

12 Stappen naar het creëren van een fantastisch programma

1 - Wees stil en luister

Stel jezelf de vraag:

“Wat is de beste manier om mijn klanten echt van dienst te zijn en mijn intentie waar te maken?”

Stel je open om het antwoord te ontvangen. Het kan zijn dat het volledige plaatje tevoorschijn komt van jouw workshop, coaching traject, cursus, retraite, ... (naam, inhoud structuur, prijs, enz.) of het kan in stukjes komen. Vertrouw op jouw innerlijke proces en vertrouw jezelf.

Bepaal jouw doel op financieel vlak. Hierdoor zal je een beeld krijgen van het bedrag waarmee jij je op dat moment comfortabel voelt, en elk bedrag is OK. Het is ook goed om het vooropgestelde bedrag in gedachten een bestemming te geven.

Stem je dagelijks af op het gevoel van een mega geslaagde, uitverkochte lancering. Hoe zou het voelen om jouw ‘high level’ programma moeiteloos te verkopen aan een maximum aantal fantastische klanten.

Eens je helderheid hebt over de basis van jouw programma, kan je de volgende stappen volgen om je voor te bereiden op de heerlijke ervaring van een succesvolle, moeiteloze, uitverkochte lancering!

2 - De emotionele monoloog van jouw klanten op hun 'holy shit' moment

Schrijf de emotionele monoloog van jouw klanten wanneer ze op hun 'holy shit' dieptepunt zitten. Wat zeggen ze gefrustreerd tegen zichzelf wanneer ze een probleem hebben waar ze nu voorgoed vanaf willen, en waar jouw programma een oplossing voor biedt?

Het is niet genoeg om op de oppervlakkige problemen en symptomen te focussen - bv. "ik wil 10 kg gewicht verliezen op een gezonde manier". Ga dieper! Ga naar de situaties en belevingen van het leven zoals het is, bv. "ik ben een loser want bij andere mensen lukt dat zo gemakkelijk en bij niet", of "ik vind mijn lichaam niet mooi en mijn kleren spannen altijd".

Deze informatie kan je integreren op de verkooppagina van je website en voor je marketing. Zo zal je echt de aandacht van je ideale doelgroep kunnen trekken en je gevoelsmatig met hen kunnen verbinden.

3 – Jouw ideale 5 sterren klanten plan

Jouw 'high end' programma is NIET voor iedereen. Durf selectief te zijn en beschrijf alle kwaliteiten, eigenschappen en denkwijzen die jij in jouw ideale klanten wilt zien. Dat zijn de ideale 5-sterren klanten waarmee jij het heerlijk vindt om samen te werken, en die het fenomenale resultaat kunnen behalen dat jouw programma mogelijk maakt.

Bepaal ook welke eigenschappen en denkwijzen jij niet wenst in jouw klanten.

Deze informatie kan je gebruiken in het "dit is voor jou" en "dit is niet voor jou" gedeelte van je verkooppagina op je website.

Door deze oefening grondig te doen zal je de juiste klanten energetisch aantrekken in jouw ervaring. Het zal jou ook helpen om te beslissen of je – in geval van twijfel – een bepaalde klant aanneemt of niet, want ja, het is belangrijk om ook klanten waarmee je niet resoneert te durven afwijzen.

4 - Toekomstige getuigenissen

Schrijf 3 of meer getuigenissen van jouw toekomstige ideale klanten. Welke feedback zou jij van je klanten willen ontvangen nadat zij jouw programma beëindigd hebben? Welke fantastische ervaringen en resultaten zouden zij delen?

Deze teksten ga je natuurlijk niet openlijk gebruiken, maar ze zullen je wel helpen om in de juiste, positieve energie te komen. Je zal op deze manier ook een kristalhelder beeld krijgen van de gewenste resultaten van jouw programma.

5 - Positieve resultaten

Maak een lijst van alle positieve resultaten die jouw programma aan jouw ideale klanten kan bieden. Welke voordelen zullen ze ervaren op emotioneel, mentaal, fysiek, financieel en spiritueel vlak na het doorlopen van jouw programma met de nodige toewijding en focus?

“Op het einde van dit programma zal jij ...”

Ook een belangrijke vraag is wat jouw ideale klanten zullen verliezen door NIET in te schrijven voor jouw programma - emotioneel, mentaal, fysiek, financieel en spiritueel.

Deze oefening zal je helpen om de waarde van jouw programma te kennen, zodat je die duidelijk en vol vertrouwen aan je potentiële klanten kan overbrengen. Het is niet alleen belangrijk dat jij zelf weet hoe waardevol jouw aanbod is, maar jouw potentiële klanten moeten dat natuurlijk ook weten!

6 - Het allergrootste resultaat

Van alle voordelen die je hebt opgesomd, wat is het allergrootste resultaat dat jouw klanten kunnen ervaren als ze jouw programma echt met volle aandacht en toewijding volgen?

Dit kan je gebruiken bovenaan in de voorstelling van jouw aanbod, zelfs misschien in de titel: uitverkochte lancering, vind jouw soul-mate, moeiteloos geld manifesteren, ...

7 - Inhoud van je aanbod

Ontwerp de structuur en een uitgebreide lijst van kenmerken / modules / onderdelen van jouw programma.

- Een zeer compleet aanbod is waardevol, maar let op dat je niet overdrijft. Een te lange lijst kan overweldigend zijn en kan jou ook in een energie van overdaad brengen, dat je dus te veel geeft. Dit is niet goed voor jou en ook niet goed voor je klanten.

Geef je klanten wat ze nodig hebben om hun probleem op te lossen en hun ideale resultaat te behalen, maar geef niet alles wat je hebt om hen koste wat kost te 'redden'.

Klanten ervaren de grootste transformatie door coaches en programma's die hen in hun kracht brengen, en niet die hen redden of alle werk voor hen proberen te doen. Zo blijven ze in hulpeloosheid en slachtofferrol.

- Wat is echt essentieel en wat zijn de extra's? Zijn er zaken die je van een standaard module naar een bonus kan veranderen? Dit zet de hoge waarde van jouw programma meer in de verf.

- Benadruk de voordelen van elk onderdeel.

In plaats van gewoon te vermelden “7 groep coaching calls” zeg je bv.

“7 groep coaching calls, zodat je een antwoord krijgt op al jouw prangende vragen, opgetild wordt door de groepsenergie en on track blijft om de beste resultaten te ervaren.”

In plaats van “een bezinningsoefening” zeg je bv.

“een bezinningsoefening die jouw transformatieproces een kick-start zal geven en jou helderheid zal brengen rond wat jij nodig hebt en verlangt.”

8 - Moeiteloze aflevering

- Schrijf 7 of meer redenen op waarom jij in staat bent om dit programma moeiteloos af te leveren. Als je twijfelt of je overweldigd voelt door een bepaald onderdeel, ga je jezelf onbewust saboteren in het verkopen van jouw programma.
- Maak ook een lijst van wat JOUW verantwoordelijkheid is als coach, therapeut, begeleider, èn een lijst van waarin jouw KLANTEN hun verantwoordelijkheid dienen op te nemen om het gewenste resultaat te bekomen. Communiceer dit ook duidelijk naar je klanten toe.

9 - Inspireer geloof en vertrouwen

Stel jezelf de volgende vragen:

- Hoe zal ik mijn potentiële klanten inspireren om in mij te geloven?
- Hoe zal ik mijn potentiële klanten inspireren om in mijn programma te geloven?
- Hoe zal ik mijn potentiële klanten inspireren om in zichzelf te geloven?

Dit zijn 3 cruciale punten om jouw potentiële klanten JA te laten zeggen tegen jouw programma want het is nodig dat ze

- weten dat JIJ de beste persoon bent om een oplossing voor hun probleem te bieden;
- weten dat JOUW PROGRAMMA het beste is en anders dan wat ze voorheen al hebben geprobeerd;
- ZICHZELF genoeg vertrouwen om te geloven dat ze erin zullen slagen en heel veel waarde zullen terugkrijgen door in jouw programma te investeren.

10 - Belichaam wat je aanbiedt

Som alle redenen op waarom jij een perfecte belichaming bent van datgene dat je aanbiedt. Als jouw programma bv. gaat over het ervaren van een harmonieuze, liefdesrelatie, vermeld dan waarom jij daar een perfect voorbeeld voor bent.

Hierdoor zal je voelen dat het klopt. En als jij echt door en door voelt dat jouw aanbod congruent is met wie jij bent en wat jij bereikt hebt, straal je die energie ook uit en pikken jouw potentiële klanten dat onvermijdelijk op.

11 - Jouw verhaal

Schrijf jouw verhaal in lijn met het programma dat je aanbiedt.

- Hoe heb jij dat specifieke probleem overwonnen dat jouw potentiële klanten ook willen oplossen?
- Wat was jouw 'aha'?
- Hoe hebben jouw resultaten jou ertoe gebracht om dit programma samen te stellen?

Ook dit kan je in je lancering verweven.

12 - Getuigenissen (optioneel)

Enthousiaste getuigenissen van klanten zijn enorm waardevol als 'bewijs' dat jouw programma de oplossing is waar jouw nieuwe klanten naar op zoek zijn. Verzamel een aantal getuigenissen die verband houden met jouw programma.

Als dit een gloednieuw programma is en je dus nog geen feedback hebt kunnen krijgen, weet dan dat jouw eigen zekerheid en enthousiasme dit kunnen compenseren.

De laatste vraag voor jou is dan:

*“Op een schaal van 0 tot 10, hoezeer geloof ik dat dit programma het beste is wat mijn nieuwe ideale klanten nu kan overkomen?
Hoe zeker ben ik dat mijn ideale klanten met plezier zullen investeren in mijn aanbod?”*

Als jouw antwoord lager is dan 10, pak dan alle redenen aan die jouw 'monkey mind' opwerpt.

Jouw energie, gedachten en gevoelens zijn jouw grootste troeven en sterkste bondgenoten in je onderneming, maar ... ze kunnen evengoed jouw tegenstanders zijn.

Doe er alles aan om je energie in alignment te brengen met het meest fantastische resultaat dat jouw klanten door jouw programma kunnen behalen!

GA NU VERDER NAAR DE

35 Vragen aan jezelf
voor een uitverkochte lancering 

www.freedomlab.be

UITVERKOCHTE LANCERING VOOR DE ENERGETISCHE ONDERNEMER