



Actie, Aquisitie en Promotie Plan

Als je jouw ondernemingsplan af hebt, heb je jouw bedrijf zo onderscheidend mogelijk neer gezet.

Actie:

Je maakt dan een bewuste keuze: Ga je ervoor?

- Ja of
- Nee?

'To go or not to go', that's the question....

Het enige dat je dan kunt **sturen** is de inzet van jouw eigen **tijd** en **geld**...

Klanten/opdrachtgevers kun je niet sturen, je kunt ze verleiden met jouw promotiemiddelen en ze ontmoeten door jouw tijd zo gericht mogelijk in te zetten.

Acquisitie:

- Welke netwerken ga je volgen? Wanneer, hoeveel tijd? Plan het in in jouw kalender.
- Wie wil je wanneer ontmoeten? Loop weer eens door je netwerk/ je kaartenbak, stel prioriteiten en maak afspraken. Plan het in in jouw agenda.
- Wie stuur je wanneer welke 1^e mail? Wanneer doe je een vervolmail of telefoongesprek? Plan het in.
- Wie stuur je wanneer welke folder, kaart of artikel? Op welke sites ga je staan? Wie link je heen en weer?
- Hou een klantenbestand bij en maak aantekeningen van jouw acties aan hen.

Promotie:

Vaak wil je eerst jouw website, folder en/of visitekaartje rond hebben voor je naar Buiten gaat. Hier ontstaat vaak het kip en ei gevoel. Wie was er eerder?

- Je visitekaartje is al voldoende om netwerkcontmoetingen aan te gaan! De truc blijft dat iemand zich jou mag herinneren en dan de telefoon kan pakken of je mailadres kan vinden! Het effect dat je wilt bereiken is dat de mensen je het waard vinden om tijd aan te besteden en vice versa: Wellicht zou deze mens voor mij of voor iemand anders in mijn netwerk interessant kunnen zijn.
- Natuurlijk is jouw website het beste visitekaartje. Heb je niet veel geld, dan zou je een website gefaseerd kunnen inzetten. Die ene pagina is dan wel onderscheidend!
- Het mooiste is om één (grafisch) ontwerper te hebben zowel voor je digitale als papier-uitingen! Soms duurt het even voordat je hem/haar in je netwerk vindt, die jouw gewenste uitstraling kan verbeelden. Maar velen doen het ook zelf! Digitaal kost het niet zo veel om later aanpassingen te maken, zodat je mee kunt groeien met je klanten en hun behoeften.
- Zoek uit op welke startpagina's je wilt staan en vooral met wie je links wilt ruilen. Zo kom je ook weer in je netwerk bij con-collega's terecht, die ook weer ambassadeurs voor jou kunnen zijn. Plan het in.
- Zet ook je profiel op sites als LinkedIn of ZZP platformen.

Vanzelfsprekend ben je jouw producten nog verder aan het ontwikkelen.

- Kun je een van je methodieken een onderscheidende titel geven, waarop je een ® of © kunt plakken? Heb je artikelen, checklists of opwarmers, die je kunt 'weggeven' o.a. op je site. Of gebruik eens een weblog van een ander. Een vakblad of krant? Plan deze inspanningen in in jouw kalender!
- Promoot jouw onderscheidend vermogen, maak naam. Laat men jouw kwaliteit, voelen, proeven, horen. Je mag gekend en vooral herkend worden!

Plan:

Zet dit alles in een agenda, kalender, plan.

- En vergeet geen vrije tijd of tussentijd in te bouwen.
- Soms is het ook heel handig te blijven solliciteren, daar kan men behoefte aan je hebben!