

# Communiceren van een duurzame missie doe je zo

## 5 TIPS VOOR MEER IMPACT



# *Jij hebt een prachtig product of dienst met een duurzame missie.*

Je bent actief op social media en klampt het liefst iedereen aan die het maar wilt horen:

***Met jouw product of dienst kunnen we samen écht het verschil maken! Bijdragen aan een mooiere wereld!***

Maar toch heb je het gevoel niet gehoord en gezien te worden. Terwijl je weet dat duurzaamheid 'hot topic' is en een gezonde lifestyle en bijdragen aan een betere wereld breed omarmd wordt.

Wellicht kan het geen kwaad eens naar de inhoud van jouw boodschap te kijken.

Om op te vallen tussen alle andere ondernemers, is het belangrijk vast te houden aan het geloof in jezelf, jouw bedrijf, jouw product.

Verlies nooit je Waarom uit het oog.  
In alles wat je doet, is de reden waarom je doet wat je doet essentieel.

Blijf hierbij dicht bij jezelf en kijk niet teveel naar anderen. Juist dan onderscheid je je in de jungle die social media heet en trek je publiek dat zich in jou herkent.



Maar ondernemers met een duurzame missie hebben wél een extra uitdaging.

**Ze liggen namelijk extra onder de loep.**

Jouw klant heeft namelijk hoge verwachtingen, waarvan de belangrijkste is dat met de aankoop van jouw product de klant een bijdrage doet aan het vervullen van jouw missie.

En dus ook haar of zijn missie.

Is ondernemer met een duurzame missie ga je dus een stap verder. Je biedt een toekomstperspectief waar jouw klant onderdeel van wil zijn.

Wees je dan ook bewust van wat en hoe je communiceert om de juiste klanten aan te trekken.



"impact is what people remember."

# COMMUNICEREN VAN EEN DUURZAME MISSIE DOE JE ZO!

## 5 communicatietips voor ondernemers met een duurzaam product of dienst:

01

**Wees altijd eerlijk en betrouwbaar.** Betrouwbaarheid en eerlijkheid zijn key in het communiceren van jouw boodschap. Klanten zijn wantrouwend en geloven niet zomaar dat een bedrijf duurzaam onderneemt. Wees voorbereid op kritische vragen en zorg dat wat je deelt klopt.

Betrouwbaar zijn kun je zelf voor elkaar krijgen, vertrouwen ontvang je.

02

**Blijf transparant.** Deel je struggles, je lessen, je fouten, je keuzes.

Altijd met je missie in het vizier. Klanten moeten je kunnen vertrouwen. Niets in namelijk vervelender dan iets gekocht te hebben dat niet voldoet aan je verwachtingen. Klanten hebben een hoge verwachting van jouw product. De keuze voor jou is meer dan alleen op basis van het product alleen. Met de aankoop doen ze een bijdrage aan het vervullen van jouw missie. Omdat ze dezelfde waarden hebben. Jouw vertrouwen. Jouw klant is bereid hiervoor te betalen.

03

**Wees zichtbaar.** Betekent dit te pas en onpas aanwezig zijn op social media? Óveral je naam te grabbel gooien? Nee. Juist niet. Duurzaamheid kies je vanuit een verlangen.

Een reden om ergens aan bij te dragen. Het verschil te maken. Je herkent je ergens in. Je hebt er vertrouwen in. En dat is waar zichtbaarheid over gaat. Herkenning en vertrouwen. Zorg dat je vanuit de kern duurzaam bent. Wat niets meer betekent dan een plan maken. Authentiek zijn. En mensen inspireren vanuit je hart. Het gaat niet om de kwantiteit, maar kwaliteit van je zichtbaarheid.

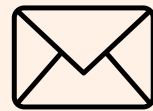
*04* **Benader het positief.** Als het om duurzaamheid gaat, zijn we gauw geneigd met ons vingertje te wijzen. En daar gaat het mis.. Spreek je (potentiële) klant nooit aan op zijn of haar gedrag. Maar benader het positief. Spreek altijd vanuit jezelf, vanuit je bedrijf. Dus in 'wij' in plaats van 'jij', de klant. Jij neemt als bedrijf namelijk stelling in tegen een maatschappelijk probleem. Jouw product is de duurzame oplossing voor de behoefte van jouw klant. Maakt daarom altijd je boodschap leuk. Inspirerend. Bemoedigend. Positief.

*05* **Verbind en inspireer!**  
Wees de verandering door de verandering te willen. En verander van binnenuit. Zorg ervoor dat je in je communicatie duidelijk bent over jouw duurzaamheidsstrategie. Laat zien waarom je staat waar je voor staat en leg uit waar jouw product in bijdraagt. Connect met jouw (potentiële) klanten vanuit jouw waarom. Leg uit waarom jouw product waarde toevoegt en een bijdrage levert. Niets is aanstekelijker dan geïnspireerd worden door iemand die dezelfde waarden deelt als jij. Deel succesmomentjes. Elke stapje is er één!



*Let's talk green!*

Was dit waardevol voor je? Leuk als je het me even laat weten op Instagram. Daar post ik trouwens regelmatig tips voor ondernemers met een duurzame missie en vind je mijn impact trainingen.



*Succes!*

**Yvonne**

@studiogreenmarketing

