

HOE KIES IK DE PERFECTE GRATIS WEGGEVER?

Wanneer is het juiste moment om te beginnen met je gratis weggever?

Het verzinnen van je weggever is iets, wat ik je aanraad pas te doen in je bedrijf als je al HEEL goed weet wie je soul client is en als je aanbod al duidelijk is.

Waarom?

1. Omdat je niet zoveel hebt aan een weggever als je nog niet weet wie je op je emaillijst wil hebben.
2. Omdat je niet zoveel hebt aan een weggever als je niet zeker weet dat deze naadloos aansluit bij jouw aanbod.
3. Omdat ik weet uit ervaring dat het maken van een weggever een i-de-a-le activiteit is waar ondernemers los op kunnen gaan. Het geeft het gevoel nuttig bezig te zijn, maar eigenlijk is het een reden om niet met het ècht spannende werk aan de gang te hoeven, namelijk met potentiële klanten gaan praten...

Wat IS een gratis weggever precies?

Een gratis weggever is iets wat je gratis weggeeft aan potentiële klanten in ruil voor hun emailadres. Waar je vroeger nog mensen op je emaillijst kon krijgen met de belofte van een nieuwsbrief, moet je tegenwoordig meer moeite doen. En dat doe je meestal met een gratis weggever.

Het doel van de gratis weggever is:

- Om de JUISTE mensen op je lijst te krijgen (soul clients)
- Om die soul clients op een logische manier een pad op te sturen dat leidt naar het kopen van jouw diensten.

Hoe maak ik de perfecte weggever?

Er zijn heel veel mogelijkheden om een goede weggever te maken. De vorm van de weggever (quiz, ebook, werkboek, meditatie, oefening, plan etc) is minder belangrijk dan dat de weggever jou helpt om je doelen te halen.

Een goede gratis weggever:

1. Is waardevol, zodat mensen bereid zijn hun emailadres ervoor in ruil te geven.
2. Is alleen (met name) relevant voor jouw soul clients. Als voorbeeld: als jij een iPad weggeeft als gratis weggever, dan ga je daar zeker weten miljarden mensen mee op je email lijst krijgen. Alleen, die mensen zijn niet geïnteresseerd in jouw diensten, die mensen willen een gratis iPad. Dat wil je dus niet, je wil dat jouw gratis weggever mensen selecteert, dat je weet “diegene die dit downloadt heeft met 90% kans het probleem dat ik help oplossen”.
3. Helpt klanten een urgent probleem op te lossen dat ze hebben. Het is dus niet zomaar iets leuks of relevants, het helpt ze met een urgent probleem (gerelateerd aan wat jij doet).
4. Het is concreet toepasbaar, je klant kan er in relatief korte tijd iets mee. Je wil namelijk dat degene die zich inschrijft voor jouw weggever er ook meteen iets mee gaat DOEN. Dat maakt de kans het grootst dat zij een goede ervaring krijgt met jouw producten en denkt “he dit heeft mij echt geholpen, eens kijken wat deze persoon nog meer doet”.
5. Is een niet té grote commitment, zodat mensen die nog nooit van jou gehoord hebben het ook durven te proberen. Een gratis call is bijvoorbeeld voor mensen die jou nog niet kennen vaak een stap te ver en dat zullen ze niet snel doen, ook al is het gratis.
6. Positioneert jou als een expert. Jij kunt in je weggever laten zien waar jij goed in bent en hoe jij dingen aanpakt.
7. Leidt heel logisch naar jouw programma / traject / cursus / sessies als de volgende stap. Stel je voor jouw programma gaat over gezond eten, dan is het handig dat jouw gratis weggever ook op dat onderwerp ingaat, zodat het kopen van jouw programma een logische volgende stap is.
8. Is niet een kopie van de andere weggevers in jouw niche. Als je dat doet, dan val je niet op. En is de kans groot dat jouw weggever op de grote weggever begraafplaats terecht komt (ja dat is een ding, de gratis weggever begraafplaats ligt naast de cursussen-die-ik-wel-gekocht-heb-maar-nooit-gedaan-heb begraafplaats haha).
9. Geeft mensen een resultaat en niet alleen informatie. Mensen hebben op dit moment allemaal last van teveel informatie. Ze willen niet NOG meer informatie. Ze willen resultaten. En dat is wat jouw gratis weggever ze kan geven!

VOORBEELDEN VAN GRATIS WEGGEVERS

Hieronder zie je allerlei voorbeelden van gratis weggevers. Omdat het belangrijk is dat mensen je gratis weggever relatief snel kunnen “consumeren” en snel een resultaat krijgen, heb ik vooral wat kortere weggevers opgenomen.

1. **Werkboek:** een kort document dat jouw soul client help teen concreet probleem op te lossen. Ik heb bijvoorbeeld een gratis weggever die je helpt om de perfecte naam voor je Facebookgroep te vinden. Een werkboek is ideaal als jij je soul client kan helpen een probleem op te lossen met een stap-voor-stap aanpak. Let op: maak het niet een allesomvattend, enorm lang werkboek, kies 1 concreet subprobleem uit voor je werkboek.
2. **Voorbeelden:** voorbeelden zijn documenten die jouw soul client kan hergebruiken. Bijvoorbeeld voorbeeld emails, voorbeeld dagmenu's, voorbeeld fitness schema, voorbeeld social media posts, voorbeeld ochtendroutine.
3. **Een template.** Dit is een document dat jouw soul client kan gebruiken als leidraad. Bijvoorbeeld een template voor een salespagina, een template voor een meditatie, een template voor een les.
4. **Checklist.** Een checklist kan supernuttig zijn en het fijne eraan is dat iemand een checklist keer op keer kan gebruiken en zo elke keer aan jou kan denken! Voorbeeld van een checklist: checklist voor de perfecte blog post, checklist voor een gezonde koelkast inhoud, checklist voor een opgeruimde woonkamer, checklist voor de juiste aanschaf van nieuwe sportschoenen, checklist voor het perfect event.
5. **Een quiz / assessment.** Mensen houden van quizzen. Het is hierbij belangrijk dat de quiz echt te maken heeft met wat jij doet en dat de uitkomst jou iets vertelt over de persoon en dat je die uitkomst weer kan koppelen aan je aanbod. Een quiz is best wel complex om te maken en kan veel tijd kosten, dus ik raad je deze alleen aan als je een knallend goed idee hebt.
6. **Een lijst met ideeën.** Bijvoorbeeld: 25 gezonde ontbijt ideeën. 10 vragen die je kunt gebruiken om te journalen. 15 voorbeelden voor Reels die je kunt maken. 10 manieren om kristallen te gebruiken in je leven.
7. **Een gratis audio-file.** Dit is vooral relevant als je dit ook gebruikt in je werk. Bijvoorbeeld een gratis meditatie, een zelfhypnose of een visualisatie.
8. **Een tool of calculator.** Bijvoorbeeld een tool dat je helpt om uit te rekenen hoe lang je bezig bent om doel x te halen.

En ebooks dan?

Een aantal gratis weggevers die je veel ziet, zijn in mijn ogen geen goede gratis weggevers. Ik licht ze hieronder even toe.

- **Een ebook.** Een ebook werkte een tijd geleden heel goed, maar ebooks worden erg veel gebruikt. Daarnaast is de kans dat iemand snel een leuk resultaat krijgt van een ebook niet zo groot. De kans dat de ebook op de weggeverbegravingplaats terecht komt, vind ik daarom te groot. Ook is het erg veel werk om een goed ebook te maken, wat in de startfase van je bedrijf niet de beste manier is om je tijd te besteden.
- **Een webinar.** Een webinar is een fantastisch middel in je bedrijf. Maar, het is vooral nuttig om mensen die jou al een beetje kennen iets te verkopen. Het past dus minder goed in de stap “helemaal nieuwe mensen op mijn emaillijst krijgen”. Bovendien werkt een webinar meestal pas goed als jij echt heel goed weet hoe je moet verkopen en daarmee is het een gevorderden tool.
- **Een challenge.** Idem aan hierboven. Een challenge is een hele mooie manier om een programma te vullen. Maar voor een startende ondernemer die nog geen lijst heeft is het niet de meest logische manier om een lijst te vullen!
- **Een gratis cursus.** Een gratis cursus is natuurlijk heel waardevol. Maar, de ervaring leert ook dat de kans dat mensen hem doornemen heel klein is, als ze er niet voor betalen. En zo komt jouw gratis cursus terecht op de cursussen-die-ik-wel-gekocht-heb-maar-nooit-gedaan-heb begravingplaats. Je kunt wel 1 onderdeel van je cursus weggeven, bijvoorbeeld een checklist / template / werkboek.

Veel succes!!