

# ZICHTBAARHEID CHECKLIST DIE KLANTEN OPLEVERT



Mis je dit? Dan haken je klanten af voordat ze überhaupt contact opnemen.



Geschreven door Monrooy Marketing

Hi,  
WELCOME



Zo leuk dat je deze guide erbij hebt gepakt.

Ik weet zeker dat je dit niet voor niets doet. Je voelt waarschijnlijk al een tijdje dat het anders mag. Dat je zichtbaarheid niet meer helemaal klopt, of dat het voelt alsof je van alles doet... maar niet echt verder komt.

Hi, ik ben Kim. En ik help ondernemers om weer zichtbaar te zijn op een manier die bij ze past, die energie geeft en ervoor zorgt dat de juiste klanten ze ook écht weten te vinden.

Want zichtbaar zijn is zoveel meer dan alleen posten of af en toe een story delen. Het zit vaak in de basis. In de dingen die standaard gewoon goed moeten staan, maar die verrassend vaak over het hoofd worden gezien.

In deze guide neem ik je mee in die basis. Zie het als een checklist van onderdelen die echt niet mogen ontbreken als jij wilt dat jouw zichtbaarheid klopt en voor je gaat werken.

Geen ingewikkelde strategieën, maar juist de dingen die helder, simpel en sterk moeten staan. Zodat je niet blijft hangen in “meer doen”, maar eerst zorgt dat wat er al staat ook echt klopt.

*Veel leesplezier, Kim* 

# JE INSTAGRAM BIO

*niet volledig? dit kost je klanten*

Je Instagram bio is misschien wel het meest onderschatte stukje van je zichtbaarheid, terwijl dit letterlijk het eerste is wat iemand ziet als ze op jouw profiel komen, en binnen een paar seconden wordt daar bepaald of iemand blijft hangen of weer wegklickt.

En het lastige is: voor jou voelt alles logisch, want jij weet wat je doet, voor wie je dat doet en hoe iemand bij je terechtkomt, maar jouw klant ziet jou voor het eerst en wil geen puzzel oplossen, die wil gewoon direct begrijpen of dit relevant is.

Als iemand moet nadenken over jouw bio, dan ben je eigenlijk al te laat.

Daarom mag je bio geen creatief kunstwerk zijn, maar een heldere binnenkomer die meteen zegt: dit is wat je hier kunt halen.



- Staat je (voor)naam duidelijk zichtbaar? (zodat iemand weet met wie ze te maken hebben)
- Staat er concreet wat je oplost met jouw dienst of product?
- Is duidelijk voor wie je er bent?
- Benoem je wat iemand bij jou kan halen of wat het resultaat is?

Als dit niet klopt, hoef je eigenlijk nog niet eens content te maken.



# JE BENT ZICHTBAAR

*maar niet bereikbaar*

Je kunt nog zo zichtbaar zijn, maar als iemand niet weet hoe ze jou kunnen bereiken, dan gebeurt er uiteindelijk niets, en dit is iets wat verrassend vaak misgaat bij ondernemers die eigenlijk al best goed draaien.

Je gaat er vaak vanuit dat iemand wel een DM stuurt, maar niet iedereen wil dat, en juist daar verlies je kansen zonder dat je het doorhebt. De ene klant wil snel bellen, de ander wil eerst mailen en weer een ander wil gewoon even laagdrempelig een WhatsAppje sturen zonder dat het meteen “serius” voelt.

Zichtbaarheid stopt dus niet bij gezien worden, maar gaat juist over hoe makkelijk iemand jou kan bereiken op het moment dat ze interesse voelen. Want elke extra stap is een moment waarop iemand kan afhaken. Je verliest hier geen volgers... je verliest klanten.

“If you don’t tell people how to reach you, they won’t.”

# JE VASTGEZETTE BERICHTEN

*zijn jouw etalage*

Je feed kan er nog zo mooi uitzien en je content kan nog zo waardevol zijn, maar als iemand op jouw profiel komt en niet binnen een paar seconden snapt wat je aanbiedt en waarom ze bij jou moeten zijn, dan mis je een enorme kans.

Je drie vastgezette berichten zijn daar perfect voor. Zie ze als jouw etalage, als de eerste indruk die iemand krijgt wanneer ze jouw profiel openen. Zie dit als jouw mini-website waar iemand beslist of ze klant worden. Gebruik ze dus niet random, maar bewust. Zoals;



## Voorstellen

Wie ben je

Waarom doe je wat je doet

Hoe lang je al bezig bent



## Je aanbod

Wat bied je aan

Wat levert het op

Voor wie is het



## Reviews

Ervaringen van klanten

Resultaten

Voor en na situaties



# DE VERSCHILLENDE FASES

*van je volgers*

Wat ik vaak zie bij ondernemers die al een tijdje bezig zijn, is dat ze onbewust content maken voor één type klant, namelijk degene die al weet dat ze jou nodig heeft, terwijl dat maar een klein deel van je doelgroep is. Als je alleen praat tegen klanten die al willen kopen, mis je daardoor 80% van je doelgroep. Want jouw klant zit niet allemaal op hetzelfde punt.

Andere klanten voelen dat er iets niet lekker loopt, maar weten nog niet wat ze nodig hebben. En er is ook een groep die nog niet eens doorheeft dat ze een probleem hebben, maar wel vastloopt zonder dat ze het kunnen plaatsen. En als jouw content alleen gericht is op die eerste groep, dan mis je een groot deel van je potentiële klanten.

Je content mag dus verschillende lagen hebben en niet alleen draaien om “dit is mijn aanbod”, maar juist ook om het creëren van herkenning bij je klant, zodat ze zich gezien en begrepen voelt, om het vergroten van bewustwording waardoor ze gaat snappen waar ze nu eigenlijk tegenaan loopt, om woorden te geven aan wat ze voelt maar zelf nog niet goed kan benoemen, en om te laten zien waar ze op dit moment staat.

# JE UITSTRALING MATCHT NIET

*en dat voel je klant*

Mensen kopen met hun ogen voordat ze je tekst lezen. Je hoeft echt geen perfecte Instagram-feed te hebben. Geen strak design, geen vaste kleuren, geen perfecte puzzel. Daar haakt je klant niet op af.

Maar... er is wel een groot verschil tussen niet perfect en niet serieus. En daar gaat het vaak mis.

Als jouw content vooral bestaat uit snelle selfies, donkere foto's of beelden waarvan je zelf al denkt "mwah", dan straalt dat iets uit. Niet omdat het niet mooi genoeg is, maar omdat het niet laat zien dat jij jouw bedrijf serieus neemt. En als jij dat niet doet... waarom zou je klant dat dan wel doen?

We zijn visueel ingesteld. Binnen een paar seconden voelt iemand: dit klopt of dit klopt niet. Je beelden bepalen je eerste indruk, je niveau en het vertrouwen dat iemand in je heeft. Dat betekent niet dat alles gelikt moet zijn. Zeker niet!

Maar wel dat het bewust is gekozen en past bij wat je verkoopt. Investeer dus in sterke beelden, je bent het waard!



# JE ZEGT IETS MOOIS

*maar daar gaan ze niet van kopen*

Je schrijft een sterke post, je deelt waardevolle stories en je neemt iemand helemaal mee in jouw verhaal, maar ergens aan het einde stopt het... zonder richting, zonder uitnodiging, zonder dat je zegt wat iemand nu kan doen.

En dan hoop je dat iemand zelf denkt: oh ja, hier moet ik iets mee.

Maar zo werkt het niet.

Niet omdat je klant het niet snapt, maar omdat ze druk zijn, afgeleid zijn of simpelweg niet gewend zijn om zelf die stap te zetten. Als jij het niet benoemt, gebeurt het meestal ook niet. Dat is geen gebrek aan interesse, dat is een gebrek aan duidelijkheid.

Je hebt een bedrijf. En bij een bedrijf hoort verkopen. Niet hard, niet dwingend, maar wel helder. Dat is precies wat een call to action doet.

Je geeft richting. Je maakt het makkelijk. Je zegt letterlijk wat iemand kan doen na het lezen van jouw post, story, website of flyer. Dus sluit niet meer af met alleen een mooi verhaal, maar nodig uit. Tot het sturen van een DM, tot een belletje of een aankoop.

# NIET TE WEINIG ZICHTBAAR

*maar juist met te veel*

Je denkt misschien dat je niet zichtbaar genoeg bent, dat je meer moet posten, meer moet delen of meer moet aanbieden om die volgende stap te maken, maar vaak is het tegenovergestelde waar en zit het probleem er niet in dat je te weinig doet, maar juist dat je te veel tegelijk probeert te doen zonder dat er nog echt focus op zit.

Vaak uit angst of frustratie omdat iets niet werkt, ga je maar meer aanbieden, meer posten, meer ideeën uitwerken, meer dingen tegelijk proberen, en voordat je het doorhebt is je aandacht overal een beetje en nergens echt, en wordt het voor jezelf minder helder wat je nou precies aan het doen bent.



En als jij dat al voelt... hoe moet je klant dat dan nog snappen?

Soms zit de groei niet in méér doen, maar juist in even teruggaan naar de basis en jezelf opnieuw die simpele vragen stellen: wat werkt al, wat werkt niet, waar krijg ik energie van en wat voelt eigenlijk nog echt kloppend?

Want daar zit vaak de sleutel. Niet in meer doen, maar in beter kijken naar wat er al staat!



# JE GEBRUIKT HASHTAGS

*maar niet de juiste*

Je kunt nog zo zichtbaar zijn, maar als de verkeerde mensen je zien, gebeurt er nog steeds niets. En dat is precies waar het bij hashtags vaak misgaat.

Veel ondernemers kiezen voor bereik. Engelse hashtags, grote termen, alles door elkaar. Maar als jouw klant Nederlands is, trek je met die keuze vaak mensen aan die nooit bij je gaan kopen. En dan voelt het alsof je zichtbaar bent... maar blijft het stil.

Zichtbaarheid gaat niet over meer mensen.

Het gaat over de juiste mensen.

Dus stel jezelf niet de vraag wat goed scoort, maar wat jouw ideale klant zou intypen als ze op zoek is naar jou. Kies daarin bewust en houd het helder.

En vergeet dit niet: hashtags helpen, maar je woorden doen het echte werk.

Sterke SEO-teksten, geschreven zoals jouw klant denkt en zoekt, zijn uiteindelijk veel waardevoller dan alleen bereik.

## JE BEDRIJF VERDIENT HET



Wat ik vaak zie bij ondernemers zoals jij, is dat er zóveel aandacht gaat naar het verbeteren van het product, het finetunen van het aanbod en het creëren van nieuwe ideeën, dat het stuk zichtbaar zijn langzaam naar de achtergrond verdwijnt. Terwijl juist dát het verschil maakt tussen een bedrijf dat voelt als een hobby en een bedrijf dat echt gaat dragen.

Je wilt je passie volgen, en blijven ontwikkelen, en dat is ook precies wat je mag doen. Maar vergeet niet dat je aan het ondernemen bent. Je bedrijf verdient aandacht.

Want op het moment dat jij niet zichtbaar bent, niet op een manier die klopt voor jou, niet met regelmaat en niet met de juiste energie, dan gaan klanten je simpelweg niet vinden. Gun jezelf daarom af en toe dat moment om even terug te gaan naar de basis. Niet nóg meer doen, maar opnieuw kijken naar wat er al staat.

Want als jij zichtbaar bent op een manier die bij je past, met energie en plezier, dan voelt je klant dat. En geloof me, die haakt vanzelf weer aan.

Voel je dat er meer in zit, maar weet je niet waar je het laat liggen?

Tijdens mijn sessies gaan we samen een framework neerzetten waarbij we er voor gaan zorgen dat we een sterke mix maken van jouw energie, jouw visie, sterke positionering en een krachtige strategie.

Laten we samen kijken. Stuur me een DM op Instagram.

[KLIK HIER](#)

*Liefs Kim*