de Quarterly Results te bepalen die je over drie maanden wilt zien. Zorg ervoor dat ze in lijn zijn met jouw visie, evenals het aandachtsgebied waarop je besloten hebt te focussen. Door te beschrijven waarom je deze resultaten wilt behalen, kun je controleren of ze je in de gewenste richting zullen brengen. Om te kunnen bepalen hoe je het hebt gedaan aan het einde van het kwartaal, raad ik je aan om altijd de resultaten die je wilt zien te kwantificeren. Maak ze specifiek en meetbaar. Er is slechts ruimte voor vier resultaten. Dit helpt je keuzes te maken en te focussen. En dat betekent niet dat je precies vier resultaten moet bedenken; minder is waarschijnlijk zelfs beter!

Monthly Milestones bepalen

Aan het begin van elke maand is het belangrijk om jezelf aan je visie te herinneren en aan de doelen die je voor dit kwartaal hebt gesteld. Met deze in gedachten, kun je nu de geplande resultaten opsplitsen in behapbare stukjes, oftewel in ‘milestones’.

Het doel van de Monthly Milestones is richting geven. Door resultaten op te delen in kleinere delen, kun je het overzicht behouden en voorkom je dat je overweldigd raakt. Bovendien, als je niet zeker bent over het exacte pad dat je moet bewandelen, helpt deze aanpak je om te concentreren op de eerste stap die voor je ligt zodat je in beweging blijft.

Over het algemeen kan elke Quarterly Result worden opgedeeld in 3-4 Monthly Milestones. Milestones fungeren als de hoofdstappen en begeleiden je gestaag naar het gewenste resultaat. Onthoud hierbij dat je niet per se elke Quarterly Result die je hebt gedefinieerd in dezelfde maand hoeft aan te pakken. Kijk eerder naar wat haalbaar is.

Zodra je de milestones hebt genoteerd voor elk kwartaalresultaat waaraan je deze maand wilt werken, is het eveneens van belang om te bepalen welke van die mijlpalen realistisch haalbaar zijn binnen deze huidige maand.

Om je focus nog verder aan te scherpen, biedt het Monthly Milestones schema een maandoverzicht waarmee je specifieke dagen of weken kunt markeren die zijn gewijd aan een (niet-dagelijkse) milestone. Dit geeft je een visuele weergave van je maandplan.

Tot slot definieer je de IPAs voor deze maand, rekening houdend met je mijlpalen en algemene doelstellingen. Onthoud dat IPAs de dagelijkse acties zijn die je wilt opnemen in je routine en die direct bijdragen aan je inkomsten. Dit betekent niet dat mijlpalen geen bijdrage kunnen leveren aan je inkomsten. Het verschil tussen een IPA en een mijlpaal is dat een IPA een vast onderdeel is van je dagelijkse routine, een activiteit die je consequent onderneemt, omdat het de minimale inspanning vertegenwoordigt die je dagelijks aan je bedrijf besteedt.

Weekly Game Plans maken

Nu is het tijd om al je ambities en voorbereidingen om te zetten in concrete actie! Het Weekly Game Plan is hierbij cruciaal, omdat het je helpt om je dagelijkse taken in kaart te brengen.

Begin met het noteren van de werkuren die je tot je beschikking hebt. Hier komt de Essentialiving Life Planner goed van pas. Deze planner is speciaal ontworpen om je leven op overkoepelend niveau in te delen en zal je helpen bij het toekennen van tijd voor je werk. Vervolgens gebruik je de Essentialiving Business Planner om de specifieke taken vast te stellen die je tijdens die toegewezen werkuren wilt uitvoeren.

Zodra je het aantal beschikbare uren hebt bepaald, is het tijd om je taken te prioriteren. Start altijd met de IPA's, omdat deze het meest belangrijk zijn. Onthoud: you always have time for the things you put first!

Als er na het prioriteren van je IPA's nog tijd over is, kun je die toewijzen aan andere acties of vergaderingen. Deze aanpak bij het runnen van je bedrijf zal je beschermen tegen overbelasting met te veel afspraken die niet aanzienlijk bijdragen aan je gewenste resultaten.

Het 'to do' gedeelte is bedoeld om eenvoudige, snel af te vinken, kleine taken kwijt te kunnen.

Opmerking: hoewel ik me ervan bewust ben dat veel zelfstandige ondernemers tijdens het weekend werken, heb ik er bewust voor gekozen om het Weekly Game Plan vrij te houden van taken gedurende die tijd. Deze keuze is gebaseerd op mijn overtuiging dat een gezonde werk-privébalans van het grootste belang is. Dit is waar Essentialiving voor staat en wat ik wil uitdragen.

Content creëren

Zichtbaarheid speelt een essentiële rol in het succes van elk bedrijf. Het is super belangrijk om 'out there' te zijn. Alleen wanneer je doelgroep op de hoogte is van je product of dienst, zul je verkopen. Om je merk te vestigen en bewustzijn te ontwikkelen over wat je te bieden hebt, is het creëren van content van onschatbare waarde.

Het stelt je bovendien in staat om verder te gaan dan oppervlakkige interacties en een diepgaande band te smeden met je publiek. Door hun vragen te beantwoorden en hun problemen op te lossen, bouw je betekenisvolle klantrelaties op, win je het vertrouwen en vestig je jezelf als een betrouwbaar merk. Dit vormt de basis voor succesvolle verkopen. Via je content kun je de unieke persoonlijkheid van je merk laten zien en benadrukken wat jou onderscheidt van anderen.

Voor veel zelfstandige ondernemers kan het echter een continue strijd zijn om content te creëren. Er zijn momenten waarop je gewoon geen inspiratie hebt, en de druk om dagelijks iets te posten kan overweldigend zijn. De 'vereiste' om voortdurend boeiende en relevante content te produceren kan leiden tot frustratie en uitputting.

Om deze uitdaging aan te pakken, heb ik een oplossing ontwikkeld om het content creatie proces te vergemakkelijken: de Content Idea Vault. Dit is een hulpmiddel waar je je contentideeën kunt noteren zodra ze opkomen. Het stelt je in staat om ideeën vast te leggen en op te slaan voor toekomstig gebruik, zodat je altijd een bron van inspiratie hebt wanneer je tijd hebt gemaakt voor content creatie.

Met de Content Idea Vault krijg je weer grip op je contentstrategie, vermindert de druk van dagelijks posten, en kan je je concentreren op het creëren van waardevolle en impactvolle content die resoneert met je publiek.

Monitoren van je resultaten

Het bijhouden van hoe je bedrijf presteert, is ontzettend belangrijk. Het monitoren van jouw prestaties zal je helpen om te zien welke vooruitgang je boekt: je kan checken of je de resultaten behaalt die je wilt behalen of dat je iets moet aanpassen in je strategie. Bovendien helpt het je om grip te houden op je financiën, zodat je weet waar je geld naartoe gaat en of je winst maakt.

Het hebben van al deze inzichten helpt je om weloverwogen beslissingen te nemen en de

zaken soepel te laten verlopen. Je kunt uitvogelen wat werkt en waar je misschien nog wat bij moet schaven. Dus schrijf niet alleen de cijfers op; analyseer ze! Wat maakte dat bericht zo populair? Waarom werkten die advertenties niet? Welke lancering was succesvol? Leer van de cijfers en verbeter je methoden.

Houd cijfers als omzet, kosten, betrokkenheid op sociale media, websitebezoekers en klanttevredenheid in de gaten. Ze geven je inzicht in hoe jouw bedrijf presteert en wijzen je de weg om het nog beter te maken. Maar je kunt ook andere dingen toevoegen om bij te houden. Dingen die voor jou belangrijk zijn. Bijvoorbeeld, als de reden waarom je een bedrijf bent begonnen is omdat je niet tevreden was met je baan, kun je 'Gelukkige Dagen' of 'Gemiddeld Energieniveau' toevoegen en dat bijhouden.

Ik heb schema's toegevoegd op ruitjespapier zodat je de Metrics Monitor kunt aanpassen aan een manier die voor jou werkt, met de frequentie (dagelijks, wekelijks of maandelijks) die jij nodig hebt. Zorg ervoor dat je het consequent invult, op dezelfde dag (bijvoorbeeld elke dinsdag of elke laatste dag van de maand). Dit zorgt voor consistentie waardoor een nauwkeurige trendanalyse en besluitvorming mogelijk wordt.

Tijdsblokken toewijzen

Dit schema houdt in dat elke week wordt ingedeeld in themadagen en/of elke dag in tijdsblokken. Ik merk dat hoe minder ik na hoeft te denken over wat ik ga doen, hoe minder ik geneigd ben af te dwalen. Daarom structureert de planningsvolgorde die in deze Business Planner geboden wordt je manier van werken al enorm. Het begint met een brede kijk op wat je wilt bereiken, wordt gedetailleerder in de kwartaal- en maandplannen, en wordt vervolgens heel specifiek met de precieze acties die je moet nemen in het Weekly Game Plan. Maar het gebruiken van thema's en tijdsblokken structureert mijn manier van werken nog meer. Het geeft elke week een prettig gevoel van ritme.

Bijvoorbeeld: maandagen kunnen worden gereserveerd voor verkoopactiviteiten, terwijl dinsdagen gericht zijn op het creëren van content en schrijven. Woensdagen kunnen worden gewijd aan klantontmoetingen en samenwerking, terwijl donderdagen gereserveerd zijn voor 'deep work' en concrete uitvoering. Tenslotte kunnen vrijdagen een tijd zijn voor administratieve taken, reflectie, evaluatie en voorbereiding op de volgende week.

Daarnaast kun je niet alleen volledige dagen, maar ook tijdsblokken toewijzen aan bepaalde thema's. Bijvoorbeeld, de ochtenden (nadat je je IPAs hebt gedaan!) kunnen

worden aangewend voor creatief werk of 'deep work', terwijl de middagen zijn voor klantontmoetingen en meer routinetaken. Je hoeft niet alle beschikbare uren te blokkeren; het is juist goed om ruimte te laten voor spontaniteit.

Deze aanpak stelt me in staat me volledig onder te dompelen in de context van het thema of tijdsblok van de dag, terwijl ik afleiding minimaliseer en energieverlies dat wordt veroorzaakt door voortdurend wisselen van activiteiten, beperk. Het helpt me om in een staat van 'flow' te blijven en de specifieke vaardigheden en mindset aan te boren die voor dat specifieke type werk nodig zijn. Als gevolg daarvan biedt het me helderheid, minder om over na te denken en meer gemoedsrust.

Omdat je gekozen thema's en ideale wekelijkse schema waarschijnlijk in de loop van de tijd veranderen, en ze afhankelijk zijn van het aandachtsgebied waarop je je dient te richten, heb ik twee schema's voor je toegevoegd. Probeer deze aanpak gewoon 'ns en misschien bevalt het je ook.



STRATEGISCH ROUTEPLAN

In dit gedeelte leg je de basis voor het bepalen van je dagelijkse taken. Het begint met Your Vision, gevolgd door de schema's voor de eerste reeks Quarterly Results en drie Monthly Milestones.

Your Vision

De onderstaande vragen zijn bedoeld om je ondernemersgeest te inspireren en je te helpen een visie te formuleren die diep resoneert met je ambities. Begin met schrijven en zie hoe je visionaire aspiraties tot leven komen!

Wat is het doel van je bedrijf? Wat streef je na buiten financieel succes? Waar wil je dat je bedrijf om bekend staat? Hoe wil je dat anderen het zien? Op welke manier zijn jouw persoonlijke ambities in lijn met je visie? Hoe zie je jouw rol binnen de organisatie zich ontwikkelen? Wie zijn je doelgroep of klanten? Welke behoeften of problemen wil je voor hen aanpakken? Hoe zie je je bedrijf opvallen ten opzichte van je concurrenten? Welke unieke waarde of propositie bied je aan? Hoe ziet succes er voor jou uit? Hoe ga je de verwezenlijking van je visie meten?

Ik wil mensen inspireren op hun fitnessreis door een holistische benadering van gezondheid en welzijn te promoten. Ik daag de gangbare gedachte uit dat fitness wordt bereikt door extreem diëten en overmatige training. In plaats daarvan pleit ik voor het idee dat een gezond lichaam het beste gedijt bij voedzame, gezonde voedselkeuzes en een duurzaam, realistisch bewegingsplan. Ik geloof dat ieder individu een uniek lichaam heeft dat respect verdient en gevierd moet worden, zonder te hoeven voldoen aan bepaalde slankheidsidealen.

Via mijn online cursussen en lessen bied ik uitgebreide begeleiding, deskundige kennis en praktische tools om mensen te helpen een gezonde en gebalanceerde

levensstijl te omarmen. Mijn focus reikt verder dan alleen fysieke verandering; ik wil de nadruk leggen op bevordering van mentaal en emotioneel welzijn. Ik moedig mensen aan om zelfliefde, body positivity en een sterke mindset te omarmen, zodat zij gelukkige, bevredigende en gezonde levens kunnen leiden.

Mijn ultieme droom is het creëren van een veilige en inclusieve gemeenschap waar leden zich gesteund, gewaardeerd en geïnspireerd voelen. Ik zie een bruisend netwerk voor me van individuen die zowel online als offline contact maken, hun successen en uitdagingen delen en elkaar ondersteunen dankzij hun gedeelde wens om een gelukkig en gezond leven te leiden.

Samen kunnen we een positieve impact hebben, fitnessnormen herdefiniëren en een wereld scheppen waarin iedereen zich empowered voelt om hun unieke lichaam te omarmen en hun beste leven te leiden.

Reflection on the previous quarter

What are your biggest achievements and which activities led to these successes?

Vanaf de start van mijn TikTok-account ben ik consequent gaan posten, en al snel had ik mijn eerste 200 volgers te pakken. Door elke dag TikTok-content te maken, kwam ik echt in een creatie flow.

Bovendien lukte het me om mijn '30 dagen Fit met Alex Challenge' helemaal uit te verkopen. Samenwerken met influencers buiten mijn eigen vakgebied bleek echt effectief te zijn om nieuwe klanten aan te trekken.

What didn't work so well and what lessons did you learn from this?

Het aantrekken van werkgevers op LinkedIn door waardevolle content te delen, lijkt tot nu toe niet veel op te leveren. Het is mij niet gelukt om met iemand in gesprek te komen over de gezondheid en fitheid van werknemers. Op dit moment lijkt LinkedIn gewoon niet het beste platform voor mijn doelen.

Area of Business

Grade each area at the beginning of this quarter:



Product

8



Marketing

6



Sales

7



Based on these grades, your **key focus** will be the business area of (tick the box):

Results you want to achieve this quarter

RESULT 1

Verhoog de betrokkenheid op Instagram met 3%

WHY?

Ik wil graag meer betrokkenheid van mijn volgers en klanten aantrekken voor het 1-op-1-programma

RESULT 2

Blijven bouwen aan mijn TikTok account en 1.000 volgers krijgen

WHY?

Ik wil mijn boodschap uitdragen en de merkbekendheid vergroten bij vrouwen tussen de 18 en 25 jaar

RESULT 3

Promoot 1:1 programma en werf 6 klanten

WHY?

Ik wil een diepere connectie aangaan met deze klanten, zodat ze de eerste leden van mijn community worden en ambassadeur worden voor mijn toekomstig platform.

RESULT 4

WHY?

Monthly Milestones

Apr

Breaking down your desired Quarterly Results

RESULT 1

Betrokkenheid Insta 3% ↑

MILESTONES

- Creëer waardevolle content die reacties uitlokt
- Maak post-ontwerpen opvallender
- Ga actief in gesprek via DMs
-

RESULT 2

1.000 volgers op TikTok

MILESTONES

- Leer doelgroep op TikTok beter kennen
- Val op met prikkelende content over mijn visie
- Gebruik trending geluiden en hashtags
- Leer duet & stitch en pas het toe

RESULT 3

Promoot 1:1, werf 6 klanten

MILESTONES

- Bouw een verkoopfunnel
- Hou een gratis webinar
- Vraag reviews en maak case studies
- Werk samen met influencers/ partners
- Zet e-mailmarketing in

RESULT 4

MILESTONES

-
-
-
-

Milestones for this month

Assign a colour

- Creëer waardevolle content die reacties uitlokt
- Maak post-ontwerpen opvallender
- Leer doelgroep op TikTok beter kennen
- Leer duet & stitch en pas toe
- Bouw een verkoopfunnel voor 1:1 coaching
- Werk samen met influencers om 1:1 coaching te promoten
-



Milestone focus

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
—	—	—	—	—	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

IPAs

- Ben dagelijks actief op Stories met waardevolle content en/of promoot 1:1
- Maak dagelijks een nieuwe TikTok
-
-
-

Weekly Game Plan *10 - 16 april*

Monday *10*
Hours available *7*

Tuesday *11*
Hours available *8*

Wednesday *12*
Hours available *2*

Thursday *13*
Hours available *8*

Friday *14*
Hours available *7*

Saturday *15*

- IPAs
- Promoot en/of maak content op Stories*
 - Maak een tiktok*

- IPAs
- Promoot en/of maak content op Stories*
 - Maak een tiktok*

- IPAs
- Promoot en/of maak content op Stories*
 - Maak een tiktok*

- IPAs
- Promoot en/of maak content op Stories*
 - Maak een tiktok*

- IPAs
- Promoot en/of maak content op Stories*
 - Maak een tiktok*

Maak een Tiktok

- Actions
- Onderzoek welke content het beste werkt*
 - Bedenk 10 limiting beliefs van mijn doelgroep*
 - Bedenk 10 stevige uitspraken voor posts*
 -

- Actions
- Creëer gedurfde Instagram posts*
 -
 -
 -

- Actions
- -
 -
 -

- Actions
- Onderzoek wat een ontwerp opvallend maakt*
 - Zoek naar sjablonen op Canva en Creative Market*
 - Maak sjablonen*
 -

- Actions
- Leer hoe duet & stitch werkt*
 - Zoek video's voor duet & stitch*
 - Probeer een paar tikToks uit met D&S*
 -

Sunday *16*

Maak een Tiktok

Meetings

When	Meetings
<i>13:00 - 13:45</i>	<i>Michelle</i>
<i>14:00 - 14:45</i>	<i>Lea</i>

Meetings

When	Meetings

Meetings

When	Meetings

Meetings

When	Meetings
<i>13:00 - 13:45</i>	<i>Suzan</i>
<i>16:00 - 16:45</i>	<i>Jane</i>

Meetings

When	Meetings

- To do
- Bel hostingbedrijf over snelheid website*
 - Maak planning voor morgen*
 -

- To do
- Verander beschikbaarheid in Calendly*
 - Check advertenties*
 -

- To do
- -
 -

- To do
- Maak planning voor vrijdag*
 -
 -

- To do
- Werk Metrics Monitor bij*
 - Check financiën*
 -

- Maak planning voor woensdag & donderdag*

- Maak planning voor maandag*



ESSENTIËLE EXTRA'S

Maak gebruik van deze aanvullende schema's om je prestaties verder te verbeteren en je doelen te behalen.

What	Used	Channel
- Ontsnap aan de valkuil van vergelijken > hoe het vergelijken met anderen een negatieve invloed kan hebben.	<input checked="" type="checkbox"/>	TT, IG
- Doorbreek het misverstand dat zelfzorg egoïstisch is > benadruk de positieve effecten ervan op relaties en productiviteit.	<input checked="" type="checkbox"/>	Blog
- Vind wat voor jou werkt, niet wat populair is > moedig kritisch denken aan als het gaat om fitness trends.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nieuwsbrief
- Betwist het idee dat perfectie en toewijding alles of niets vereisen voor fitness > elke kleine stap telt.	<input checked="" type="checkbox"/>	IG
- Laat succesverhalen van klanten zien die fitnessdoelen hebben bereikt > inspireer en motiveer volgers.	<input type="checkbox"/>	
- Daag de gedachte uit dat je uren moet trainen voor resultaten > weerleg het idee dat langere workouts altijd beter zijn.	<input type="checkbox"/>	
- Spoor volgers aan om zelfzorg te prioriteren en een positief zelfbeeld te ontwikkelen > zelfliefde vormt de basis van een gezonde levensstijl.	<input type="checkbox"/>	
- Betwist de opvatting dat pijn lijden noodzakelijk is voor vooruitgang > stop de mentaliteit van 'no pain, no gain'.	<input type="checkbox"/>	
- Spreek tegen dat fitness alleen voor jongeren is > promoot fitness als een levenslange reis, ongeacht leeftijd.	<input type="checkbox"/>	

What	Used	Channel
- Streven naar perfectie is niet de doelstelling, maar vooruitgang en persoonlijke groei wel > jouw reis draait niet om perfectie.	<input type="checkbox"/>	
- Hoe je het volhoudt > vind plezier en voldoening in het proces van zelfverbetering.	<input type="checkbox"/>	
- Fitness draait niet om perfectie; het gaat om vooruitgang > benadruk het belang van consistentie en lange termijn groei boven perfectie.	<input type="checkbox"/>	
- Daag de nadruk op gewicht als maatstaf voor zelfwaardering uit > jouw waarde wordt niet bepaald door een cijfer op de weegschaal.	<input type="checkbox"/>	
- Laat de snelle oplossingen links liggen > omarm duurzame levensstijlveranderingen voor langdurige gezondheid.	<input type="checkbox"/>	

What	Quarterly Goal	3/4	10/4	17/4
VERKOOP in #				
1:1 coaching	6	1	0	2
Masterclass	150	1	1	3
Wellness Warrior-cursus	60	0	2	1
OMZET				
1:1 coaching €1.995	€11.970	€1.995	€0	€3.990
Masterclass €37	€5.550	€37	€37	€111
Wellness Warrior-cursus €199	€11.940	€0	€398	€199
Overig (affiliate, partners) €1.500	€1.500	€21	€16	€24
Totaal	€30.960	€2.053	€451	€4.324
INSTAGRAM				
Volgers				
Bereik				
Betrokken accounts				
Betrokkenheid/volger				
TIKTOK				
Weergaven				
Volgers				
Delen				
Likes				

Time Blocker

