

DE ZICHTBAARHEIDSTEST VOOR ONDERNEMERS MET EEN MISSIE

*Waarom zien klanten
jouw waarde nog niet?*



Ontdek in 10 minuten
waarom jouw zichtbaarheid
nog niet leidt tot de
herkenning, klanten en
impact die je voor ogen
hebt.

Hallo,

Welkom! Om gelijk met de deur in huis te vallen: Jij bent vast niet gaan ondernemen om de hele dag met marketing bezig te zijn.

Je bent ondernemer geworden omdat je iets wilt betekenen. Voor je klanten. Voor de mensen om je heen. Voor een sector, een markt of een manier van werken waarvan jij weet dat het anders kan: beter, eerlijker, persoonlijker.

En toch merk je misschien dat zichtbaar zijn niet vanzelf gaat. Je plaatst berichten. Je deelt je kennis. Je bent aanwezig op LinkedIn of Instagram. Je doet, kortom, alles wat 'erbij hoort'.

En toch voelt het soms alsof mensen nog niet écht begrijpen wat je doet. Of waarom ze juist bij jou moeten zijn, en niet bij iemand anders. Dat ligt niet aan je kennis. En ook niet aan je inzet. Het ligt bijna altijd aan iets anders: je boodschap is nog niet scherp genoeg om direct te blijven hangen.

Dat ligt niet aan je kennis. En ook niet aan je inzet. Het ligt bijna altijd aan iets anders: je boodschap is nog niet scherp genoeg om direct te blijven hangen.

En dat is goed nieuws. Want dat is precies waar je iets aan kunt doen.

Deze test helpt je in 10 minuten ontdekken waar voor jou de grootste kans ligt. Niet door harder te roepen, maar door helderder te worden.

Mijn naam is Yvonne, en als businessstrateeg help ik ondernemers die duurzaamheid en maatschappelijke impact centraal stellen in hun bedrijf naar meer zichtbaarheid. Met deze quick scan zal voor jou duidelijk worden waar jou grootste groeikansen liggen.

Laten we samen aan de slag gaan!

Yvonne



Hoe deze test werkt

Veel ondernemers denken dat zichtbaarder worden vooral een kwestie is van: vaker posten, harder roepen, overal tegelijk zijn.

Maar zichtbaarheid begint niet bij zichtbaar zijn.

Zichtbaarheid begint bij herkenbaar zijn.

Mensen moeten in een paar seconden kunnen begrijpen wat je doet, voor wie je dat doet, en waarom dat voor hen belangrijk is. Pas als dat helder is, ontstaat er vertrouwen. En pas als er vertrouwen is, ontstaan er klanten.

Deze test brengt in kaart waar jouw zichtbaarheid op dit moment vastloopt. Niet omdat er iets mis is met jou, maar omdat de meeste ondernemers met een missie in één van vier herkenbare patronen vastlopen.

Zo werkt het:

- > Beantwoord de 8 vragen met de optie die het beste bij je past.**
- > Denk niet te lang na: je eerste antwoord is meestal het eerlijkste antwoord.**
- > Tel aan het einde hoe vaak je A, B, C of D hebt gekozen.**
- > De letter die het vaakst voorkomt, laat zien welk profiel het meest bij jou past en dus ook waar voor jou de snelste winst te behalen is.**

De zichtbaarheidstest

Er zijn geen foute antwoorden. Kies steeds de optie die het meest natuurlijk aanvoelt.

Vraag 1:

Hoe vaak deel je over je werk op social media?

- A Bijna nooit, ik ben vooral met mijn klanten bezig.
- B Regelmatig, maar over best uiteenlopende onderwerpen.
- C Heel vaak, ik post bijna dagelijks.
- D Vooral wanneer het aansluit bij het grotere verhaal waar ik voor sta.

Vraag 2:

Hoe vindt een nieuwe klant jou meestal?

- A Via via, mond-tot-mondreclame uit mijn netwerk.
- B Ze wisten niet precies wat ik deed, maar voelden meteen een klik.
- C Via een van mijn posts, reels of stories.
- D Omdat ze zich aangesproken voelden door waar ik voor sta.

Vraag 3:

Welke zin hoor je weleens van mensen in je omgeving?

- A "Wist ik helemaal niet dat je dát ook deed!"
- B "Wat doe jij nou eigenlijk precies?"
- C "Jij bent altijd zo actief online!"
- D "Ik voel je passie, maar ik snap niet goed wat ik bij je kan halen."

Vraag 4:

Waar gaat het grootste deel van je tijd naartoe?

- A Goed werk leveren voor mijn bestaande klanten.
- B Steeds weer nieuwe ideeën en richtingen verkennen.
- C Content bedenken, maken en plannen.
- D Nadenken over de impact die ik wil maken.

Vraag 5:

Wat is je grootste worsteling met zichtbaarheid?

- A Ik vergeet mezelf en mijn werk te laten zien.
- B Ik weet niet goed wat mijn rode draad is.
- C Ik post veel, maar het levert weinig nieuwe klanten op.
- D Ik wil niet 'verkoperig' overkomen met mijn missie.

Vraag 6:

Hoe voelt het als je over je werk vertelt?

- A Vanzelfsprekend, het is gewoon wat ik doe.
- B Spannend, ik kan alle kanten op.
- C Druk, er is altijd wel iets te posten of bij te werken.
- D Belangrijk, ik wil dat mensen het ook gaan zien.

Vraag 7:

Wat zouden je klanten over je zeggen?

- A "Ze weet ontzettend veel, jammer dat niet meer mensen dat weten."
- B "Ze kan zoveel, ik wist niet voor wat ik precies bij haar moest zijn."
- C "Ze is overal, maar ik weet niet precies wat ze voor mij kan doen."
- D "Ze gelooft écht in wat ze doet."

Vraag 8:

Wat zou je het allerliefst anders zien?

- A Dat meer mensen weten wat ik allemaal kan.
- B Dat mijn boodschap scherper en herkenbaarder wordt.
- C Dat mijn zichtbaarheid ook daadwerkelijk klanten oplevert.
- D Dat mensen mijn missie vertalen naar: 'dus daarom moet ik bij haar zijn.'

Tel nu je score:

Tel hoe vaak je A, B, C en D hebt gekozen, en vul het hieronder in.

A: De Verborgen Expoert	
B: De Inspirerende Generalist	
C: De Drukke Contentmaker	
D: De Missiegedreven Veranderaar	

De letter die het vaakst voorkomt, is jouw profiel. Lees hieronder meer over het profiel die bij jouw letter hoort. Tip: Sla dit op om later er nog eens bij te pakken.

Scoorden twee letters bijna gelijk? Dat kan. Lees dan beide profielen. Vaak herken je jezelf het sterkst in één ervan, en geeft de ander een mooie aanvulling.

Profiel A: De Verborgen Expert



Herken je dit?

- *Je hoort weleens: "Dat wist ik helemaal niet van je."*
- *Of: "Had ik dat maar eerder geweten."*
- *Je deelt liever resultaten van je werk dan dat je over jezelf praat.*
- *Zichtbaarheid voelt soms als iets dat je 'erbij' moet doen, naast het echte werk.*

Je weet ontzettend veel. Klanten die met je werken zijn enthousiast over wat je voor hen doet. Maar buiten je bestaande netwerk weten relatief weinig mensen wat je werkelijk kunt.

Je bent geen slechte marketeer. Je bent vooral erg druk met goed werk leveren en dat is precies waarom mensen buiten je directe kring nog niet zien hoeveel waarde je te bieden hebt.

JOUW UITDAGING:

JOUW EXPERTISE VERDIENT MEER PODIUM. NIET DOOR HARDER TE SCHREEUWEN, MAAR DOOR VAKER ZICHTBAAR TE WORDEN MET WAT JE AL WEET.

Profiel A: De Verborgen Expert

Deze week:

Beantwoord deze week één vraag die een klant je onlangs stelde. In een post, story of nieuwsbrief. Niet perfect. Gewoon behulpzaam. Dat is vaak al genoeg.

Jouw kracht:

Jij hoeft niemand te overtuigen van je kennis. Je hoeft alleen vaker te laten zien wat al waar is.

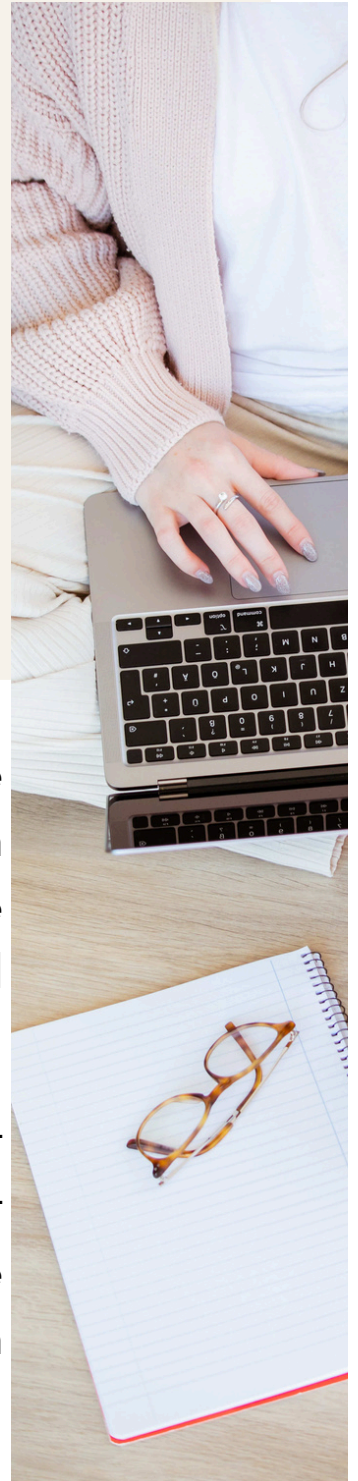
Profiel B: De Inspirerende Generalist

Herken je dit?

- *Je hoort weleens: “Wat doe jij nou eigenlijk precies?”*
- *Je vindt het lastig om jezelf in één zin samen te vatten, want dat voelt alsof je jezelf tekortdoet.*
- *Je website of bio probeert vaak net iets te veel in één keer te vertellen.*
- *Mensen zijn dol op je energie, maar weten niet altijd wannéér ze je moeten bellen.*

Je hebt veel interesses en kunt op meerdere vlakken van waarde zijn. Klanten zijn enthousiast wanneer ze eenmaal met je werken, maar weten vooraf niet altijd goed wat ze kunnen verwachten.

Je bent geen wispelturig persoon. Je bent vooral iemand met veel te bieden en dat maakt kiezen lastig. Het probleem is niet je veelzijdigheid. Het probleem is dat mensen die veelzijdigheid nog niet kunnen plaatsen.



Profiel B: De Inspirerende Generalist

JOUW UITDAGING:

NIET MINDER BREED WORDEN, MAAR WEL SCHERPER COMMUNICEREN. EÉN HELDERE INGANG NAAR WIE JE BENT, VAN WAARUIT DE REST ZICH VANZELF ONTVOUWT.

Deze week:

Schrijf deze week in één zin op voor wie je er het allerliefst bent, en waarmee je haar het allerbeste kunt helpen. Niet alles. Eén ding.

Jouw kracht:

Jouw veelzijdigheid is een rijkdom, geen rommeltje. Zodra mensen je ingang kennen, vinden ze de rest vanzelf.

Profiel C: De drukke contentmaker



Herken je dit?

- *Je voelt je soms moe van het 'altijd aan' moeten staan.*
- *Je hebt het gevoel dat je veel zendt, maar weinig ontvangt.*
- *Je weet niet goed welke post nu eigenlijk werkt en welke niet.*
- *Je denkt weleens: 'Ik post al zoveel, waarom levert het zo weinig op?'*
-

Je bent actief op social media, misschien wel bijna dagelijks. Je deelt tips, inzichten, foto's en stories. Mensen reageren, liken, sturen berichtjes, maar het levert zelden een concrete klant op.

Je bent niet lui geweest. Je bent vooral heel actief geweest, zonder dat je boodschap was ingericht om mensen ook daadwerkelijk een stap verder te brengen. Bereik is niet hetzelfde als herkenning.

JOUW UITDAGING

NIET MEER POSTEN, MAAR GERICHTER POSTEN. ELKE POST MAG BIJDAGEN AAN HETZELFDE HELDERE VERHAAL, IN PLAATS VAN STEEDS EEN NIEUW LOS MOMENT TE ZIJN.

Profiel C: De Drukke Contenmaker

Deze week:

Kies deze week één bericht uit je archief dat goed reageerde, en vraag jezelf af: wat maakte dit bericht herkenbaar? Doe meer van dat en minder van de rest.

Jouw kracht:

Je hoeft niet overal te zijn om gezien te worden. Eén scherp verhaal, vaker verteld, werkt beter dan tien losse berichten.

Profiel D: De Missiegedreven Veranderaar

Herken je dit?

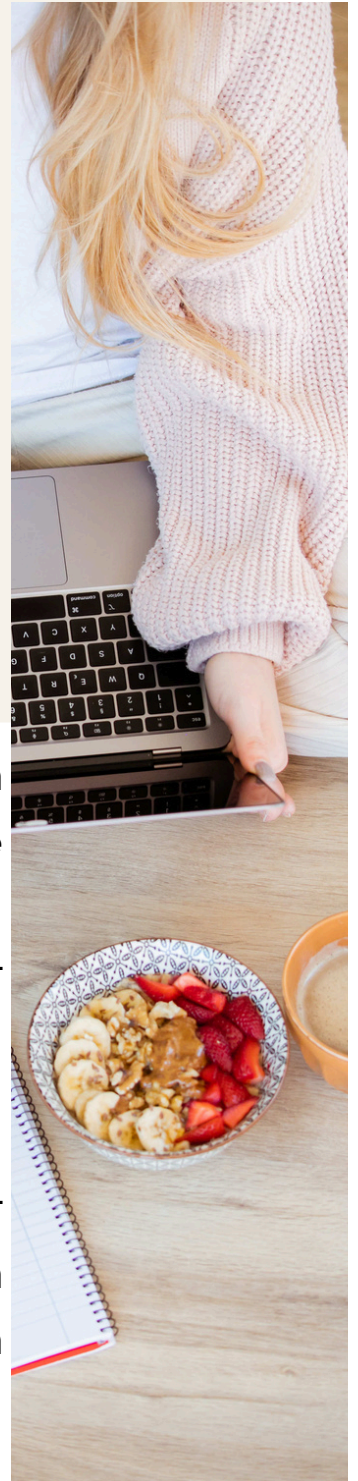
- ***Je vindt het soms ongemakkelijk om over je aanbod te praten, want dat voelt 'minder zuiver' dan praten over je missie.***
- ***Je krijgt veel bevestiging ('Wat mooi dat je dit doet!'), maar weinig concrete aanvragen.***
- ***Je bio of website leest als een manifest, maar niet als een aanbod.***
- ***Je bent bang om 'verkoperig' te klinken en houdt daarom liever vaag wat je precies levert.***

Je weet precies waarom je doet wat je doet, en dat raakt iets diep in je. Je deelt graag over de grotere verandering die je voor ogen hebt. Mensen voelen jouw passie, maar weten niet altijd wat ze concreet bij je kunnen halen.

Je hoeft je missie niet kleiner te maken. Je mag alleen leren om hem te vertalen naar iets dat mensen ook echt kunnen kopen. Geloof en aanbod sluiten elkaar niet uit. Ze versterken elkaar juist.

JOUW UITDAGING:

JE MISSIE VERBINDEN AAN EEN CONCREET, HERKENBAAR AANBOD.
NIET OF/OF, MAAR EN/EN.



Profiel D: De Missiegedreven Veranderaar

Deze week:

Maak deze week de zin af: 'Omdat ik geloof in ____, help ik vrouwen die ____ met ____.' Dat ene zinnetje is je missie en je aanbod in één adem.

Jouw kracht:

Jouw overtuiging is je grootste kracht, zolang mensen ook begrijpen wat ze er concreet aan hebben.

Wat alle profielen gemeen hebben

Of je nu De Verborgene Expert bent, De Inspirerende Generalist, De Drukke Contentmaker of De Missiegedreven Veranderaar: bijna altijd zien we dezelfde oorzaak terugkomen.

Niet te weinig kennis.

Niet te weinig inzet.

Niet te weinig hart voor de zaak.

Wél: een boodschap die nog niet scherp genoeg is om in een paar seconden te blijven hangen.

En dat is precies waar je nu mee aan de slag gaat.

Jouw persoonlijke actieplan

Jouw boodschap helderder krijgen begint niet met een nieuwe contentkalender. Het begint bij de kern. Daarvoor gebruik ik graag de **Zichtbaarheidsboom**: vijf stappen, van wortel tot vrucht.

1. Wortels:

Waar sta je voor? Wat geloof je, ongeacht wat je verkoopt?

2. Stam:

Wat is je kernboodschap? De ene zin die altijd blijft kloppen.

3. Takken:

Hoe vertel je je verhaal? Welke voorbeelden en taal passen bij jou?

4. Bladeren:

Hoe word je zichtbaar? Welke kanalen passen bij jouw energie?

5. Vruchten:

Hoe ontstaan klanten en impact? Wat is de natuurlijke volgende stap?

Gebruik onderstaand persoonlijke opdracht om de eerste twee stappen, je wortels en je stam, alvast scherp te krijgen.

Opdracht: Mijn boodschap in het kort

Ik geloof dat:

Mijn klant verlangt naar:

Ik help haar door:

Wat mij onderscheidt is:

Deze opdracht is geen huiswerk dat 'af' moet zijn. Het is een eerste schets. In de 1-Minuut-Boodschap Workshop werken we dit samen verder uit tot een boodschap die je overal kunt gebruiken.

Een laatste gedachte voordat je verdergaat

Veel ondernemers met een missie hebben een ongemakkelijke relatie met verkopen. Niet omdat ze het niet zouden kunnen, maar omdat ze denken dat verkopen betekent: overtuigen, pushen, aandringen.

Maar verkopen is eigenlijk iets heel anders. Verkopen is iemand helpen de volgende stap te zetten. Een stap die ze eigenlijk al wilden zetten, maar waar ze net dat zetje of die duidelijkheid voor nodig hadden.

Dat sluit precies aan bij wie jij al bent.

Je hoeft jezelf niet anders voor te doen om zichtbaarder te worden. Je hoeft alleen helderder te worden in wat je al te bieden hebt.

Klaar voor de volgende stap?

Veel ondernemers ontdekken na deze test hetzelfde: 'Mijn probleem is niet dat ik te weinig zichtbaar ben. Mijn probleem is dat mijn boodschap nog niet helder genoeg is.'

Precies daar gaat de **1-Minuut-Boodschap Workshop** over.

De 1-Minuut-Boodschap Workshop

In één uur ontwikkel je een boodschap die klanten direct begrijpen én onthouden, gebaseerd op **Zichtbaarheidsboom** en toegespitst op jouw profiel.

Na afloop heb je:

- Een elevator pitch die voelt als jij.
- Een intro die direct duidelijk maakt wat je doet en waar jij voor staat.
- Een kernboodschap die je overal opnieuw kunt gebruiken.

Interesse? Meld je aan:

Stuur mij een DM om je plek te reserveren. Ik werk zowel 1-op-1 als met een kleine groepjes, om je de juiste aandacht te kunnen geven.

Tot slot...

Je hoeft niet harder te roepen.

Je hoeft niet dagelijks online te zijn.

En je hoeft jezelf al helemaal niet anders voor te doen.

Wat je nodig hebt, is een boodschap die klopt. Met wie jij bent.
Met waar je voor staat. En met de impact die jij wilt maken.

Want zichtbaarheid groeit niet uit meer lawaai.
Zichtbaarheid groeit uit meer helderheid.



Wil jij verder bouwen aan jouw impactvolle onderneming? In mijn online cursussen neem ik je stap voor stap mee in het opbouwen van een duurzaam en succesvol bedrijf. Doe mee en zet de volgende stap!

@studiogreenmarketing

www.studiogreenmarketing.nl

Veel succes!
