

# EXPERT TIPS voor succesvolle productlanceringen



Creëer meer omzet met de lanceringsformule  
voor het online verkopen van je diensten

Welmoet Babeliowsky



# Inhoudsopgave

Voorwoord .....	11
Inleiding .....	13
De lanceringsformule .....	23
<b>Stap 1. Afstemmen op je doelgroep.....</b>	<b>27</b>
Tip 1. Voordat je gaat lanceren, stem je af op je doelgroep .....	27
Tip 2. Onderzoek wat de grootste bron van problemen is voor je doelgroep.....	30
Tip 3. Onderzoek welke economische waarde de problemen vertegenwoordigen .....	32
Tip 4. Denk na over de verandering die jouw product kan veroorzaken.....	34
<b>Stap 2. Een zeer aantrekkelijk aanbod creëren met een onweerstaanbare belofte .....</b>	<b>36</b>
Tip 5. Maak een product van je dienst.....	36
Tip 6. Zorg dat je het product heel specifiek en meetbaar maakt.....	38
Tip 7. Geef je aanbod een wervende, aantrekkelijke naam.....	40
Tip 8. Kies een subtitel die alle mogelijke misverstanden wegneemt.....	41
Tip 9. Doe een ijzersterke belofte met jouw aanbod .....	42
Tip 10. Onderzoek 'het waarom' van je product of dienst .....	46
Tip 11. Zorg dat je zelf niet twijfelt aan je product.....	48
Tip 12. Zoek al klanten om je aanbod te testen voordat je gaat lanceren .....	50

Tip 13.	Laat je aanbod uit zes verschillende elementen bestaan.....	53
Tip 14.	Lanceer op basis van je 'signature system' en de 'marketingpiramide'.....	55
Tip 15.	Verzamel bezwaren tegen jouw dienst.....	58

**Stap 3. Bouwen aan de lijst die je voor je lanceringen kunt gebruiken.....60**

Tip 16.	Lanceer al zonder lijst .....	60
Tip 17.	Begin liever gisteren dan vandaag met het opbouwen van je lijst.....	62
Tip 18.	Maak deze acht klassieke fouten vooral niet.....	64
Tip 19.	Schrijf je content snel en intuïtief.....	68
Tip 20.	Zoek problemen op en geef oplossingen .....	71
Tip 21.	Verwelkom iedere afmelding.....	73
Tip 22.	Zorg voor constante verversing van de abonnees op je lijst.....	74
Tip 23.	Gebruik de sociale media en microcontent om je lijst te laten groeien.....	76
Tip 24.	Investeer in Facebookadvertenties om je lijst te laten groeien.....	78
Tip 25.	Laat je lijst al sprekende groeien via presentaties.....	79
Tip 26.	Organiseer een gratis 'challenge' als ultieme methode om je lijst snel te laten groeien .....	81
Tip 27.	Met webinars de groei van je lijst versnellen .....	85

**Stap 4. Voer wervende acties uit tijdens de pre-prelancering .....87**

Tip 28.	Begin een half jaar tot twee maanden van tevoren met pre-prelanceren en stel een doel .....	87
Tip 29.	Maak subtiel gebruik van 'mental triggers' .....	89

Tip 30.	Voer verschillende wervende activiteiten uit .....	92
Tip 31.	Zoek geschikte jointventurepartners en ga een nauwe band aan.....	95

**Stap 5. Start de prelancering: treed met content naar buiten in drie stappen.....97**

Tip 32.	Zorg met een verhaal voor je eigen 'heldenstatus' .....	97
Tip 33.	Lanceer nooit zonder deze drie tools .....	101
Tip 34.	Stel drie contentdelen met waardevolle informatie samen .....	103
Tip 35.	Schets in de eerste video de kansen en mogelijkheden	105
Tip 36.	In de tweede video schets je de verwachte transformatie .....	107
Tip 37.	Geef in de derde video inzicht vanuit het perspectief van de productbezitters .....	109
Tip 38.	Bied extra speciale gratis weggevers tijdens de lancering aan .....	111
Tip 39.	Verwijs voor de oplossing van het laatste probleem naar de salestekst.....	112
Tip 40.	Mail frequent en tot het allerlaatste moment.....	114

**Stap 6. Lanceer nu: de kassa gaat open ..... 116**

Tip 41.	Mail je lijst dat je product gekocht kan worden.....	116
Tip 42.	Probeer urgentie af te dwingen.....	118
Tip 43.	Bied een bonus die een bezwaar tegen je product wegneemt.....	119
Tip 44.	Neem de laatste twijfel weg door garantie te bieden ....	120
Tip 45.	Sluit de kassa.....	121

Tip 46. De kassa opnieuw openen.....	122
<b>Stap 7. Acties na afloop die het resultaat verbeteren .....</b>	<b>123</b>
Tip 47. Geef niet op als je lancering is mislukt .....	123
Tip 48. Doe een upsell aan je kopers waarmee je het resultaat minstens verdrievoudigd.....	127
Tip 49. Ga je lancering 'evergreenen' en het materiaal recyclen ..	128
Tip 50. Voer allerlei acties uit die het resultaat verhogen .....	130
<b>Nawoord.....</b>	<b>133</b>
<b>Over de auteur .....</b>	<b>135</b>
<b>Hoe nu verder? .....</b>	<b>137</b>

# De lanceringsformule

## Een stappenplan voor het lanceren

Dit boek gaat over de beste manier om online je diensten te verkopen: door ze te lanceren. Zo'n dienst kan een workshop, een online training, een groepsprogramma, training, event of lezing zijn.

Het is mijn wens om ondernemers duidelijk te maken wat ze moeten doen, en ze te helpen om het professioneel aan pakken. Mijn motto is: als je iets groots op de wereld wilt zetten, moet je groots lanceren. Daarover gaat dit boek.

## De drie fases in het lanceren

Hoe kun je nu het beste lanceren en hoe verloopt een lancering precies? Zoals gezegd, er zijn drie fases. Ik kan dit het beste verduidelijken met een voorbeeld dat we allemaal kennen. Denk eens aan hoe een nieuwe film uit Hollywood onder onze aandacht komt. Lang voordat de film te zien is in de bioscoop, gaat de campagne van start. Die is nodig om straks uitverkochte zalen te krijgen. Het begint met een eerste aankondiging in de krant. Je leest dat een bekende acteur opnames gaat maken voor een nieuwe film. De regisseur en hoofdrolspelers laten zich niet lang daarna interviewen. Dat betekent dat de pre-pre-lanceringsfase van start is gegaan.

Daarna breekt de volgende fase aan. Voordat de film in de zalen te zien zal zijn, worden er trailers vertoond in het voorprogramma van andere films. Je krijgt voorproefjes te zien, zodat je goed kan inschatten of deze film iets voor je is. Dat is de tweede fase: die van de *prelancering*. Deze duurt een week of twee.

Dan komt de dag dat de film in de bioscooppladder wordt opgenomen. De eigenlijke *lancering*, *de derde fase*, is nu aangebroken. Mensen willen nu naar de film en kopen een ticket. De kassa begint te rinkelen.

Hoe beter de pre-pre- en prelancering is verlopen, hoe meer mensen naar deze film gaan en hoe succesvoller de lancering zal zijn. Je hebt daarna nog de vierde fase van de *postlancering*, waar weer nieuwe kansen liggen om de omzet verder op te krikken.

Niet alleen films vinden op deze manier een groot publiek. Het blijkt dat je ieder product op deze manier in de markt kunt zetten. Ieder product kan via het doorlopen van deze vier fases een plek op de markt krijgen. Het biedt een formule voor succes.

## Voorbereiding

Lanceren is niet eenvoudig. Het vergt veel voorbereiding. Zo moet je bijvoorbeeld van tevoren scripts maken voor drie verschillende contentdelen. Dat kunnen artikelen zijn, of e-books. Het is aan te bevelen om drie video's te maken, omdat je daarmee het beste potentiële klanten kan overtuigen.

Er moeten behalve de videoscripts, ook heel veel andere teksten geschreven worden, zoals verschillende artikelen voor je nieuwsbrief, diverse e-mailteksten en een salestekst.

Ik schrijf dit boek om je te helpen zicht te krijgen op dit ingewikkelde lanceerproces, zodat het duidelijk wordt welke stappen er allemaal zijn en hoe je het moet aanpakken. Het doel is dat je lancering succesvol verloopt, zodat je kan spreken van een geslaagde operatie, die voor veel omzet heeft gezorgd.

Je krijgt in dit boek 50 verschillende tips waarmee je de bewezen formule (gebaseerd op de Product Launch Formula van Jeff Walker) om je product goed te lanceren, gaat doorgronden en toepassen voor je bedrijf. Het gaat niet alleen over nieuwe diensten. Ook bestaande diensten kun je opnieuw gaan verkopen en als 'nieuw' presenteren. Dat kunnen diensten zijn die je al jaren uitvoert.

Sommige diensten lanceer je meerdere keren, ieder jaar opnieuw. Het is mogelijk om met twee succesvolle lanceringen per jaar voldoende inkomsten voor het hele jaar binnen te halen. We spreken hier dus over een hele belangrijke vaardigheid. Hoe zou het zijn voor jou als je met twee lanceringen per jaar al je benodigde inkomen kunt verdienen? Als zelfstandig ondernemer betekent dat al snel honderdduizend euro per jaar. Een ton is het minimumloon van iedere ondernemer. Dit geldt heb je nodig voor je levensonderhoud en voor alle bedrijfskosten die je nu maakt. Maar ook voor het opzij zetten van geld voor later, omdat je je eigen pensioen moet opbouwen.

Wanneer je goed kunt lanceren, zal je inkomen stijgen. Je diensten verkopen goed. Je online training loopt als een trein. Je workshop zit vol, het groepsprogramma heeft tien deelnemers die 5.000 euro betalen. Deze informatie is dus superinteressant voor iedere ondernemer, die zeer goed wil verkopen en die zich wil onderscheiden van de concurrentie.

## **De zeven stappen om te lanceren**

Er zijn een zevental stappen nodig om je product succesvol te lanceren:

1. Afstemmen op je doelgroep.
2. Een zeer aantrekkelijk aanbod creëren met een onweerstaanbare belofte.
3. Bouwen aan de lijst waarop je je lancering richt.
4. Wervende acties uitvoeren tijdens de pre-prelancering.
5. Start de prelancering: treed met content naar buiten in drie stappen.
6. Lanceer nu: de kassa gaat open.
7. Acties na afloop die het resultaat van je lancering verbeteren.

In dit boek geef ik bij iedere stap een aantal tips, die je in de praktijk kunt gebruiken. Als aanvulling op iedere stap, zijn er zeven aanvullende checklists gemaakt, die jou concreet kunnen helpen bij je eigen lancering.



# Tips

## Stap 1. Bepalen van het doel

### Tip 1

---

#### Voordat je gaat lanceren, stem je af op je doelgroep

Misschien denk je dat je dit kan overslaan en vind je het niet nodig om hierover iets te lezen. Maar dat zou heel onverstandig zijn. Misschien is deze tip wel de belangrijkste van dit hele boek.

Je moet namelijk precies weten op wie je je richt, voordat je überhaupt iets kan bereiken. Je wilt namelijk aan deze doelgroep je product verkopen en dat lukt alleen als je de juiste snaar weet te raken. Een veelvoorkomende fout is dat je denkt dat jij de doelgroep bent en je jezelf dus als uitgangspunt neemt. Of dat je je eigen vrienden en familie in gedachten neemt. Dat is echter niet wat je moet doen. Ik zou beginnen met het verzamelen van een hoop informatie over je doelgroep. Zonder die informatie kan je nooit het aanbod creëren waarnaar vraag is.

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7

# 1

Deze eerste stap is dus de belangrijkste. Sla deze stap nooit over, maar doe dit voor ieder product opnieuw! Je maakt het product voor deze niche en het moet volledig op hen afgestemd zijn. Zij moeten het willen hebben.

De doelgroep moet een goed omschreven groep mensen zijn, met informatie over sekse, inkomen, opleidingsniveau, beroep, functie ,etc.

Vraag de volledige checklist aan op [www.succesvolleproductlancering.com](http://www.succesvolleproductlancering.com) checklists om het overzicht van alle vragen te krijgen die je moet stellen. Dit helpt je om je doelgroep nauwkeurig te omschrijven.

Wanneer je niet goed weet op wie je je moet richten, dan is het nodig om een keuze te gaan maken. Je kunt dan het beste als volgt te werk gaan. Het is voor jou in eerste instantie noodzakelijk dat je doelgroep uit mensen bestaat, in wiens directe omgeving je verkeert. Het moet om een groep gaan die je gemakkelijk kunt bereiken; het is je natuurlijke netwerk, waarmee je in contact staat. Welke mensen kun jij makkelijk bereiken en wie spreek je regelmatig?

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7

Wanneer je bedacht had dat jouw doelgroep zou moeten bestaan uit bankdirecteuren, maar je kent niemand die bankdirecteur is, kun je beter een andere doelgroep kiezen. Je zult dan veel te veel moeite moeten doen om zo'n directeur te bereiken. Misschien ken je, van je vorige werkplekken, wel veel teammanagers. Die ontmoet je vaak en je weet precies wat hun zorgen zijn. Je kunt ze vragen stellen en een aanbod doen. Deze doelgroep past waarschijnlijk beter bij je.

Je doelgroep bestaat uit de mensen die jij het beste kan helpen met jouw expertise. Je gaat ze helpen met dat waarin jij goed bent en je doet het werk dat je het prettigst vindt. Je krijgt er energie van en je houdt van de mensen uit je doelgroep.