StoryBoost

Het verhaal voor jullie klanten

In 5 stappen

Wellicht heb je net als ik vaker SHUT-UP gehoord dan SPEAK-UP. Het valt dan ook niet mee om jezelf goed uit te spreken zonder dat je in technische bla bla bla vervalt. Door een duidelijke boodschap paraat te hebben waarin niet jullie centraal staan maar de de potentiële klant zal je merken dat de omzet omhoog schiet. Wat moet je daarvoor doen? SPEAK-UP! In vijf stappen neem ik je mee hoe jullie als bedrijf een heldere boodschap kunnen communiceren waar iedereen blij van wordt.

stap 1

Storytelling Breng jullie bedrijf tot leven.

IPotentiële klanten kopen niet het beste product maar het beste verhaal. Dus als jij in staat bent om jouw product in 4-8 woorden tot leven te brengen heb jij wel de aandacht terwijl je dat voorheen niet had. Zo zouden wij met StoryBoost kunnen zeggen dat we bedrijfsontwikkeling door training en coaching doen maar we zeggen liever: "StoryBoost brengt jouw bedrijfsverhaal tot leven!" Hierin gaat het niet over ons maar over jullie. Wat wij doen brengen we letterlijk tot leven. In de reclame wereld zien we dit ook veel. Aan allerlei verschillende producten worden verhalen gekoppeld. Van batterijen tot supermarkten. Een aantal voorbeelden zijn:

- "Begin je dag met Douwe Egberts."
- "Unox, de smaak van thuis."
- "Calvé pindakaas, wie is er niet groot mee geworden?"

Hoe kunnen jullie het bedrijfsverhaal tot leven brengen?

Stap 2

POR

Vind de juiste woorden die jullie klanten raken.

In stap 2 leg ik je verder uit wat de drie POR-stappen zijn en hoe die jou gaan helpen om meer klanten te krijgen.

Probleem: Identificeer het dieper liggende probleem van je klant, dat hen emotioneel raakt. Mensen verlangen naar meer dan oppervlakkige oplossingen; ze willen emotionele voldoening. Ter illustratie: Hornbach benoemt niet wat ze verkopen zoals hamers en hout, maar ze benoemen de pijn van frustratie van onafgemaakte klussen. Door te zeggen: 'Er is altijd iets te doen.'

Oplossing: Laat duidelijk zien welke oplossing jouw bedrijf biedt. Vermijd technische jargon en complexe uitleg.

Zorg voor een helder verhaal. Coolblue, als voorbeeld, focust zich niet op technische details van vaatwassers in de communicatie, maar biedt een totaaloplossing voor zorgeloos winkelen, aankoopadvies en plaatsing.

Resultaat: Benadruk het gewenste resultaat dat jouw product of dienst biedt. Creëer een gevoel van groei, energie en overwinning. Bij Coolblue is het resultaat dat klanten met een glimlach afscheid nemen, omdat ze ontzorgd en zonder stress hebben kunnen winkelen.

Dit POR-verhaal moet kort en krachtig zijn, tussen de 40 en 60 woorden. Gebruik het voor de website, verkoopgesprekken en overal waar jullie je verhaal kwijt kunnen. Het maakt duidelijk wat jouw bedrijf doet en welk probleem jullie voor de klant oplossen.

stap 3

Ervaring
Ontdek de twee redenen waarom klanten kopen.

De essentie van het delen van je ervaring is om het vertrouwen van potentiële klanten te winnen. Klanten kopen op basis van emotie. Het is cruciaal om je verhaal te richten op hun behoeften. Het draait om jouw betrouwbaarheid en bekwaamheid. Betrouwbaarheid ontstaat door eerdere vergelijkbare ervaringen, gemeenschappelijke connecties, positieve aanbevelingen en tevreden klanten. Bekwaamheid wordt geïllustreerd door relevante opleidingen, specifieke tools, prijzen en indrukwekkende statistieken. Het is van groot belang om alleen relevante ervaringen te delen, afgestemd op de behoeften van de klant en overtollige details weg te laten. Houd je verhaal eenvoudig en gericht op de klant, zodat het hun vertrouwen en emotie aanspreekt.

stap 4

Aanpak

Laat zien hoe je het probleem van jouw klant oplost.

In deze fase mag je eindelijk laten zien wat de klant van jou kan verwachten en hoe jij zijn probleem oplost. Vermijd hierbij te veel technisch jargon dat alleen interessant is voor jou en je collega's. Maak gebruik van een simpel en visueel model, zoals de StoryBoost Tornado, om beknopt en duidelijk uit te leggen wat jullie doen. Voeg indien mogelijk een eenvoudige video of podcast toe. Op deze manier blijf je gericht op het verhaal en het probleem van je potentiële klant, in plaats van afdwalen naar je eigen verhaal waar de meeste bezoekers afhaken.

Stap 5

Kopen

Doe een aanbod waarin iedereen wint.

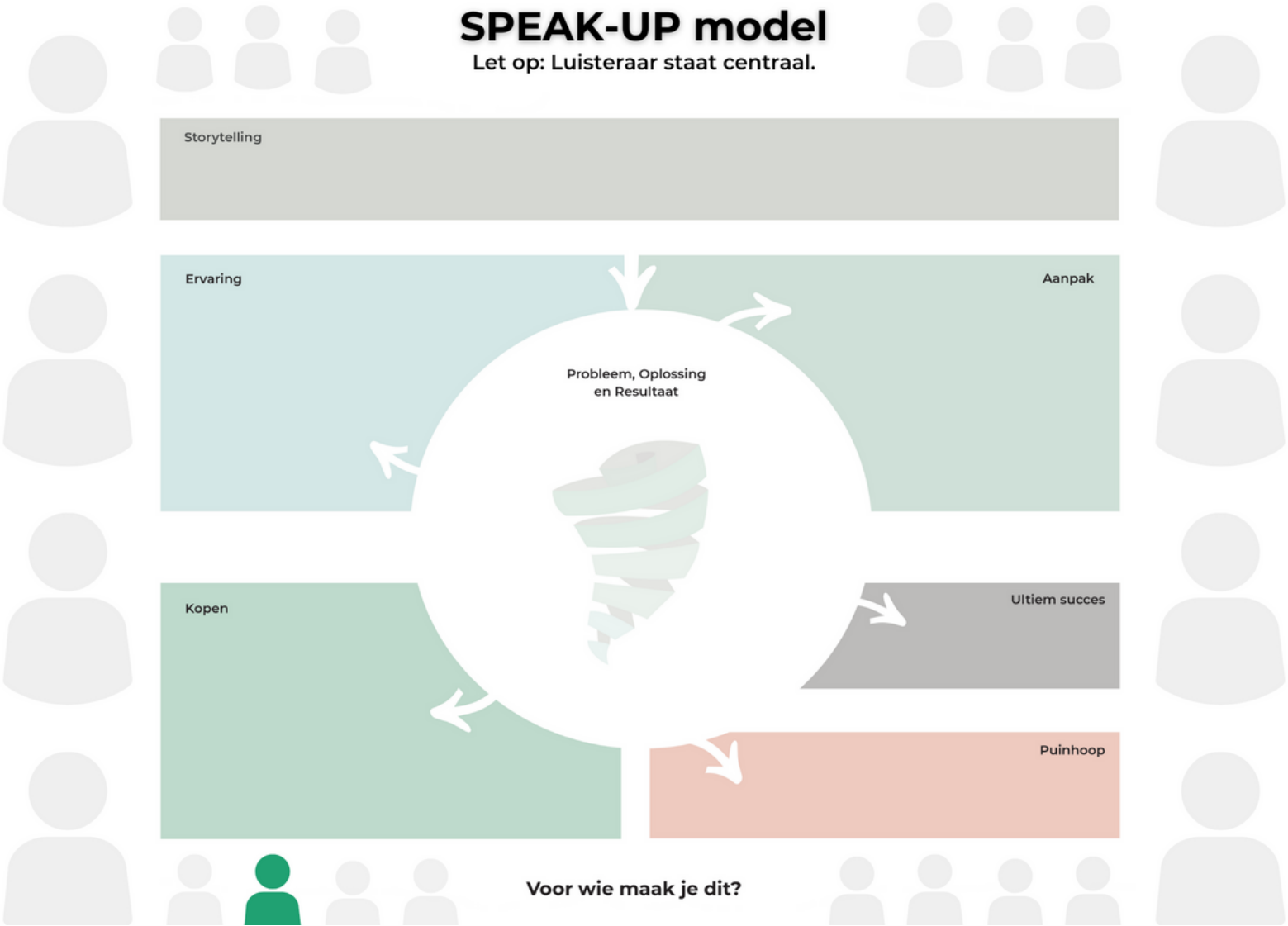
Zodra alle stappen zijn doorlopen, is de potentiële klant klaar om tot aankoop over te gaan in welke vorm dan ook. Een heldere oproep tot actie is essentieel. Toch kunnen vlak voor de koop allerlei bezwaren opkomen. Geen tijd, geld of prioriteit blijken ineens een obstakel te zijn. Toch is dat niet de echte reden waarom de twijfel toeslaat bij je bijna-klant. Achter ieder bezwaar zit altijd wantrouwen of twijfel over de bekwaamheid van jullie of jullie deze persoon daadwerkelijk kunnen helpen. Door terug te gaan naar de derde stap (ervaring) en daar vanuit relevante en eerlijke verhalen te delen, kun je de twijfels wegnemen. Meegaan in een gesprek over bijvoorbeeld geld geeft meestal voor beiden partijen een veel minder bevredigend gevoel. Houd hierbij altijd in gedachten dat je waarde wilt blijven bieden waar beide partijen winnen. Het draait niet om de snelle verkoop, maar om het opbouwen van een langdurige relatie.

De 5 stappen van SPEAK kunnen leiden to -UP

De 5 stappen van SPEAK kunnen leiden tot twee uitkomsten: "UP" voor ultiem succes of "Puinhoop" voor mislukking. Ultiem succes ontstaat wanneer de klant zich aangesproken voelt en waarde ervaart, wat resulteert in groei voor beide partijen. In het geval van een puinhoop wil de klant niet samenwerken, wat leidt tot grotere problemen en frustratie.

Hoe nu verder?

Heb je de stappen gevolgd, maar is het een uitdaging om jullie dreamteam verhaal helder te krijgen? Met StoryBoost helpen we graag met creatieve werkvormen om stap voor stap een helder verhaal tot leven te roepen voor jullie bedrijf.

1. Ga naar www.storyboost.nl/hetdreamteam.
2. Vul het contactformulier in om een vrijblijvende afspraak te maken.
3. Breng jullie dreamteam tot leven.

Gratis de uitgebreide PDF ontvangen? Stuur mij een appje met de tekst: Stuur mij het uitgebreide PDF met de 'SPEAK-UP' methode!