

HOE KRIJG JE MEER KLANTEN

Voor Coaches,
Therapeuten en Trainers



IBORA ZANT
life & business coach



Het Klanten Boost Systeem

Voor Coaches, Therapeuten en Trainers

Hoe Je Zoveel Klanten Krijgt Dat Je Het Bijna Niet Meer Aankan
- Zelfs Als Je Marketing & Verkopen Haat

Simpele en Snelle Stappen Die Jij Kan Gebruiken
Om Meer Klanten Te Krijgen

Gegarandeerd Resultaat Binnen Enkele Dagen

Tip: Print dit e-book uit voor optimaal resultaat!

Introductie

Hi, ik ben Ibora Zant. De vrouw die je belt als je klaar bent voor succes.

Ik ben oprichtster van de Life & Business School en ontwikkelaar van de Business Masterclass, een online coachingsprogramma voor coaches en therapeuten die niet meer van succes willen dromen, maar het willen leven. Ik heb keihard geknukt en met veel vallen en opstaan geleerd wat ik nu weet. Mijn passie is om deze kennis door te geven en mijn succes baseer ik op andere coaches te zien slagen en stralen.

De afgelopen jaren heb ik vele trainers, coaches en therapeuten geholpen om hun niche en boodschap te vinden. Ik heb geleerd hoe ik met eenvoudige stappen dit proces snel en succesvol kan laten verlopen. Dit wil ik graag ook jou leren in dit nieuwe online Business Masterclass programma, zodat ook jij je niche en onderscheidende boodschap kunt vinden en daarin snel #1 kunt worden.

Leider of volger? Nederland is nog slapend op het gebied van online-marketing en daardoor is het nu vele malen makkelijker dan over 5 jaar. Wil je leider zijn of volger? De keuze is aan jou. En we hebben het dan niet alleen over geld verdienen; de coaches en therapeuten waarmee ik werk maken hun dromen wáár, zij zijn invloedrijk en worden leiders in hun niche.

Ik gebruik sinds de laatste jaren enkel nog mijn eigen systeem: een bewezen, steeds weer herhaalbaar, makkelijk systeem. Op de volgende pagina's vind je de blauwdruk hiervan zodat je die meteen kan gebruiken voor je eigen business.

Je hebt het in je om grote en geweldige dingen te doen in dit leven. Het is nu tijd om je kracht ècht in te zetten!

Wat je ook nodig hebt, ik sta klaar om je te helpen. Laat het me weten!

Ibora

De Gekke Waarheid Over Marketing

Wil Je De Waarheid Over Marketing Horen?

Ik weet dat het echt raar klinkt en je zult mij vast voor gek verklaren, maar geloof me maar als ik je dit vertel:

JE KRIJGT GEEN NIEUWE CLIËNTEN DOOR ENKEL MARKETING!

Ik hoor je al denken: “Volgens mij moet jij je even na laten kijken, Ibora!”

NATUURLIJK zorgt marketing voor cliënten! Dat is wat je leert op school? Het is wat die andere coach je keer op keer vertelt. Hate to burst your bubble.. Maar het klopt niet.

Dus, wat bedoel ik dan precies als ik zeg dat je geen cliënten krijgt door marketing? Hoe kan dat nou waar zijn? Dat komt omdat marketing - als het goed gedaan wordt - alleen gedaan kan worden als je al weet hoe je cliënten kunt krijgen. Marketing zorgt er alleen voor dat mensen weten je zien, dat ze weten dat jij bestaat. Het gaat er om wat je doet VOOR en NA de marketingcampagne. Want wat doe je met de aandacht die je hebt gekregen?

Noot: Het creeëren van aandacht is niet hetzelfde als herrie schoppen. Je kunt aandacht trekken door naakt over straat te rennen, terwijl je “kijk mij nou” schreeuwt. Maar, dat is veel aandacht en dus geen marketing. Ik zou het je dus niet aanraden dat te doen ;-)

Het is belangrijk om een betere (online) marketer te worden, en je moet daar zeker aandacht aan besteden, maar niet tot je al het andere geregeld hebt!

Dus, voordat jij echt begint aan aan je (online) marketingreis, gaan we eerst even aan de basisprincipes werken en zullen we het eerst hebben over hoe jij klanten krijgt. Goede marketing zorgt voor aandacht van mensen die beslissen of ze wel of niet zaken met je zullen doen. Je krijgt maar één kans (misschien twee) om hen te helpen om de juiste beslissing te nemen (en met jou in zee te gaan).

Het Klanten Boost Systeem: Neem De Controle

Dit Gratis E-book zal je de weg wijzen naar ultieme vrijheid, zowel in je leven als voor je business. Het Klanten Boost Systeem gaat over JOU en JOU alleen. Jij hebt de kracht en de mogelijkheid om je inkomen de grootste boost ooit te geven door dit systeem te volgen.

Dit systeem is gebaseerd op twee principes:

1. Er zijn mensen die je kunt helpen en mensen.. waarbij dat niet kan. Dat betekent dat je geen tijd meer moet besteden aan het proberen om door iedereen aardig gevonden te worden, je niet hoeft te proberen aan iedereen te verkopen en je nooit meer genoeg hoeft te nemen met klanten die je eigenlijk niet wilt en waar je weinig aan verdient. Want, als je dit allemaal toch probeert te doen gaat het juist fout!
2. Het Klanten Boost Systeem is stiekem een liefdesverhaal dat op een businesssysteem lijkt. Als je je niet met hart en ziel ergens voor kan inzetten wat is het punt hier dan van? **Waarom zou je hard werken als je niet van enkele minuut geniet?** Met dit systeem zul je weer genieten van je werk en je eindelijk weer volledig met hart en ziel in kunnen zetten.

Jij wilt als coach anderen graag helpen. Jij wilt je steentje bijdragen aan een mooiere en betere wereld. Waar of niet? De meeste coaches en therapeuten blijven steken in het helpen van anderen maar weten niet hoe ze dat kunnen ombuigen naar een succesvolle onderneming. Het verschil is dat als succesvolle ondernemer je meer mensen kunt bereiken en meer kunt doen voor de wereld dan als een coach die ploetert om klanten te helpen.

Wil jij je talenten en krachten inzetten om echt iets voor een ander te betekenen? Dan is het tijd om een echte ondernemer te worden. En ondernemen betekent consistent stappen zetten naar succes!

Stap 1: Je Rode Loper Beleid

Dus..... aangezien je alleen klanten wilt aantrekken waar jij je echt voor in wilt zetten kun je het beste beginnen met een sterk Rode Loper Beleid. Dit is een soort filtersysteem waarmee jij de mensen vindt waar jij mee samen wilt werken: de mensen die je een boost energie en inspiratie geven en ervoor zorgen dat jij je beste beentje voor gaat zetten. Alleen zo zal je je beste kwaliteit werk af kunnen leveren en weet je wat er dan gebeurt? Juist! Dan kan je er meer van doen!

Met wie wil jij het liefste werken? Wie is jouw ideale klant? Waar krijg jij energie van? En wat voor type klant inspireert jou om je beste beentje voor te zetten?

Je krijgt van mij nu toestemming om te stoppen cliënten aan te nemen die jou niet die boost van energie en inspiratie geven! Je mag deze laten gaan. Dat is misschien een beetje eng, maar geloof me.. Het moet. Tijdens de Business Masterclass zal ik je hier alles over leren.

Stap 2: Begrijp Waarom Mensen Kopen Wat Jij Verkoopt

Als je weet welke mensen je wilt aantrekken, en de cliënten die je vreselijk vindt afgewezen hebt, is het tijd om erachter te komen waarom mensen kopen wat jij aanbiedt. Waarom mensen jou nodig hebben.

Als je dit niet weet dan hoef je ook niet verrast te zijn dat je cliënten het ook niet weten. Om hierachter te komen moet je weten wie jouw doelgroep is. Dit is een groep mensen (of bedrijven) die een beetje op elkaar lijken, hetzelfde willen, dezelfde angsten hebben en/of op dezelfde plek te vinden zijn.

Als je niet weet waar je met deze groep kan praten en/of ze geen manier hebben om met elkaar te communiceren dan zul je waarschijnlijk geen goede doelgroep hebben.

Deze groep mensen hebben namelijk dezelfde verlangens en angsten. Vind ze en vind uit wat ze willen. Willen ze fit worden? Willen ze productiever worden? Willen ze meer vrije tijd? Willen ze weten hoe ze hun business beter moeten runnen?

Het resultaat dat je biedt moet hun grootste probleem oplossen of hun droomwens verwezenlijken. Je moet maar één resultaat bieden, maar dat resultaat moet veel voordelen brengen.

Aan elk resultaat zitten financiële, emotionele, fysieke en religieuze voordelen vast.

Geloof je me niet? Begrijp je niet wat de financiële voordelen van bijvoorbeeld afvallen zijn? Of, het krijgen van die promotie die je al tien jaar mist. Weet je niet wat de fysieke voordelen zijn van het krijgen van meer cliënten? En het krijgen van minder stress, zodat je beter kan slapen, minder geïrriteerd bent en veel beter in het leven staat..?



Je kunt de verlangens van je ideale klant bepalen door een 'klant avatar' te maken. Laten we er gelijk even een kladblok bij pakken en dit meteen doen.

Actie = de sleutel tot succes

Jouw ideale klant

Denk aan je IDEALE klanten of cliënten. Wat hebben ze gemeen? Schrijf alle algemene kenmerken op, zowel demografisch (leeftijd, inkomen, geslacht, burgerlijke staat, industrie, etc.) als psychografisch (normen en waarden, geloof, lifestyle, hobby's, interesses, etc.).

Gebruik deze kenmerken nu om een representatie van je ideale klant of cliënt te maken, met zo veel mogelijk details die je kan bedenken. Maak je ideale klant/cliënt zo levensecht mogelijk. Vergeet ook niet zijn of haar dromen/wensen/angsten op te schrijven.

Beschrijf deze persoon zo goed dat je makkelijk in zijn of haar schoenen kan stappen. Het doel is om hem of haar zo goed te leren kennen dat je als deze persoon kan denken, praten en voelen - zodat je dus in haar huid kan kruipen.

Nu heb je je ideale klant samengesteld.

Maak een lijst met ALLE voordelen voor je cliënten wanneer ze met jou samenwerken. Wat bied je ze nou precies. Schrijf alle voordelen, hoe groot of klein ze ook zijn, op. Dan moet je alleen nog leren hoe je hierover kan praten. Beantwoord dus de vraag nu: waarom kopen cliënten wat jij verkoopt?

Deze handige tip helpt je al veel verder op weg om erachter te komen wat jij je cliënten biedt. Tijdens de Business Masterclass gaan we hier nog veel dieper op in.

Naam:

Leeftijd/geslacht:

Burgerlijke staat:

Kinderen (voeg namen toe):

Woonplaats:

Werk:

Inkomen:



Geloof:

Favorite boeken, muziek, TV shows:

Tijdschriften die hij/zij leest:

Blogs die hij/zij volgt:

Pinterest boards die hij/zij volgt:

Facebook pagina's die hij/zij leuk vindt:

Wat googelt hij/zij (maak een lijst van alles wat te maken heeft met jou bedrijf en haar andere interesses)

Naar welke conferenties of evenement gaat hij/zij toe:

Wat doe hij/zij in haar vrije tijd?

Wat is zijn/haar grootste droom:

Wat is zijn/haar grootste angst:

En ga zo maar door 😊

Je Persoonlijke Brand Identiteit

Nu je weet waarom mensen kopen wat jij verkoopt is het tijd om ervoor te zorgen dat zij naar jou komen en niet naar de concurrent gaan.

Je hebt geen Uniek Verkoop Voorstel (Unique Selling Proposition) nodig.

JIJ bent jouw Uniek Verkoop Voorstel

Je persoonlijke brand identiteit bepaalt hoe mensen jou zien en JIJ hebt hier de controle over.

Het bestaat uit drie delen:

1. Je “Wie en Wat” Verklaring

Dit is een simpele, makkelijk te begrijpen omschrijving van wie jouw cliënten zijn (je doelgroep) en wat jij kan doen zodat zij succesvol zijn. Dit is niet je titel. Mijn voorbeeld:

“Ik help coaches, therapeuten en trainers een krachtig businessmodel neerzetten en meer cliënten te krijgen.”

Klinkt dat niet veel beter dan, “Ik ben een businesscoach”?

2. Je “Waarom je het doet” Verklaring

Wat is nou jouw drijfveer? Wat is de reden dat jij uit bed stapt elke ochtend? Wat is jouw doel, je passie? Want als je het alleen voor het geld doet zullen je cliënten dit weten en zal je minder geloofwaardig zijn. Mijn doel is..

“Ik wil je helpen om groter te denken over wie je bent en welke invloed je hebt op de wereld.”

3. Je tagline

Je kunt hier veel plezier bij hebben. Het onderbouwt je “Waarom Je Het Doet” Verklaring, maar zorgt ervoor dat mensen je niet snel zullen vergeten. Gebruik je creativiteit. Dit is de mijne:

“Ik ben degene die je belt als je klaar bent voor succes”

Die tagline laat aan de buitenwereld weten hoe jij gekent wilt zijn en waarvoor ze jou in kunnen zetten!

Bedenk nu jouw verklaringen en je tagline en je zult het antwoord op de vraag “Waarom zou ik zaken met jou doen” krijgen.

Hoe Praat Je Over Wat Jij Doet

De manier waarop je praat over je werk kan je gelijk meer cliënten geven. Als je de reactie “Wauw, dat klinkt alsof je het over mij hebt! Vertel mij meer!” of “Dat klinkt alsof jij mijn vrouw kan helpen!” krijgt dan kan je elke dag wel een cliëntgericht gesprek starten! Dus elke keer wanneer iemand vraagt wat jij doet voor werk dan moet je je “Wie en Wat” Verklaring gebruiken.

Ik help ‘DOELGROEP’
om ‘RESULTAAT’ te verkrijgen

“Ik help coaches, trainers en therapeuten met het beter positioneren van zichzelf en het krijgen van meer klanten.”

Als je er meer een gesprek van wilt maken dan een verklaring, gebruik dan de verlangens en angsten van je klanten:

“De meeste hulpverleners blijven steken in het helpen van anderen maar weten niet hoe ze dat kunnen ombuigen naar een succesvolle onderneming. Ik zorg ervoor dat dat ze lukt!”

Geloof me wanneer ik zeg dat dit wel 100000 x beter werkt dan “ik ben een businesscoach”.

Bouw Vertrouwen en Betrouwbaarheid Op

Als je potentiële klant heeft besloten dat jij hem het beste kan helpen is het tijd om te laten zien dat jij een betrouwbare autoriteit bent. Begin met de standaard stappen zoals een goede website, een professioneel e-mailadres, een paar goede foto's en mooie visitekaartjes.

(Niets zorgt er meer voor dat potentiële klanten gillend wegrekken dan iemand die niet in zichzelf investeert.)

Laat zien dat jij een top coach bent! Beantwoord e-mails zo snel mogelijk! Houd je aan je afspraken! Knip je nagels! De kleinste dingen kosten ons duizenden euro's in business. Als je niet op tijd kan zijn voor een afspraak is de kans groot dat je deadlines ook niet haalt.

En; blijf altijd een autoriteit.

Ben je een levenslange student en blijf je najagen naar meer kennis zodat je dan eindelijk....?
Of weet je genoeg over wat je doet om eerlijk te kunnen zeggen dat jij de allerbeste bent?

*Wees eerlijk tegen jezelf en als jij goed bent in wat je doet, claim die plek dan ook.
Als jij het niet doet doet iemand anders het.*

Bouw Een Verkoop Cyclus

Tijd voor het verkopen! Zorg ervoor dat je tenminste drie aanbiedingen hebt, met drie verschillende prijzen zodat je potentiële klanten kunnen investeren in je services aan de hand van wat zij nodig hebben en hoeveel zij jou vertrouwen. Je Ideale Klant Avatar (doelgroep) zal alles voor de oplossing die jij biedt over hebben, het maakt niet uit hoeveel het kost. Maar dan moeten ze je wel vertrouwen. Er zijn twee manieren om vertrouwen op te bouwen:

1. Doe wat je zegt dat je gaat doen
2. Lever wat je zegt dat je levert

Dus als ik jou, als klant zijnde, nog niet ken zal ik misschien wel wat tijd willen investeren in wat je aanbiedt. Dus hoe kan je nou het beste potentiële klanten aantrekken?

Simpel: Geef iets gratis weg! Geef een gratis coachingssessie, een e-book, een groepsessie of iets anders waarmee jij kan laten zien dat jij iets van waarde biedt dat ook nog eens gratis is. Als je gevraagd wordt “Hoe kom ik meer over jou te weten” kun je in plaats van “Laten we koffie gaan drinken” of “Koop mijn programma” eens iets zeggen als “Kom naar mijn maandelijkse koffie-ochtend” of “Kom eens kijken bij mijn wekelijkse google hangout, of webinar.” Het kan overal over gaan, zolang het maar aantrekkelijk is voor je doelgroep.

Voorbeeld: Stel je voor dat je een NLP Coach bent en je doelgroep is managers met bijvoorbeeld 15 man onder zich. Dit moet je dus weten om iets te kunnen aanbieden waardoor je jouw doelgroep aantrekt en jezelf als expert kunt neerzetten.

Een e-boek NLP basis principes is dan net niet specifiek genoeg. Maar een e-boek: “Hoe manage ik mijn team het best met simpele NLP technieken” zou wel weer werken 😊

Duidelijk?

Je moet ook altijd een aanbod hebben dat wat geld kost. Hoeveel dit is ligt aan jou, maar het moet aantrekkelijk zijn voor de mensen die wel geld aan je willen uitgeven. En dan heb je nog je premium aanbod, voor degene die zich echt willen inzetten en daar best geld voor uit willen geven. Dus het moet er een beetje zo uitzien:

Dit zijn maar idee prijzen natuurlijk afhankelijk van wat je aanbiedt.

Optie 1: € 50,- - € 150,-

Optie 2: € 150,- - € 400,-

Optie 3: € 400,- - €1000,-

Voel je vrij om meer opties toe te voegen, maar het is een goed idee tenminste drie aanbiedingen te hebben. Sommige mensen zullen gelijk voor je premium aanbod gaan en anderen zullen je jarenlang volgen voor ze ook maar een euro aan je uitgeven.

De “Keep In Touch” Strategie

Als mensen eenmaal in je verkoopcyclus zitten moet je regelmatig met hen in contact blijven. Houd contact met je (potentiële) klanten, zowel één-op-één als in groepsverband.

Ik raad je echt aan om hiervoor een nieuwsbrief te starten. Gebruik als autoresponder bijvoorbeeld AWeber of MailChimp en maak er een gewoonte van om regelmatig en consequent te communiceren met je leads (want dat is wat ze zijn als ze jou hun e-mailadres hebben gegeven). Misschien één keer per week of één keer per maand. Beslis je eigen frequentie. Als je regelmatig van je laat horen zullen ze naar jou toekomen als ze jouw product of service nodig hebben!

Wil je nog meer weten over je nieuwsbrief en waarom het krijgen van e-mails van potentiële klanten echt super belangrijk is? Wij hebben het hier uitgebreid over in het online coachingsprogramma Business Masterclass!

Bouw aan je Positionering

Je zal niet altijd een nieuwsbrief kunnen versturen en dat moet natuurlijk niet te vaak. Daarom is het belangrijk ook informatieproducten te hebben die jou in een expert positie plaatsen en die 24/7 aan te kopen/te downloaden zijn. Die verspreiden jouw bericht dus ook terwijl je slaapt.

Een informatief product zoals bijvoorbeeld een book, een e-book, een podcast, een stel video's en wat je maar kan bedenken helpen om jouw expertpositie, je bericht, je belofte en je positionering te onderbouwen elke keer dat deze gekeken, gelezen of gehoord worden. Zelfs als je slaapt dus! Dit is de ultieme manier om je tijd- en marketinginspanningen te verdelen. Als je ervoor kiest deze te verkopen kun je dus ook tijdens je slaap winst maken.

Perfekte Prijzen

In mijn coachingsprogramma stellen veel cliënten vragen over prijzen. Dit is iets waar zelfs de meest ervaren marketers soms nog moeite mee hebben.

Hoeveel is te veel? Is dit te weinig?

Het antwoord verschilt elke keer. Dit is waarom ik aanraad om persoonlijk advies te vragen bij een ervaren businesscoach over dit onderwerp, maar het komt altijd aan op dezelfde vraag:

WAAROM is het deze prijs?

Dat is niet een vraag waarvan je wilt dat jou cliënt die stelt! Ze moeten juist zeggen "Wauw! Dat is mijn geld zeker waard!"

Maar JIJ moet aan jezelf kunnen uitleggen waarom je een bepaalde prijsstrategie hebt gekozen.

Super Simpel Verkopen

Verkopen is heel simpel als het goed gedaan wordt. Helaas vinden de meesten van ons het eng.. en verstoppen we ons liever dan te vragen voor een verkoop. Maar op deze manier zal jij het ook kunnen!

Mijn super simpel verkoop verhaal gaat zo:

Vraag 1: Wat wil je bereiken?

Vraag 2: Hoe zal je je voelen als je dit hebt bereikt?

Vraag 3: Wil je daar hulp bij?

Vraag 4: Wil je dat ik je hierbij help?

Dit zal niet altijd tot een 'ja' leiden, maar dit is wel de beste en meest effectieve en succesvolle techniek! Probeer hem daarom zo vaak mogelijk te doen.

Verkoop draait niet om de nummers, maar als je je potentiële klanten niet vraagt te kopen met de techniek hierboven dan bied je hen ook de kans niet om samen te werken.

Samengevat

Marketing zorgt niet voor cliënten - het trekt alleen de aandacht voor wie jij bent en wat jij de wereld biedt.

Als je de aandacht trekt zal je deze ook krijgen. Ze zullen je rode loper beleid bekijken om erachter te komen of jij hen begrijpt en een concreet resultaat biedt dat hun wensen vervult of een probleem oplost.

Als je duidelijk praat over wat je doet en je persoonlijkheid op je cliënten aansluit dan krijg je de kans hun vertrouwen voor je te winnen en in contact te blijven, terwijl zij nadenken over of en wat ze van je willen kopen.

Wanneer je prijzen perfect zijn en je een simpel verkoop gesprek hebt zul je **SUCCESVOL** zijn in **BUSINESS!**

Nog Makkelijker - Een Checklist:

1. Ik heb een sterk Rode Loper Beleid
2. Ik begrijp waarom mensen van mij kopen:
 - a. Ik heb een duidelijke doelgroep
 - b. Ik ken hun angsten en verlangens
 - c. Ik weet welk resultaat ik bied
 - d. Ik weet wat de financiële, emotionele, fysieke en religieuze voordelen zijn van dat resultaat
3. Ik heb een sterke persoonlijke brand identiteit
 - a. Ik heb een “Wie en Wat” verklaring
 - b. Ik heb een “Waarom je het doet” verklaring
 - c. Ik heb een tagline
4. Ik kan praten over wat ik doe zonder dat het saai, verwarrend of hetzelfde als dat van iemand anders is, en ik kan dat zonder dat het een elevator pitch is
5. Ik ben een vertrouwde autoriteit die de beste service ooit biedt
6. Ik heb een top verkoopcyclus
 - a. Ik heb iets wat ik gratis aanbied
 - b. Ik heb een aanbod dat een beetje geld kost
 - c. Ik heb een premium aanbod
7. Ik gebruik de “Keep-In-Touch” strategie
8. Ik heb producten die zich verspreiden terwijl ik slaap
9. Ik ken mijn prijzen en weet waarom ik ze heb gekozen
10. Ik heb regelmatig simpele verkoopgesprekken

De Zelfpromotie-Strategie

Netwerken: je zult vast blij zijn om te horen dat dit niets te maken heeft met visitekaartjes en een evenement met super enthousiaste verkopers. Dit draait namelijk maar om 90 namen en je e-mail. Je netwerk van 90 bestaat uit mensen die je al kent, met wie je een relatie hebt.

Ze kunnen potentiële klanten zijn, maar probeer eens groter te denken!

Wie zijn de mensen die je aan potentiële klanten kan voorstellen? Welke mensen kunnen jouw bericht verspreiden? Wie zijn je partners? Bouw sterkere relaties met hen op en blijf minimaal één keer per 2 maanden met hen in contact. Gebruik deze formule als je niet weet wat je tegen hen kan zeggen:

Wat kan je met hen delen:

1. Wat je weet: stuur ze een artikel dat op hen slaat
2. Je netwerk: introduceer ze aan iemand anders.
3. Je compassie: neem contact met ze op en zeg iets als "Hey, ik dacht net aan je!"

Doe deze drie dingen elke dag en neem elke dag contact op met drie verschillende mensen. Zo bouw jij dus je netwerk van 90 op!

Direct Outreach

Dit draait compleet om het opbouwen van relaties met mensen die jou nog niet kennen. Vind 20 mensen die jij wilt leren kennen en vertel hen dat jij bestaat! Deze mensen horen in je netwerk van 90 maar zitten er nog niet in.

Tijd om aan het werk te gaan!

Neem elke dag contact op met één van de twintig en bouw die relatie op. Het kan een paar dagen tot een paar maanden duren voor je resultaat ziet maar het is het waard! Introduceer jezelf! Gebruik social media als mogelijk! Houd contact! Wees jezelf!

Testimonials

Er zijn twee manieren om testimonials te krijgen en de eerste manier is om.. ze zelf te geven!

Maak een lijst van vijf mensen met dezelfde doelgroep (maar die iets anders doen dan jij) en doe je best hen aan te raden! Zij zullen snel door hebben dat jij een goede partner bent en zullen jou helpen!

De tweede manier is om te vragen voor testimonials. Vraag dit eens bij klanten die je al had, je vrienden, familie, collega's.. Doe je best en stop er wat tijd en energie in, want je krijgt hier veel voor terug.

In mijn Coaching Programma Business Masterclass, vertel alle geheimen hoe jij met enkele slimme vragen de beste en meest overtuigende testimonials krijgt!



Ibora Zant's Life & Business School

Business Masterclass 2014

-90 Dagen Naar Succes-

Het hart van "Business Masterclass " ben jij en je onderneming. Jij en je business staan 12 weken lang centraal. We gaan elke steen omdraaien, alle raggen van het plafond halen en in elk hoekje met een schijnwerper kijken. Samen met mij, en een netwerk van andere ondernemende en inspirerende vrouwen, ga jij werken aan een leven en business waar je altijd al van hebt gedroomd.

In 12 weken gaan we samen door de mangel en word je compleet klaargestoomd om volop met je business aan de slag te gaan en uiteindelijk ècht geld te verdienen. Jij krijgt een succesvolle business die jaar na jaar groeit en bloeit, dat beloof ik.

En het mooiste is.. na 12 weken sta je er niet ineens alleen voor! Mijn team en ik staan altijd paraat voor onze studenten en alumni's, evenals een groep andere coaches die 7 dagen per week verbonden zijn met elkaar en het team via onze privé-Facebookgroep.

Ben jij klaar om te stoppen met dromen?

Heb je vragen over deze E-Book, de Life & Business School of de Business Masterclass?
Via www.iborazant.nl kan je geheel vrijblijvend contact met mij en mijn team opnemen.
Wij staan je graag te woord.

Een gratis FOCUS SESSIE met Ibora Zant

Niemand behaalt fantastische resultaten door steeds alléén te werken. In elk succesverhaal zit een hoofdstuk teamwerk en samenwerking.

De meeste succesvolle ondernemers – die allemaal klein gestart zijn zoals jij – vinden de begeleiding van mentors, goede adviezen en hun opleiding hun meest waardevolle ervaringen.

Dit kan ik je helaas niet bieden, tenminste niet buiten mijn coachingsprogramma's, maar ik kan je wel een kick-start geven door je een één-op-één strategiesessie aan te bieden ter waarde van €250,-.

Je kunt je gratis sessie inboeken op www.iborazant.nl/gratis-focus-sessie

Er zijn wel een paar voorwaarden aan verbonden. Je moet een vragenlijst op voorhand invullen en terugsturen zodat jij en ik volledig zijn voorbereid voor de coachingssessie. Je moet ook optijd aanwezig zijn en er fysiek en mentaal echt klaar voor zijn. Geen tijd voor dromen – dit is actie. De afspraak kan niet worden verzet als je hem bent vergeten. =tijdelijke actie, dus be fast!

Dit is wat je kan verwachten:

Nadat je je vragenlijst hebt ingevuld en teruggestuurd plannen we de coachinssessie in. Deze vindt plaats in mijn praktijk of via de telefoon of Skype als het reizen niet mogelijk is. In dat geval zal ik je bellen of Skypen op het nummer dat je hebt opgegeven.

Hebben we je meer ideeën kunnen geven in dit E-Boek?

IboraZant.nl heeft nog een verrassing voor jou!

Op onze website is er een gratis E-Book 'STOP ZELFSABOTAGE' te vinden met handige informatie over hoe we onszelf saboteren, en praktische tips hoe we hiermee kunnen stoppen.

Vergeet ook niet een bezoek te brengen aan de [iboraZant.nl facebookpagina](http://iboraZant.nl/facebookpagina) en ons een 'like' te geven! We houden je daar graag op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen rondom de Business Masterclass, uploaden regelmatig leuke en handige blogs vol met tips, en we inspireren je met prachtige quotes.