

## 2 - DE LANCERING

Onder lancering verstaan we de periode vanaf het moment dat je beslist om je programma aan te bieden tot het moment waarop de klanten zich inschrijven. Het is een periode van intensieve marketing, waarbij wij ook veel aandacht besteden aan het energetische aspect ervan.

### Hoe lang duurt een lancering?

Er zijn geen vaste regels voor de tijdsperiode van een lancering, maar gemiddeld mag je er 2 à 5 weken voor uittrekken. Als je al een e-mail lijst hebt aangelegd, kunnen 2 weken volstaan. Als je van nul begint en nog geen e-mail lijst hebt, kan je 4 à 5 weken gebruiken.

Hoe lang de periode is tussen de afronding van de inschrijvingen en de eigenlijke aanvangsdatum van je programma kies je zelf. Voor een online programma kunnen de klanten zich bijvoorbeeld nog de laatste dag aanmelden, maar voor een cursus op locatie zal je voor praktische redenen het juiste aantal deelnemers langer op voorhand willen weten.

### Marketing schema

Bij module 3 van deze cursus vind je een voorbeeld van een marketing schema dat een zekere structuur kan bieden en dat jou ter inspiratie kan dienen als je je wat verloren of overweldigd voelt.

Het is een handig hulpmiddel, maar zal NOOIT de kracht van jouw persoonlijke frequentie vervangen! Jij voelt wat met jou resoneert en jij kiest hoe vaak je bijvoorbeeld e-mails verstuurt en welke tools je gebruikt.

## De 3 stadia van een lancering

Een gekend en belangrijk marketing principe is de “know – like – trust” factor.

Vooraleer een potentiële klant tot aankoop overgaat, wil hij jou eerst leren kennen. Je kan het vergelijken met het ontstaan van een nieuwe liefdesrelatie. Je beslist niet na een eerste date om al meteen te gaan samenwonen, right?

Na de eerste date heb je al wel een idee of je iemand leuk vindt, maar het is pas na enkele afspraakjes en diepere kennismaking dat je weet of er een echte klik is en dat je verliefd wordt. En wanneer je elkaar nog dieper leert kennen, krijg je meer en meer vertrouwen en kan je beslissen om samen verder te gaan.

Leuke uitzonderingen zijn er natuurlijk altijd - mensen waarmee je een instant klik hebt, waarbij je onmiddellijk voelt: “dit is het”. Het soul-mate gevoel.

Op business vlak noem ik dat mijn magische eenhoorn klanten 🦄 – mensen die al na een eerste kennismaking duidelijk voelen dat het klopt en meteen op de bestelknop klikken, zelfs voor een hooggeprijsde ‘high end’ cursus of retraite!

### 1. “Know” (let’s date)

Vorbereiding en het aanleggen van een mailing lijst

- Email lijst aanleggen en blijven uitbreiden: meer ideale klanten uitnodigen in jouw ‘tribe’ (gratis weggevers: tips, e-boekje, challenge, ...)
- Energetische voorbereiding (activatie meditatie, intentie, afstemmen op je aanbod en je klanten)
- Lancering tools voorbereiden (sales page, landing page, email funnel)

Je hoeft alles niet alleen te doen. Laat je bijstaan door ‘specialisten’ en laat je omringen door mensen die jou energetisch ondersteunen.

[www.freedomlab.be](http://www.freedomlab.be)

UITVERKOCHTE LANCERING VOOR DE ENERGETISCHE ONDERNEMER

Deze houding ondersteunt je ‘through me consciousness’ en stelt je open voor hulp. “Ik word altijd geholpen en ondersteund”.

Als je dit voor het eerst doet, neem dat voldoende tijd voor de voorbereiding.

Maak een super waardevolle freebee om nieuwe email adressen te verzamelen.

Kies jouw favoriete social media platform.

Ook in deze fase kan je al ‘verkoop’, een call to action doen.

- Kennismakingsgeprek aanbieden
- Voorverkoop: reserveer enkele plaatsen van een specifiek programma voor “very early birds” aan speciale voorwaarden.

## 2. “Like” (let’s fall in love)

### Actieve lanceringsperiode

Dit is de actieve lancering – 2 à 3 weken.

Bied iets waardevols aan, gratis of voor een symbolische bijdrage (webinar, bootcamp, challenge, info avond), max. duur 5 dagen.

Zo kunnen jouw nieuwe contacten je leren kennen en voelen of er een match is. Dit kan elke keer anders zijn, ook al is het voor hetzelfde programma. Het is belangrijk dat je telkens het enthousiasme, het plezier, de expansie voelt.

Deze online experience promoot je gedurende 1 à 2 weken. Hoe korter de promotieperiode, hoe meer kans dat de mensen die aangemeld hebben, ook echt gaan deelnemen. Anders moet je hen er opnieuw aan herinneren.

Dit is jouw rationele “hoe” om van je intentie naar het resultaat te gaan.

Weet dat het resultaat energetisch al bestaat, en stel je open/vraag om ook inspiratie te krijgen voor andere manieren die jou daar naartoe zullen brengen.

Gratis: je zal meer aanmeldingen hebben maar gemiddeld zijn er maar 1/3 aanwezig.

Kleine bijdrage: je zal minder aanmeldingen maar in verhouding meer deelnemers hebben. In dit geval besteed je ook iets meer aandacht aan je sales page / uitnodiging. Geef dan ook aan dat deze symbolische bijdrage uitzonderlijk en tijdelijk is, en wat de eigenlijke waarde is. Hier kan je ook een kleine weggever aanbieden.

Tip:

Nodig mensen uit om je challenge te delen, via social media met een #, via email met jouw in kopie, met de kans om iets te winnen.

Advertenties zullen jouw lancering niet maken of breken, maar ze zijn een verlengstuk van jouw energie. Als jij niet echt in alignment bent met jouw programma of met het gewenste resultaat, zal je ook dat energetisch mee uitsturen in je advertenties. Geen enkele strategie kan jouw gebrek aan alignment of energie fixen.

Alles is een verlengstuk / een vertaling van jouw krachtige energie en hoge frequentie: je weet wie je bent, je weet voor wie jij dienstbaar wil zijn, je bent helemaal klaar om je boodschap uit te dragen, je kent je waarde, je staat in ontvangstmodus om een toestroom van ideale klanten te ontvangen, om veel geld te ontvangen, je liefde voor je klanten is groter dan je angsten.

Jouw beste coach is jouw hogere zelf. Elk antwoord dat je zoekt is er al. Als je het op dit moment nog niet weet, aanvaard dat eerst. Vertrouw dat het antwoord komt.

[www.freedomlab.be](http://www.freedomlab.be)

UITVERKOCHTE LANCERING VOOR DE ENERGETISCHE ONDERNEMER

Vraag “wat zou nu van waarde zijn voor mijn klanten, om hen te laten kennis maken met mijn werk, en hen inspireren om JA te zeggen tegen mij en wat ik aanbiedt?”

Stem je dan af op het gevoel van helderheid. Hoe zou het voelen om een helder antwoord te hebben? Herinner je wanneer je absolute helderheid had. Ontspan. Zak van je hoofd naar je hart.

### **3. “Trust” (let’s commit)**

Je opent de deuren om voor je programma in te schrijven, zodat je klanten een ware verandering kunnen beleven.