

TIPS VOOR SUCCESVOL ONLINE ONDERNEMEN



Door: DeKuyperAdvies

INHOUDSOPGAVE

Zo word je een succesvol online ondernemer: tips.....	3
Geloof oprecht in je eigen succes.....	4
Achterhaal een belangrijk probleem van je doelgroep	4
Bedenk een ideale oplossing voor dat probleem.....	5
Doe marktonderzoek.....	5
Je hoeft zelf niet opnieuw het wiel uit te vinden	5
Stel grote en kleine doelen	6
Zorg voor pakkende content op je website.....	7
Zorg voor een paar aansprekende recensies.....	7
Ben online daar aanwezig waar je doelgroep zit.....	8
Ga serieus aan de slag met social media marketing	9
Gewoon beginnen	9
Ga actief netwerken met je (potentiële) klanten	9
Blijf actief met e-mailmarketing.....	10

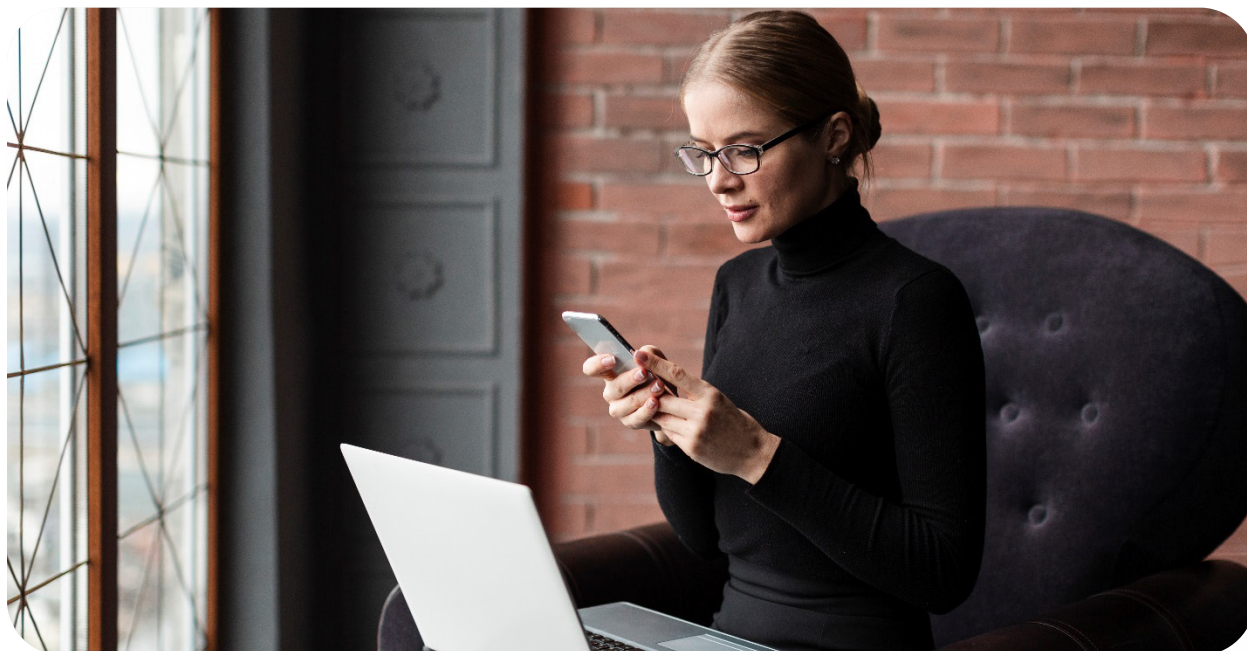
ZO WORD JE EEN SUCCESVOL ONLINE ONDERNEMER: TIPS



Online biedt jou als online ondernemer talloze mogelijkheden om je fysieke producten, je digitale producten of je dienstverlening aan te bieden. Heb je een idee, maar weet je niet zo goed wat er allemaal bij komt kijken en waar je aan moet denken bekijk deze tips?

Handige tips waarmee je goed voorbereid een succesvolle start kunt maken met je online business.

Geloof oprecht in je eigen succes



Als jij niet in je eigen succes gelooft, wie dan wel? Vertrouwen hebben in wat je gaat doen is een absolute noodzaak. Want je kunt alleen succesvol zijn als je zelf overtuigd bent van je eigen idee of je eigen plannen. Waarom zou iemand een product kopen of een dienst afnemen als zelfs de aanbieder (jij dus!) er niet volledig achter staat?

Natuurlijk is het niet altijd gemakkelijk om in je eigen ideeën te (blijven) geloven. Vooral als je een online bedrijf start, zullen er in het begin vast wel ergens mensen sceptisch zijn in je vrienden- en familiekring of allerlei beren op de weg zien. Laat je niet van de wijs brengen en blijf geloven in je succes.

Achterhaal een belangrijk probleem van je doelgroep

Om je online bedrijf succesvol te laten zijn, moet je van tevoren nadenken over het probleem dat je wilt oplossen. Ja, je leest het goed: een probleem. Want daar waar een probleem is, is een markt.

Je product kan nog zo goed doordacht zijn: als er geen markt en geen doelgroep voor is, heb je er niets aan. Dus voordat je jouw product of dienst gaat definiëren, doe je eerst goed onderzoek naar waar jouw doelgroep precies behoefte aan heeft of sterke interesse in heeft.

Ga op onderzoek uit. Bezoek fora waar je doelgroep zit en kijk wat hen bezighoudt. Of zoek op Google om na te gaan waarop vaak wordt gezocht. Nog beter is het om het je doelgroep gewoon te vragen. Bijvoorbeeld via een interview of een vragenlijstje.

Bedenk een ideale oplossing voor dat probleem

Nu je weet welk probleem je voor je potentiële klanten wilt aanpakken, moet je aan de slag om daarvoor een passende oplossing te definiëren. Ofwel: je oplossing giet je nu in een product of dienst. Wat kun je bijzonder goed en welke prijs is dat waard? En hoe kun je dat vervolgens vertalen in een digitaal product? Werk dat voor jezelf uit.

Er zijn ontelbaar veel manieren om geld te verdienen met je online bedrijf. Je kunt bijvoorbeeld een online winkel beginnen, e-learnings aanbieden, software of een app ontwikkelen. Ook kun je een online coaching aanbieden of bijvoorbeeld videocursussen maken. Zet al je ingevingen en ideeën op papier.

Doe marktonderzoek

Voer nu online een markt- en concurrentieanalyse uit. Zo'n marktonderzoek kan best spannend zijn, omdat je misschien wordt ontmoedigd doordat er al zoveel anderen zijn die ongeveer hetzelfde doen. Weet dat het juist een goed teken is dat er (veel) concurrentie is. Je weet dan zeker dat er vraag is naar het type product of dienst die jij ook wilt gaan aanbieden.

Je concurrenten zijn waarschijnlijk al een tijdje actief. Je mag daarbij aannemen dat hun huidige aanbod het resultaat is van veel uitproberen

Je hoeft zelf niet opnieuw het wiel uit te vinden

Op school heb je geleerd dat je anderen niet moet nadoen maar juist moet gaan voor je eigen inspiratie en ideeën. Met online ondernemen is dat anders. Je hebt geen nieuw idee nodig om succesvol te worden. Je hoeft het wiel niet opnieuw uit te vinden; laat dat idee echt los.

Kijk hoe anderen uit jouw vakgebied (en daarbuiten) hun online business voeren. Noteer alles wat je inspireert en wat daarvan bij jou past. Kijk welke strategieën worden ingezet. Brainstorm vervolgens hoe jouw product of dienst er dan uit komt te zien. Gebruik alle inspiratie, maar maak er altijd je eigen aanpak van.

Jij als persoon bent het deel dat overtuigt; samen met je product, je kennis en je deskundigheid. Dat is ook de reden waarom mensen besluiten om bij jou te kopen. Dus in plaats van te wachten op het ideale idee of te veel uit te proberen, start je op deze manier meteen met een goede basis.

Stel grote en kleine doelen



Als je een visie en een plan hebt en ook gelooft in je eigen succes, heb je al een hele goede basis. Daarnaast moet je ook concrete doelen stellen. Onthoud: als je geen doelen stelt, kun je ook geen doelen bereiken.

Zorg ervoor dat je kleine doelen stelt, maar dus ook grote doelen die in eerste instantie echt wat te groot lijken. Maak je je hoofddoelen te klein, dan is dat niet uitdagend genoeg en zal je online bedrijf niet groeien.

Kies dus voor een groot doel en deel dat doel op in kleinere doelen die je wel kunt behalen. Zo heb je steeds het grote doel voor ogen, maar kun je op weg daarnaar toe toch al tussentijdse successen vieren. Dat houdt de motivatie erin.

Maak je doel daarbij altijd zo concreet mogelijk. Bijvoorbeeld: "Ik wil met mijn online business over een jaar maandelijks 4000 euro aan inkomsten genereren". Met dit doel voor ogen weet je wat je te doen staat.

Zorg voor pakkende content op je website

Je website is de ideale plek om online je diensten en producten te presenteren. Je website werkt als een online visitekaartje. Alle tekst moet je doelgroep direct aanspreken.

Zorg voor pakkende kopjes en ga ook hier weer in op het probleem van je doelgroep (want daar zoeken ze tenslotte op). Vervolgens leg je uit aan potentiële klanten welke perfecte oplossing je voor hun probleem hebt en waarom ze bij jou (de expert) moeten zijn.

Daarnaast raad ik je aan om regelmatig nieuwe content op je website te publiceren. Bijvoorbeeld in de vorm van blogs. In de blogs haak je gericht in op onderwerpen die je doelgroep echt aanspreekt. Laat uit je teksten volop blijken dat jij op jouw vakgebied een expert bent.

Het is tenslotte ook belangrijk om het succes van je website te analyseren en daar vervolgens weer op in te spelen. Ik begrijp het goed als dit te technisch voor je wordt, maar weet dit belangrijk is en dat je daarvoor de deskundigheid van anderen in kunt inschakelen.

Zorg voor een paar aansprekende recensies

Iedereen kent de kracht van recensies. Een paar lovende woorden van tevreden klanten vergroten direct het vertrouwen in jou en je product of dienst. Moedig tevreden klanten altijd aan om een recensie te geven. Dat kan op je website, maar ook op social media.

Iets simpels als het sturen van een e-mail naar mensen die onlangs een aankoop hebben gedaan of het delen van je vraag op social media kan je al meteen een aantal mooie recensies opleveren. Mensen zijn graag bereid om een recensie te geven als ze tevreden zijn. Je moet er alleen even naar vragen.

Ben online daar aanwezig waar je doelgroep zit



Gebruikmaken van het enorme bereik van social media is een ideale manier om nieuwe klanten aan te trekken. Vraag jij je daarbij weleens af waar je nu precies online moet werken aan je zichtbaarheid?

Veel (startende) ondernemers denken dat ze overal zichtbaar moeten zijn. Dat is gewoonweg niet haalbaar. Zeker niet als je regelmatig goede, pakkende content wilt delen die op elk platform weer anders is. Om te beginnen kijk je naar je type klant. Heb je zakelijke klanten? Dan is LinkedIn de plek. Maar weet ook dat die zakelijke klanten in hun vrije tijd waarschijnlijk ook op Facebook, Instagram of Pinterest zitten.

Het is dus slim om na te gaan waar je doelgroep voornamelijk actief is. Ga op onderzoek uit en zorg vervolgens dat je ook daar vindbaar en actief bent, waar je doelgroep zit. Neem hier echt de tijd voor..

Ga serieus aan de slag met social media marketing

Social media marketing is een specifieke marketingtechniek. Hierbij worden de social media ingezet om je vooraf bepaalde doelen te realiseren.

Het is een interactieve vorm van marketing gericht op het aangaan van een dialoog met je ideale klanten op de verschillende online platforms. Denk hierbij aan Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube of Pinterest.

Misschien doe je al iets op dit gebied. Nu je ook online aan de slag gaat, is het des te belangrijker dat je je marketing echt goed doordacht en professioneel aanpakt.

Gewoon beginnen

Al je prachtig uitgewerkte plannen zijn niets waard als je ze niet in praktijk brengt. Veel online bedrijfsideeën mislukken omdat ze uiteindelijk nooit worden gerealiseerd. Uit faalangst proberen veel mensen hun plannen vooraf net zo lang aan te passen tot ze perfect lijken. Maar onthoud: (bijna) niemand kan de perfecte aanpak in één keer bedenken.

Begin vervolgens zo snel mogelijk met je online business. In de praktijk leer je vanzelf wat wel werkt en wat niet. Zo doe je gaandeweg ervaring op en kun je je online business steeds blijven verbeteren om je doelen daadwerkelijk te bereiken.

Ga actief netwerken met je (potentiële) klanten

Via de social media kun je direct en gemakkelijk in contact komen met je ideale klant. Nu je weet waar je doelgroep zit, kun je ze makkelijk bereiken. Dat doe je door regelmatig berichten te posten op die platforms.

Het is daarbij van belang dat alles wat je post, interessant en inspirerend is voor je doelgroep. Plaats regelmatig posts, zodat het allemaal professioneel overkomt.

Heb je geen inspiratie waarover je moet posten? Geen probleem. Maak dan bijvoorbeeld gebruik van mijn social media content kalender.

Blijf actief met e-mailmarketing



Naast de social media kun je ook via een nieuwsbrief in contact blijven met je doelgroep. Zorg dat je een weggever op je website hebt staan die je doelgroep aanspreekt. Door het aanmelden komen de mensen op je mailinglijst en kun je ze via je nieuwsbrief bereiken.

Verstuur minimaal één keer per maand een nieuwsbrief. 2-wekelijks of zelfs wekelijks is nog veel beter. Hierin kun je je doelgroep inspireren en informeren over waar je mee bezig bent of wat je beweegt. Ze zijn altijd geïnteresseerd in de persoon achter een bedrijf.

Je kunt tenslotte ook mooie aanbiedingen doen die je alleen in je nieuwsbrief deelt. Dat maakt het voor de ontvanger nog interessanter om je nieuwsbrieven ook daadwerkelijk te lezen.

Neem deze tips mee en maak een goede start met online ondernemen. Succes!