

HET PAD VAN 0 NAAR €100 K/M

Zonder advertenties of
ingewikkelde funnels



Door Michel Mousa

Gebaseerd op samenwerkingen met
100+ klanten



Geen gemiddelde cursusbaas

Als uitzondering op de gemiddelde cursusbaas is Michel wel persoonlijk betrokken bij de producten die hij levert waarde...

[Lees meer](#)



Miro Vermeeren
Business Coach

20% meer leads

Michel heb ik leren kennen via een collega coach. Waar ik vooral naar op zoek was zijn concrete tips hoe ik meer klanten kan krijgen. Een van mijn marketinginstrumenten is een boek en een vraag was dan ook hoe ik dit zo optimaal

[Lees meer](#)



Maurice van Lier
Business Coach

Investering al 10x terugverdiend

Mijn marketing en funnels zijn volledig... Michel ben gaan werken. In de eerste week na de aanpassingen kwamen er ineens inbound leads binnen en een maand later had ik mijn investering al 10x terugverdient.

[Lees meer](#)



Jorn Kirkels
Performance Coach

HET PAD VAN 0 NAAR €100 K/M

MICHEL MOUSA

De belangrijkste vraag voor coaches en dienstverleners is deze:

Hoe kom je consistent aan klanten?

In dit e-book ga ik je vertellen over mijn visie op het starten en schalen van een coaching business.

Als je het mij vraagt draait dit namelijk om een aantal principes met bijbehorende valkuilen.

Maar uiteindelijk komt het neer op hoe je klanten krijgt.

Daar zijn veel verschillende manieren voor en iedereen zegt wat anders.

Denk aan: funnels met advertenties, e-mailmarketing, SEO met websiteteksten of organische marketing op social media kanalen.

Al deze strategieën werken in principe ook. Het ligt aan je branche/niche hoe goed ze werken, maar dit zijn allemaal bewezen strategieën voor je marketing om klanten te krijgen.

In plaats van al deze voorbeelden een beetje te doen, heb ik er een andere visie op.

Deze visie is gebaseerd op mijn samenwerking met 150+ coaches en dienstverleners. Zowel starters als ondernemers met een coaching business die de 10 miljoen omzet hebben getikt. In min of meer alle niches en markten, van beginnende ondernemers tot gevestigde namen.

Het komt hierop neer: je marketing- en aanbodstrategie zijn afhankelijk van de fase waarin jij je met je business bevindt. En de fase is afhankelijk van je huidige gemiddelde maandomzet.

In de kern draait het hier om:

1. Beginnen met organische marketing (in ieder geval LinkedIn)
2. Daarna z.s.m. beginnen met e-mailadressen verzamelen zodat je kunt starten met e-mailmarketing
3. Vervolgens bouw je een (simpele) website. Zodat je via deze weg extra gevonden kan worden en je biedt een extra mogelijkheid voor klanten om informatie over jou en je dienst te verzamelen

4. Tot slot kun je gaan starten met advertenties draaien en er funnels aan koppelen

(Als je in de B2C zit, dan raad ik je aan om TikTok en Instagram te gebruiken. De kans is dan vrij hoog dat je daar meer resultaten dan LinkedIn uit haalt. TikTok en Instagram zijn meer gevuld met particulieren. LinkedIn werkt beter voor B2B ondernemers, omdat het een zakelijk platform is.

Zelf zie ik het als een auto.

Beginnen met stap 4 kun je zien als weggrijden in versnelling 4:

Dat werkt niet.

Maar als je in versnelling 1 weggrijdt, dan kun je meteen je momentum naar voren gebruiken om zo snel mogelijk door te schakelen naar versnelling 2.

Waar ik het vaak mis heb zien gaan is eigenlijk heel simpel:

Er zijn veel coaches die in de eerste paar fases strategieën willen toepassen die eigenlijk alleen goed werken in latere fases, omdat ze bijvoorbeeld gekoppeld zijn aan hoeveel bereik je kunt genereren.

Dit heb ik door de samenwerking met mijn klanten in de praktijk ervaren en daar ga ik je in dit e-book meer over vertellen.

Eerst wil ik nog even kort alle fases benoemen. De fases noem ik persoonlijk 'Versnellingen':

Versnelling 1: €0,- naar €2k per maand

In deze fase weet je nog niet precies wat je doet en aan wie je dit gaat verkopen. Je hebt nog geen consistente manier om klanten te genereren.

Deze onzekere fase draait om de vorige twee zinnen concreet maken en in de praktijk gaan uitvoeren. Zodat je een helder en gewild aanbod hebt, weet aan wie je dit gaat verkopen, met een strategie om consistent klanten te genereren.

Versnelling 2: €2k naar €7k per maand

In deze fase heb je je eerste trajecten verkocht, maar je business is nog steeds vrij instabiel. Je bent met van alles en nog wat bezig.

In deze fase is het verleidelijk om op zoek te gaan naar andere verdienmodellen, maar de sleutel ligt ergens anders.

Het is eerlijk gezegd niet heel spannend: doorgaan met wat op dit moment goed werkt.

Versnelling 3: €7k naar €15k per maand

In deze fase heb je je eerste mijlpaal bereikt: €100.000 jaaromzet.

Toch voelt deze fase nog vrij onzeker aan, omdat je omzet nog niet helemaal consistent is. Daarnaast gaat de dagelijkse operatie van je business steeds meer tijd kosten.

Versnelling 4: €15k naar €35k per maand (Speciale strategie bij €20k)

In deze fase is het van belang dat je je eerste teamlid gaat recruten. Dat is een Virtual Assistant: iemand die allerlei relatief simpele taken kan afhandelen, zodat jij je kunt focussen op je business.

Dit is de fase waarin je een serieus succesvolle business hebt gebouwd.

Ook is dit de laatste fase waarin je kunt spreken van relaxed ondernemen: in de volgende fase zal je meer teamleden moeten recruten, waardoor er meer verantwoordelijkheid op jouw bord komt te liggen.

Versnelling 5: €35k naar €100k per maand

Het begin van deze fase moet je even doorheen.

Om deze fase succesvol te bereiken moet je tijdelijk in omzet terugschalen, terwijl je kosten toenemen. Hier heb je geduld en doorzettingsvermogen voor nodig.

Aan het einde van deze periode van 2 à 3 maanden heb je ook iets: een echt succesvolle business waar je trots op kan zijn.

Hier ga je de rust ook weer een beetje terugvinden, omdat jij je steeds meer terug kunt trekken uit de uitvoering. Je gaat je steeds meer focussen op aan- en bijsturen.

Verder

In dit e-book word je door alle stappen begeleid. Ik geef je uitleg over wat je moet doen, wat de meest gemaakte fouten zijn en ik heb wat extra resources die je op je pad gaan helpen.

Het hoofddoel is dat jij in ieder geval de stap naar Versnelling 4 kan maken. Het is dan je eigen keuze of je in deze relatief relaxte fase blijft, of dat je de stap wil maken naar Versnelling 5 om meer vermogen op te bouwen.

Beide doelen zijn haalbaar.

Het is mijn intentie om je er zo goed mogelijk mee te helpen, dus ik hoop dat je veel waarde uit dit e-book gaat halen.

Tot slot wil ik nog iets over mezelf vertellen en wat resultaten van mijn klanten met je delen, zodat je nog beter begrijpt waar mijn mening/visie op gebaseerd is.

Dat laatste vind ik erg belangrijk, daarom raad ik je aan om de rest van deze introductie te lezen voordat je de informatie over de Versnellingen tot je neemt.

Meer informatie?

Neem naast het lezen van dit e-book ook een kijkje op mijn [YouTube-kanaal](#), waar ik veel waardevolle, gratis content deel over ondernemen en organische marketing op LinkedIn.

Over Mij

Op het moment van schrijven ben ik ongeveer twee jaar geleden begonnen met ondernemen.

Ik had toen een funnel agency en ik hielp coaches en consultants met advertenties, e-mails en website teksten. In deze periode heb ik klanten geholpen om van €0 naar €10-€50k omzet maanden te komen.



Door deze resultaten te delen op social media, kreeg ik op deze manier nieuwe klanten.

Uiteindelijk heb ik ervoor gekozen om deze strategie aan coaches en consultants te leren, dus ik hielp ze met klanten krijgen via organische marketing op social media.

In de praktijk bleek dat LinkedIn (voor mij in ieder geval) het beste werkte. Dus sinds een jaartje heb ik de switch naar LinkedIn consultant gemaakt.

Maar in mijn trajecten help ik klanten ook met andere onderdelen van marketing, omdat ik daar ook ervaring mee heb.

Inmiddels heb ik 150+ klanten 1-op-1 geholpen en daarnaast zijn er nog 200+ klanten die gebruik maken van mijn betaalde online academie.

Dit zijn een aantal resultaten die ik voor mijn klanten heb behaald:

- ☐ Lukas Hagenbeek groeide van €60k/m naar €100k+/m in 3 maanden
- ☐ Simone Levie behaalde €180k omzet uit LinkedIn in de eerste 2.5 maanden van het traject
- ☐ Tanya Vromen groeide van €10k naar €20k per maand in 4 weken (en genereerde al 3 sales uit haar eerste LinkedIn post)
- ☐ Thomas van der Vliet verkocht zijn traject uit in de lancering en verdiende zijn investering 5 keer terug

- Jonathan Reitsma verdiende 7 keer zijn investering terug en groeide naar 8.000+ connecties op LinkedIn - binnen 6 maanden nadat hij startte met posten
- Cas Daamen verdubbelde zijn omzet in zijn eerste maand (en verdiende zijn investering na 6 maanden 8x - 10x terug)
- Jaleesa Rothof verdiende haar investering binnen 100 dagen 24 keer terug (en draaide na die 100 dagen een recordmaand van €75.000,- in een maand)

Voor mijn business geldt dat nog steeds meer dan 70% van al mijn omzet via LinkedIn binnenkomt.

Tot slot

Voordat we overgaan op de concrete informatie van het e-book, wil ik je nog even wat simpele richtlijnen van het e-book meegeven.

(Zodat je beter begrijpt waar het over gaat en wat de context van de informatie is.)

Het hele e-book is gebaseerd op mijn mening en mijn ervaring. Persoonlijk houd ik niet zo van zeggen wat anderen wel of niet moeten doen. Ik vermeld dit even expliciet zodat ik niet constant “als je het mij vraagt” of “naar mijn mening” in de tekst hoeft te verwerken. Het is en blijft mijn advies.

Daarnaast zijn de prijzen voor diensten/trajecten die ik aanraad richtlijnen. Dit wil ik alvast specifiek vermelden. Een business coach kan veel hogere prijzen vragen dan een ademhalingscoach.

De richtlijnen die ik hanteer voor de verschillende fases van je coaching business zijn wel algemeen toepasbaar.

Wij richten onze marketing specifiek op B2B coaches en dienstverleners, maar de principes werken ook voor vergelijkbare businessmodellen.

Voor het gemak/de leesbaarheid heb ik het in het e-book over een coaching business of gewoon ‘business/bedrijf’, maar het is dus voor meerdere branches toepasbaar.

In het e-book staan meerdere linkjes naar extra resources in de vorm van videomateriaal verwerkt. Dit is voor iedereen die graag wat extra uitleg bij specifieke onderdelen wil.

Ik raad je aan om eerst het e-book door te lezen en achteraf pas te kijken naar waar je extra informatie over wilt hebben.

Ik wens je veel leesplezier en ik hoop dat de informatie waardevol voor je is.

Wat kun je verwachten qua inhoud?

Het schalen van een coaching business begint bij een aantal basisprincipes.

Daarna zijn er 5 verschillende fases van je business, die zijn gebaseerd op je maandelijkse omzet.

Deze fases hebben allemaal:

- Een aantal belangrijke kenmerken
- Een rij van meest gemaakte fouten
- Inzichten die je nodig hebt om verder te kunnen groeien, hiervoor heb ik extra resources gemaakt

Als afsluiting geef ik je nog een aantal tips voor je coaching business en ondernemen in het algemeen mee. Tot slot sluit ik het e-book af door te laten zien hoe LinkedIn kan bijdragen aan de groei van jouw bedrijf.

Hoofdstukken:

1. Versnelling 1: €0,- naar €2k per maand
2. Versnelling 2: €2k naar €7k per maand
3. Versnelling 3: €7k naar €15k per maand
4. Versnelling 4: €15k naar €35k per maand (Speciale strategie bij €20k)
5. Versnelling 5: €35k naar €100k per maand

Hoofdstuk 1

Versnelling 1: €0,- naar €2k per maand

Elk coaching bedrijf dat €100k per maand draait, is ooit op 0 begonnen.

Het starten van een coaching business noem ik Versnelling 1.

Versnelling 1 is bedoeld om de basisprincipes van een succesvolle coaching business in kaart te brengen en neer te zetten in de praktijk.

In deze fase kan het nog zijn dat je zoekende bent. Zoekende naar wat je precies gaat verkopen en aan wie je dit gaat doen.

Het is belangrijk dat je hier een duidelijke keuze in maakt. Een goede keuze kan er heel vaak al voor zorgen dat je alleen daardoor al snel naar Versnelling 2 gaat.

Het kan ook zo zijn dat je al heel duidelijk weet waar je klanten mee gaat helpen en wat voor klanten dit zijn.

Ook al staat dit heel helder op papier en in de praktijk, het kan alsnog gebeuren dat je het niet echt van de grond krijgt.

Dat is heel frustrerend, want je hebt een passie die vaak gebaseerd is op iets wat je zelf hebt meegemaakt/overwonnen...

Weet dat je met echte wilskracht al een heel eind gaat komen. Dit hoofdstuk gaat je meer vertellen over de acties waar je die wilskracht concreet in moet steken om in ieder geval een gezonde business te krijgen.

(Als je qua omzet al voorbij de €2k per maand bent, dan raad ik je aan om het hoofdstuk alsnog te lezen. Het kan zijn dat je een aantal principes over hebt geslagen. Dat zou zonde zijn, want die principes zouden ervoor kunnen zorgen dat ook jij alsnog je resultaten vrij gemakkelijk kan verhogen).

Dit zijn een aantal dingen waar je rekening mee moet houden, die je uit moet voeren of waar je aan moet werken als je startende bent:

1. Een niche kiezen met koopkracht, met een urgent probleem, die makkelijk bereikbaar is

Een niche is een deel van een bepaalde markt. In fitness heb je bijvoorbeeld: afvallen, krachttraining, bodybuilding, calisthenics en kickboksen als niche.

Aan het begin is het belangrijk dat je een specifieke niche kiest. Dit zorgt ervoor dat je makkelijker verkoopt, doordat je wat meer als een specialist overkomt.

Daarnaast moeten ze een urgent probleem ervaren. Zelf noem ik dit altijd het 'brandend haar' effect.

Als je haar in de fik staat, moet het nu meteen geblust worden. Het wordt heel lastig om je trajecten te verkopen als het probleem van je doelgroep niet urgent genoeg is.

Tot slot is het van belang dat je een niche kiest die makkelijk online bereikbaar is, anders wordt het heel lastig om verkeer en bereik te creëren. Het maakt dan niet uit hoe goed je aanbod is. Als de juiste mensen het niet zien, zal je ook niks verkopen.

Heb je hier moeite mee? Check [deze video](#).

2. 1-op-1 Coaching programma met korting & een schaarste cap

Om te garanderen dat je je klanten de best mogelijke resultaten levert, is het van belang om te beginnen met een 1-op-1 coaching programma van 3 tot 6 maanden.

Het is verstandig om het met korting te verkopen in combinatie met een max aantal beschikbare plekken.

Dit maakt het makkelijker om het traject te verkopen.

(Als extra optie kun je nog kiezen voor een "niet goed, geld terug" garantie).

3. Een Sterk 'Uniek Mechanisme' kiezen

Het 'Unieke Mechanisme' is jouw unieke methode waarmee jij je klanten resultaten levert.

Het is belangrijk om een unieke manier toe te passen, zodat je niet verdrinkt in de vijver van concurrentie.

De meeste ondernemers denken hier niet echt over na. Als jij dat dus wel doet, behaal je daar echt een groot voordeel mee.

- Mijn unieke mechanisme is: bedrijven opschalen met organische marketing op LinkedIn: Dus LinkedIn consultant.
- Had ik gekozen voor gewoon 'Marketing Consultant', dan had niemand een goede reden om echt voor mij te kiezen.
- Het is gebeurd dat klanten puur en alleen naar me toe kwamen, omdat ik me als LinkedIn Consultant profileer. Want zij hadden specifiek met LinkedIn hulp nodig.
- Met kiezen sluit je inderdaad mensen uit, maar je trekt de juiste klanten aan.

Heb je moeite met het kiezen van je unieke mechanisme? Klik op [deze video](#).

4. Gratis Coaching & Workshops weggeven voor reviews & klant resultaten

Voordat je kunt opschalen, zal je aan je reputatie als coach moeten werken. Een van de manieren om je reputatie te verbeteren is door reviews en testimonials te verzamelen.

Aan het begin is dat in theorie vrij lastig, omdat je ervan uitgaat dat je reviews nodig hebt om überhaupt klanten te krijgen.

Alhoewel het tot een zekere hoogte waar is, kun je deze cirkel doorbreken door gratis coaching & workshops weg te geven. Zorg ervoor dat je van tevoren afsprekt dat je er een review voor terugkrijgt.

Deze tactiek kan een beetje lastig aanvoelen, omdat je graag geld wilt gaan verdienen als je een startende ondernemer bent.

Maar deze strategie kan ik je echt aanraden, want het werkt super goed. Al helemaal als je op de lange termijn succes wilt behalen en duurdere trajecten wilt gaan verkopen.

5. Contentstrategie maken & frequent plaatsen.

Als ondernemer is het van belang om zichtbaar te zijn.

Plan een uur per week in om na te denken over waar je doelgroep op dit moment tegenaan loopt en verwerk deze input in een contentstrategie.

Daarna is het van belang om consistent te blijven met je strategie.

Maar vergeet om bij te schaven en aanpassingen te maken als je verbeterpunten ontdekt.

Als je dit doet, merk je dat je bereik gaat stijgen.

Meer bereik betekent uiteindelijk ook meer klanten.

Check [deze video](#) als je hier meer hulp bij kan gebruiken.

6. Long Form content stukken produceren.

Het is bewezen dat potentiële klanten gemiddeld 7 uur aan content willen consumeren voordat ze besluiten om daadwerkelijk klant te worden.

(Dit heeft te maken met het feit dat de meeste klanten vertrouwen en herkenning op willen bouwen voordat ze overgaan tot een aankoop.)

Daarom is het verstandig om bijvoorbeeld wat langere videotrainingen op te nemen die je gratis kunt weggeven.

Ook kun je podcasts opnemen. Hiervoor kun je op zoek gaan naar mensen met een klein podcast platform (binnen je niche), naar wie je outreach kunt doen om uitgenodigd te worden.

Deze resources zorgen ervoor dat het voor je doelgroep veel makkelijker wordt om die 7 uur aan te tikken.

Beide strategieën passen wij zeer regelmatig toe. Vooral het delen van videotrainingen creëert heel veel extra bereik en je hebt meteen een aanknopingspunt voor een gesprek in de DM's van een potentiële klant.

Deelnemen aan een podcast vergroot je expertstatus heel erg en het zorgt ervoor dat je volgers een soort van band met je opbouwen, omdat ze jou als persoon leren kennen.

Bekijk [deze video](#) voor meer informatie over weggever posts.

7. Outreach doen via LinkedIn.

Er zijn weinig mensen die het doen van outreach (= acquisitie) leuk vinden.

Maar toch wil ik je meegeven om het wel te doen. Puur omdat het werkt.

Ik heb letterlijk meegemaakt dat ik iemand toevoegde op LinkedIn, diegene stuurde me vervolgens een DM om een call in te plannen, in de call heb ik meteen een traject van een paar duizend euro verkocht.

Ik raad je dus aan om hier elke week een aantal uur aan te besteden. Al helemaal als je nog niet volgeboekt bent.

Wil je meer informatie over appointment setting op LinkedIn? Klik dan op [deze video](#).

8. Content Consumeren over: Mindset, Content, Copywriting & Sales.

In deze fase van je business zijn er een aantal dingen waar je waarschijnlijk nog geen verstand van hebt. Of in ieder geval niet genoeg.

Dat is niet erg, maar om op te schalen dien je hier wel meer over te gaan weten. Al helemaal omdat je deze taken op termijn wilt uitbesteden aan teamleden.

Wil je hier meer informatie over? Klik dan op de linkjes hieronder:

Video's over: [Mindset](#) - [Content](#) - [Copywriting](#) - [Sales](#)

9. Drempel laag maken voor mensen om in contact te komen. Je plek op dit moment kennen.

Het hoort er een beetje bij, maar het is wel belangrijk. Vandaar dat ik het specifiek wil benoemen.

Als startende ondernemer moet je je plek kennen.

Ik snap dat dit wat hard klinkt, maar het is wel de waarheid.

Wees dankbaar voor al het goede dat je overkomt, maar vergeet niet dat je er hard voor moet werken.

Daarnaast is het verstandig om het voor je potentiële klanten zo laagdrempelig mogelijk te maken om contact met je op te nemen.

Want het zorgt ervoor dat je het voor jezelf zo makkelijk mogelijk maakt om zo veel mogelijk potentiële klanten te spreken.

Hierdoor verhoog je de kans om klanten te krijgen.

Dit kun je op een aantal manieren doen:

- Op je LinkedIn profiel kun je plaatsen dat mensen die met een vraag zitten je altijd een DM mogen sturen.
- Mocht je al een website hebben, zorg ervoor dat je contactgegevens goed vindbaar zijn.
- Aan het begin is het van belang dat jij al het persoonlijke contact met je klanten op je neemt. In een later stadium kun je het je pas veroorloven om deze taak aan een teamlid te geven.

Het komt hierop neer: geef potentiële klanten de mogelijkheid om contact met je te hebben, zonder dat ze meteen een sales call moeten inplannen.

Ook al geef jij je calls een andere naam, mensen weten wel dat het een sales call is.

Vanuit persoonlijk contact is het veel makkelijker om een 'echte' call in te plannen.

10. Je moet hard werken als je verder wilt komen.

Je gaat er niet aan ontkomen. In deze Versnelling gaat nog niets vanzelf. Hard werken is de investering die je moet leveren om echt verder te komen.

De meest gemaakte fouten tijdens Versnelling 1:

Elke Versnelling heeft weer eigen valkuilen.

Ik wil je de meest voorkomende meegeven, zodat je zelf kunt identificeren welke voor jou relevant zijn:

- **Het wiel opnieuw proberen uit te vinden**
 - Het is niet nodig om een revolutionaire uitvinding in je niche in de markt te brengen. Als je een goede coach bent, en je kunt mensen écht helpen, dan is dat meer dan genoeg.
 - Kijk naar het aanbod van je concurrenten in het binnen- en buitenland. Baseer hier jouw aanbod op. Zorg dat je er een uniek sausje en jouw personal brand aan toevoegt, en probeer nooit puur en alleen op prijs te concurreren.
- **Geen Unique Mechanism**
 - Je bent een starter, dus je moet een uniek sausje toevoegen aan een bestaande formule die werkt.
- **Geen Brandend haar aanbod**
 - Als je haar in de fik staat, dan heb je PER DIRECT water nodig om het te blussen. Als jouw aanbod een niet-urgent probleem oplost, dan is het lastig om te verkopen.
- **Werken met complexe funnels, websites & cursussen**
 - Houd het simpel, dit is misschien wel mijn belangrijkste advies voor starters. Ga je daarnaast pas focussen op een cursus zodra je in Versnelling 4 terechtkomt. Dan weet je pas zeker dat het gaat aanslaan.
- **Niet genoeg doorzettingsvermogen**
 - Je bent een starter, dus het zal niet altijd makkelijk en soepel gaan. Doorzetten is de sleutel.
- **Geen tijd willen investeren in cursussen kijken**
 - Je bent een starter, dus je weet nog niet alles. Als je dit accepteert, en tijd investeert om het op te lossen en de kennis op te doen, dan kom je heel ver.

- **Geen outreach doen**
 - Dit is simpelweg een gemiste kans.
- **Geen heldere visie hebben**
 - Je moet weten waar je naartoe wil. (Dit helpt ook om doorzettingsvermogen te creëren). Denk aan je doelen: ik wil de beste ...coach worden, ik wil vrijheid, ik wil locatie onafhankelijk zijn, etc.
- **Verkeerde denkpatronen/imposter**
 - Probeer om consequent positief over jezelf te denken, hoe moeilijk het af en toe ook is. Daarnaast moet je voorkomen dat je in een slachtofferrol belandt.
- **Niet starten met e-mails verzamelen**
 - Dit is een van mijn grootste fouten geweest. Als je al een website hebt, zorg dat je ergens een opt-in plaatst in ruil voor een weggever. Als je nog geen website hebt, dan zijn er e-mailmarketing tools waarmee je ook landingspagina's kunt maken.
- **Niet te waardevolle content weg willen geven**
 - Veel coaches denken dat wanneer zij te waardevolle content weggeven, niemand van die mensen klant zal worden. In de praktijk werkt het echter anders. Mensen hebben over het algemeen weinig tijd om dingen 100% zelf uit te zoeken en te implementeren. Ze volgen de waardevolle content vooral om te achterhalen of jij ze kan helpen met hun probleem ja of nee.

Als je de informatie en tips uit dit hoofdstuk goed toepast, dan zit je (gelukkig) niet zo heel lang in Versnelling 1.

Hoelang het duurt, licht natuurlijk aan de input die je levert.

Maar je moet het zo zien: als je deze strategie succesvol toepast en waar nodig bijstuurt, dan ga je er resultaten mee behalen.

Nu is het tijd om door te schakelen naar Versnelling 2.

Hoofdstuk 2

Versnelling 2: €2k naar €7k per maand

Je belandt in Versnelling 2 zodra je een relatief consistente stroom van (vaste) klanten hebt, waardoor je dus stabiel over de €2k per maand heen gaat.

Het probleem van deze fase is het woord 'relatief' dat in de zin hierboven staat. In deze fase kan je omzet schommelen. Je krijgt wel consistent klanten, maar niet genoeg en ook niet op een stabiele wijze.

De ene maand draai je €5k, de maand daarna €3k, daarna €1,5k en daarna ineens €7k.

Deze onzekerheid kan ervoor zorgen dat je op zoek gaat naar andere verdienmodellen. Ik raad je aan om echt focus op wat je nu al doet te houden. Blijf aan je marketing werken en je gaat groeien.

In deze fase ga je groeien in omzet door stap voor stap meer bereik op social media te creëren en door je prijzen iets te verhogen.

Zodra je richting de €7k per maand gaat, wordt het interessant om je eerste teamlid te recrúiten, zodat je meer tijd hebt om klanten te helpen en voor je marketing & sales.

Deze fase heeft wederom unieke obstakels die je moet overwinnen, werkende strategieën die je moet blijven uitvoeren en potentiële valkuilen die je dient te vermijden.

1. 1-op-1 Coaching programma met onweerstaanbare garantie (prijsindicatie: €2000,-)

Je hebt nu het punt bereikt dat je genoeg verdiend en genoeg klanten hebt.

Je hoeft dus geen kortingen meer te geven. Je kunt zelfs je prijzen iets verhogen, omdat je bewijs hebt dat je aanbod werkt en dat het gewild is.

2. Verlengen met maandelijks coaching & korting

In deze fase gaat het ook gebeuren dat je klanttrajecten succesvol afrondt.

Dat geeft jou de mogelijkheid om een soort coachingsgroep te starten waar alle klanten die het traject afronden lid van kunnen worden voor een vaste prijs (60-70% van de standaardprijs) per maand.

Hierdoor behouden ze de mogelijkheid om jou relevante vragen te stellen en kun je groep coaching aanbieden om resultaten te blijven garanderen.

3. Enorme focus op verkeer via content

Je weet nu dat je aanbod werkt, dus dat betekent dat meer verkeer resulteert in meer klanten, die uiteindelijk ook tevreden zullen zijn.

In deze Versnelling is het dus van belang dat je content blijft posten, zodat je zo veel mogelijk bereik genereert en zo veel mogelijk potentiële klanten bereikt.

Ik raad je aan om te blijven focussen op short en long form content, en ook waardevolle content weggeven moet nog steeds een belangrijk onderdeel zijn.

4. Part time VA recruten

Dit is ook het moment waarop het loont om de eerste persoon aan je team toe te voegen.

VA staat voor virtuele assistent en diegene zal zich bezighouden met ditjes en datjes.

Eigenlijk alle taken die je zelf wel zou kunnen, maar het levert je meer op om met andere dingen bezig te zijn.

Als voorbeeld kun je denken aan:

- Iets aan je website aanpassen
- Je Google Agenda aan Calendly koppelen en instellen

Dus echt simpele taken.

Het is verstandig om iemand te kiezen die je (via via) kent, waarvan je weet dat diegene betrouwbaar en een harde werker is.

Zelf koos ik voor een jonge gast die in het restaurant van mijn ouders werkte. Hij gaf aan dat hij op zoek ging naar een tweede baan, zodat hij meer uren kon werken. Toen heb ik hem gevraagd of hij bij mij wilde komen werken.

Op zulke manieren kun je via via altijd wel iemand vinden. Vind je dit toch lastig? Klop dan gerust bij ons aan, daar helpen wij onze klanten ook mee.

Tot slot: laat diegene zichzelf bij de KvK inschrijven en betaal die persoon tussen de 10 en 20 euro per uur. (Ik raad je aan om iemand van studenten leeftijd te recruten, zodat het voor beiden een win-win blijft. Als je een VA gaat recruten, betaal je al snel 30-50 euro per uur. Dat komt nu nog niet uit. De taken die je uitbesteed zijn voorlopig nog zo simpel, dat diegene makkelijk alles kan uitvoeren).

Bekijk [deze video](#) voor meer informatie over het recruten en managen van een VA.

5. Outreach blijven doen (harde focus).

Ik raad je aan om in deze fase nog steeds te blijven focussen op outreach. Het loont nog steeds.

6. Klant resultaten blijven plaatsen

Zorg ervoor dat je zo veel mogelijk klantresultaten op je socials plaatst.

Dit zal namelijk de voornaamste reden zijn waarom nieuwe klanten zich bij jou melden.

Je kunt dit het beste vragen door... het letterlijk te vragen.

Het zal niet vaak gebeuren dat je klanten uit zichzelf een berichtje naar je sturen.

Zodra ze het traject afronden, kun je ze vragen of ze je een testimonial willen geven.

Dit is wat je in de testimonial vraagt:

- Hoe kwam je bij mij terecht?
- Waar liep je tegenaan en hoe voelde dat?
- Wat hebben we samen gedaan/Waar heb ik je mee geholpen?
- Wat is je situatie nu en hoe voel je je daarbij?
- Hoe heb jij de samenwerking ervaren?

7. Eerste lancering doen als er wat warme leads zijn.

Als je merkt dat je bereik in de afgelopen periode (een maand of 2-3) is gegroeid, dan wordt het tijd om je eerste lancering te doen.

Denk dan aan:

- Een nieuw onderdeel in je huidige programma
- Een goedkopere versie van je huidige programma, waarin mensen kunnen doorstromen naar het volledige programma
- Een duurdere en betere versie van je huidige programma, waardoor je naar Versnelling 3 gaat.

Bekijk [deze video](#) voor meer informatie over lanceringen.

Versnelling 1 en 2 lijken super veel op elkaar. Het enige verschil is dat je in Versnelling 2 een iets consistentere stroom van klanten hebt. Daarnaast zijn je prijzen al iets verhoogd en krijg je parttime hulp van je VA.

Je begint dus al wat succes te ervaren, hierdoor kan er wat hoogmoed ontstaan, waardoor je verkeerde keuzes gaat maken.

Daarom geef ik je op de volgende pagina de meest gemaakte fouten mee.

Meest gemaakte fouten:

- **Meerdere offers toevoegen & focus verliezen**
 - Het is belangrijk om één hoofdprogramma aan te bieden en je daaraan vast te houden. Meer offers toevoegen komt pas in een later stadium als je meer bereik hebt.
- **Een passiever model zoeken**
 - Dit is ook pas voor later. Vooralsnog zal je afhankelijk zijn van je eigen tijd om te kunnen groeien.
- **Nieuwe skills proberen te ontwikkelen in plaats van huidige skills verdiepen**
 - Het is beter als je de focus blijft leggen op de skills die je nodig hebt voor de coaching die je uitvoert, en de skills die je concreet nodig hebt voor het runnen van een succesvolle business. In deze fase zijn die skills nog steeds: mindset, content, copywriting en sales. Meer skills heb je niet nodig.
- **De verkeerde part time VA recruten**
 - Je weet nooit zeker of je meteen de goede hebt. Onthoud wel: zodra je erachter komt dat je huidige niet goed genoeg is, dan moet je op zoek gaan naar een ander.
- **Niet door investeren in de business**
 - Je bent er nog niet. Je moet ervoor openstaan om te groeien als persoon en om constant te blijven leren. Investeer een deel van het geld dat je overhoudt in coachingstrajecten op vlakken waar je hulp bij kunt gebruiken.
- **Motivatatie verlies**
 - Hier is (helaas) maar één oplossing voor: gewoon doorgaan. Zodra je resultaten nog beter worden, ga je merken dat je motivatie ook weer omhoog gaat.

In deze Versnelling zijn er een aantal sleutels tot groei die je in je achterhoofd moet houden om naar de volgende Versnelling door te kunnen groeien.

- Hoger geprijsd aanbod (meer omzet per klant, wat leidt tot betere resultaten per klant)
- Betere content & outreach (om meer bereik te genereren)
- Renewals van klanten (klanttrajecten succesvol afronden en nieuwe klanten toevoegen)

Voor nu, neem ik je graag mee naar Versnelling 3.

Hoofdstuk 3

Versnelling 3: €7k naar €15k per maand

Als je Versnelling 3 bereikt, dan kun je met een gerust hart zeggen dat je een gezonde coaching business hebt.

Je staat nu op het randje van een consistente €100k-120k omzet op jaarbasis. Dit is waarschijnlijk een resultaat waar je ooit over hebt gedroomd.

Het begint nu werkelijkheid te worden.

Dit is ook meteen je grootste valkuil: je inzet kan je niet laten verslappen.

De resultaten die je vandaag met je bedrijf behaalt, komen voort uit de input die je 1-3 maanden geleden hebt geleverd.

Inmiddels heb je bewezen dat je huidige methode en positionering werken. Daarom is het belangrijk om door te gaan. Als je doorgaat, en niet verslapt met je inzet, dan kom je vanzelf in Versnelling 4 terecht.

Dat is de fase die ik benoem als 'relaxed ondernemen.' In Versnelling 3 is alles nog een beetje onzeker.

Als je zeker weet dat je motivatie en inzet stabiel blijven, dan wil ik je graag vertellen over de belangrijke onderdelen van Versnelling 3.

1. 1-op-1 Coaching Programma van +/- €4000,- & eventueel een downsell van €2000,-

De eerste stap in deze Versnelling heeft te maken met je aanbod.

Je gaat wederom je prijzen verhogen. Tegelijkertijd zorg je er ook voor dat de waarde die je levert ook toeneemt.

Het nadeel van deze verhoging is dat het voor een deel van je doelgroep te duur wordt.

Daarom bied je een goedkoper traject (bijvoorbeeld 'do it yourself' met toegang tot videomateriaal i.p.v. 1-op-1 coaching, of 1-op-1 coaching met minder coachingsessies) aan voor deze doelgroep.

Een handige tip: als klanten de downsell kopen, kun je ze na afloop een aanbod doen voor het volledige traject.

2. Freelance Copywriter erbij voor de posts

Dit is het moment waarop het gaat lonen om een derde persoon aan je team toe te voegen.

Een goede copywriter gaat er niet alleen voor zorgen dat je teksten beter presteren, het levert je ook nog eens een aantal extra uren per week op.

Deze uren kun je vervolgens weer besteden aan klantwerk of iets anders.

Bekijk [deze video](#) voor meer informatie over het recruten van een Copywriter.

3. Blijf doorgaan met outreach & content plaatsen

Je hebt nog niet het punt bereikt dat je kunt stoppen met outreach doen.

Daarnaast is het van belang om door te blijven gaan met content plaatsen.

Doordat je agenda vol zit, kun je het gevoel krijgen dat je kunt stoppen met content plaatsen.

Als tip wil ik je meegeven om NOOIT in deze valkuil te trappen. Als je het wel doet, zie ik op termijn vaak dat je geen nieuwe aanvragen meer krijgt zodra je huidige klanten het traject succesvol afronden.

Onthoud wederom: De resultaten die je vandaag met je bedrijf behaalt, komen voort uit de input die je 1-3 maanden geleden hebt geleverd.

4. Investeren in een simpele website & email funnel (door een freelancer)

In Versnelling 1 en 2 is het hebben van een website niet noodzakelijk.

Vanaf deze Versnelling 3 is het nog steeds optioneel. Maar dit is wel de fase waarin het je wat gaat opleveren als je wel een website hebt.

Ten eerste is het een extra bewijsstuk voor potentiële klanten (plaats uiteraard al je reviews en testimonials op je website), maar ook een extra mogelijkheid om via Google gevonden te worden.

Daarnaast zal het lonen om een e-mailfunnel op te zetten, die begint vanaf je website met een weggever.

(Zonder advertenties, dat raad ik pas aan als je in Versnelling 5 zit.)

Als je hier goed in bent, kun je het zelf doen. Als je hier niet zo goed in bent, besteed het dan uit.

5. Doe een lancering na 2 maanden

Door de content die je samen met je copywriter maakt, zal je wederom meer interesse in je aanbod creëren.

Zodra je deze fase bereikt, is het verstandig om na een maand of 2 een lancering te doen. Van bijvoorbeeld een nieuw onderdeel van je traject.

Als je dit goed doet (doe het voorstadium naar de lancering toe samen met je copywriter), zal je waarschijnlijk in Versnelling 4 terechtkomen.

Meest gemaakte fouten

Alhoewel je business al goed draait, heb ik met mijn eigen klanten gemerkt dat er in deze fase nog veel dezelfde fouten worden gemaakt.

Dit zijn dus een aantal dingen waar je rekening mee moet houden:

- **Starten met Masterminds, Groep trajecten bouwen, etc**
 - Blijf je focussen op je huidige coaching traject. Online kom je heel veel tegenover masterminds e.d., maar het gras is niet groener in de tuin van de buurman. Focus je vooralsnog op één ding.
- **Verkeerde copywriter recruten**
 - Als je met een copywriter gaat samenwerken, dan is het beginstadium altijd een testfase. Wees niet bang om naar een andere copywriter op zoek te gaan als het niet bevalt. Hier kun je op letten bij het zoeken naar een copywriter: de teksten van die persoon zelf (zijn ze leuk/goed?), welke resultaten heeft degene voor zijn of haar klanten behaald, met welke klanten heeft diegene samengewerkt, etc.
- **Proberen te starten met appointment setters & sales teams**
 - Dit loont nu nog niet, dit komt pas in Versnelling 5.
- **Overzicht verliezen met klanten die ze moeten helpen**
 - Houd goed in de gaten wat je maximale aantal klanten zijn. Dit zal misschien wat testen zijn, maar let er wel goed op.
- **Denken: maar nu is het wellicht tijd om te genieten...**
 - Je hebt nu inderdaad een succesvolle business (gemiddeld gezien), maar als je inzet nu verslapt, gaan je resultaten in de komende maanden dalen. Het is verstandig om je voorwaartse momentum te gebruiken om zo snel mogelijk naar Versnelling 4 door te groeien. Die fase noem ik de 'relaxte coaching business'.

- **Niet verder investeren in je business**
 - Je bent er nog niet. Wees niet bang om te investeren in coaching/trajecten die bijdragen aan de resultaten van je bedrijf. Denk er uiteraard wel goed over na.
- **Niet consistent mailen naar je lijst**
 - Je hebt letterlijk niks aan een mailinglijst als je er niks naar stuurt. Stuur dus ook regelmatig een mail naar je lijst. Ik raad 1-3 keer per week aan.
- **Willen focussen op een andere stroom van verkeer**
 - Je kunt er natuurlijk voor kiezen om Instagram erbij te pakken, daar is in principe niks mis mee. Maar als je op dit punt bent gekomen door LinkedIn te gebruiken, stop dan niet met content op LinkedIn plaatsen. Ook hier geldt: het gras is niet groener in de tuin van de buurman. Blijf je focussen op wat tot nu toe heeft gewerkt.

Ook in deze Versnelling zijn er een aantal sleutels tot groei. Deze sleutels kun je meenemen om de groei naar de volgende Versnelling makkelijker te maken.

- Hoger geprijsd aanbod
- Betere content & outreach (dit doe je al door samen te werken met een copywriter)
- Meer van die betere content (je kunt nooit te veel waardevolle resources weggeven)
- Case Studies & Reviews plaatsen (dit zal altijd een belangrijke reden zijn waarom potentiële klanten wél voor jou kiezen)
- Blijf content plaatsen, ook als je in deze fase vol zit (qua tijd/planning), zodat je de klanten die hun traject succesvol afronden kunt vervangen. Werk desnoods met een wachtlijst.

Tot slot wil ik nog één tip herhalen, deze is namelijk noodzakelijk om door te stromen naar het volgende niveau.

Blijf dezelfde input als voorheen leveren, qua content, marketing en sales.

Dit is echt superbelangrijk.

Hoofdstuk 4

Versnelling 4: €15k naar €35k per maand (Speciale strategie bij €20k)

Versnelling 4 is uniek.

In Verstelling 3 gaf ik als advies om je inzet wat betreft content en klanten zo hoog mogelijk te houden.

In Versnelling 4 raad ik je aan om terug te schalen zodra je €20k in één maand aantikt. Ik heb het dan over het aantal klanten dat je helpt, content blijf je gewoon consistent plaatsen.

Dit geldt alleen als je door wilt schalen naar Versnelling 5. Als je in Versnelling 4 blijft, dan kan je relaxed blijven ondernemen.

Je hebt dus twee keuzes:

- Keuze 1: Je kiest ervoor om in Versnelling 4 te blijven. Je blijft met een klein team werken en je groei is het gevolg van het vergroten van je bereik.
- Keuze 2: Zodra je richting de €35k in een maand gaat, ga je terugschalen naar €20k per maand. Zodat je tijd over hebt om nieuwe trajecten te maken. Zodra je die hebt gelanceerd ga je meer teamleden aan je team toevoegen. Je gaat je dus steeds minder bezig houden met uitvoerende taken en voornamelijk met delegeren en aansturen. Het voordeel van deze strategie is dat je veel meer gaat verdienen. Het nadeel is: een groter team betekent meer verantwoordelijkheid en meer 'gedoe.' Als je deze keuze volgt, beland je uiteindelijk in Versnelling 5.

Als je de stap naar Versnelling 5 wilt gaan maken, dan ga je je onzeker voelen. Je gaat je omzet terugschalen, terwijl je kosten gelijk blijven.

Je bestaande 1-op-1 klanten maak je af, maar je neemt maar beperkt nieuwe klanten aan.

1. Cursus (€1000+), Group Coaching (€4000+) & 1-op-1 traject (€8.000+) maken

Je hebt veel tijd nodig om deze 3 producten in elkaar te zetten. Als je je huidige klanten niet afschaalt, gaat dit niet lukken.

Deze 3 opties geven jou de mogelijkheid om elke geïnteresseerde klant te kunnen bedienen.

De klanten die op dit moment minder te investeren hebben, kiezen alleen voor de cursus. En de klanten die het meest te investeren hebben, kiezen voor het 1-op-1 traject (maar krijgen ook toegang tot de cursus).

Deze trajecten ga je vervolgens lanceren, waardoor je richting de €35k in een maand gaat. Deze lijn kun je vervolgens doortrekken, waardoor je uiteindelijk in de laatste Versnelling terechtkomt.

2. Na de launch een appointment setter die outreach overneemt

Na de lancering is het verstandig om een appointment setter te recruten die al je outreach en DM-gesprekken overneemt. Dit is alleen nodig als je door wilt groeien naar de €35k+. (Tip: als je denkt dat je Virtuele Assistent hier capabel genoeg voor is, dan kan je hem of haar deze kans geven. Persoonlijk heb ik ervoor gekozen om op zoek te gaan naar een freelancer met ervaring).

Bekijk [deze video](#) over het recruten en [deze video](#) over het managen van een appointment setter.

3. Je copywriter blijft je helpen met content plaatsen

Het is belangrijk dat je tijdens het terugschalen wel content blijft plaatsen, om alsnog je bereik te vergroten.

4. Je blijft samenwerken met je VA

Er zullen altijd taken 'aan de achterkant' tevoorschijn komen die afgehandeld dienen te worden.

5. Werken met promo cycles als giveaways, minicursussen, etc voor leadgeneratie

Dit zijn een aantal ideeën die je kunt toepassen om in deze fase je bereik te vergroten.

- Houd een giveaway voor je cursus, group coaching of 1-op-1 traject op basis van inschrijving. Alle leads die niet winnen, kun je vervolgens weer opvolgen.
- Maak een minicursus die rond de €50,- kost om leads te genereren en warm te maken voor je high ticket trajecten.

6. Partners zoeken voor je cursus

Ga op zoek naar ondernemers/bedrijven met een vergelijkbare doelgroep die een ander product/dienst verkopen.

Vraag om een samenwerking aan te gaan.

Zo kun je afspreken dat jij een aantal video's van jouw cursus aan hun online omgeving toevoegt en zij kunnen hetzelfde voor jouw online omgeving doen.

Op deze manier kunnen jullie beiden meer waarde aan jullie klanten leveren, plus het feit dat je leads naar elkaar doorstuurt.

Meest gemaakte fouten

Deze versnelling gaat gepaard met een aantal meest gemaakte fouten.

Toch is het echt belangrijk dat je deze fouten vermijdt. Daarom wil ik je er bewust van maken.

- **Niet willen terugschalen in omzet**
 - Om door te kunnen groeien is het van belang dat je 'in het nu' een beetje opoffert. Dit hoort erbij en is noodzakelijk.
- **Stoppen met posten tijdens het maken van de cursus**
 - Het is belangrijk dat je bereik wél blijft groeien, ondanks het feit dat je maar een beperkt aantal nieuwe klanten aanneemt, i.v.m. de lancering van je nieuwe trajecten.
- **Een slechte appointment setter recruten (Belangrijk!)**
 - Je kunt nooit 100% zeker zijn van de keuze die je maakt. Wees niet bang om op zoek te gaan naar een ander als de samenwerking niet bevalt.
- **De Appointment Setter geen opportunity geven**
 - Je moet de appointment setter wel de kans geven om resultaten neer te zetten. Dit komt uiteindelijk neer op vertrouwen en hiervoor dien je het een beetje los te laten.
- **Je 1-op-1 traject dezelfde prijs houden**
 - Je kunt hogere prijzen vragen, ook al voelt het op dit moment misschien niet zo. Maar het is echt waar, maak er ook gebruik van. Op dit punt heb je al bewezen dat je methode werkt en dat er interesse is.

Je hebt je eerste trajecten succesvol afgerond en als het goed is ook de eerste klantresultaten binnen.

Je kunt dus beter bewijzen dat het werkt en daarom kun je een hogere prijs gaan vragen.

- **Verwarring in het productaanbod**

- Je hebt nu de cursus, groep coaching, het 1-op-1 traject en eventueel een minicursus. Houdt het hier ook bij, anders ga je verwarring en keuzestress bij je doelgroep creëren.

Als tip raad ik je ook aan om je sales calls zo in te richten dat je achterhaalt welk traject het beste bij die klant past, en doe deze aanbeveling ook tijdens de call. Dit maakt het voor diegene makkelijker om te kiezen.

- **Te veel stress ervaren door hogere kosten**

- Je kosten blijven gelijk of stijgen zelfs, terwijl je terugschaalt in je aantal klanten. Weet dat dit tijdelijk is, dus daar hoeft je je eigenlijk geen zorgen over te maken. Zorg ervoor dat je input in je 3 trajecten maximaal is, zodat de lancering gaat slagen.

Deze fase heeft dezelfde sleutels tot groei als Versnelling 3:

- Hoger geprijsd aanbod
- Betere content & outreach (dit doe je al door samen te werken met een copywriter)
- Meer van die betere content (je kunt nooit te veel waardevolle resources weggeven)
- Case Studies & Reviews plaatsen (dit zal altijd een belangrijke reden zijn waarom potentiële klanten wél voor jou kiezen)
- Blijf content plaatsen (ook tijdens het afschalen)

Als je deze principes uitvoert en de valkuilen ontwijkt, dan kom je uiteindelijk op de linkerbaan van de snelweg terecht:

Vol gas in Versnelling 5 😊.

Voordat ik over Versnelling 5 ga vertellen, wil ik je nog één ding meegeven.

Versnelling 4 is de laatste fase waarin je 'relaxed' kunt ondernemen.

Met relaxt bedoel ik in dit geval: je houdt je kosten laag.

Als jouw doel vrijheid en reizen is, dan is het verstandig om in deze fase te blijven hangen.

Bij Versnelling 5 komt meer omzet en meer winst kijken, maar ook hogere kosten.

Bij hogere kosten neem je natuurlijk ook meer risico, waar extra verantwoordelijkheid bij komt kijken. Dit is iets wat je écht moet willen.

Wees je hiervan bewust voordat je de stap om verder op te schalen neemt.

Hoofdstuk 5

Versnelling 5: €35k naar €100k per maand

Eindelijk. De laatste versnelling. De Versnelling waarmee je een miljoen per jaar aan omzet kan gaan draaien.

Maar om daar te kunnen komen, moet je flink wat stappen in je business maken.

Aan het begin gaat dit heel raar aanvoelen. Als je deze fase oprecht wil bereiken is het noodzakelijk dat je stap voor stap uit de rol van uitvoerder stapt en je je gaat bezighouden met het aansturen van je teamleden.

De belangrijkste stappen in deze fase zijn:

- Meer teamleden toevoegen: appointment setter, sales rep en head coach
- Advertenties gaan inzetten
- Trajecten anders structureren en gaan werken met masterminds, zodat je meer mensen tegelijkertijd kan helpen

Extra teamleden creëren een hoop extra verantwoordelijkheid. Daarom noem ik de vorige fase Versnelling 4 de laatste fase als je relaxed wil blijven ondernemen.

Hoe dan ook heeft je ambitie je hier gebracht. Nu wil je kijken wat er echt mogelijk is.

Bekijk de punten op de volgende pagina waar je rekening mee moet houden.

1. Prijzen van je trajecten verhogen

Inmiddels heb ik dit al een aantal keer uitgelegd. Ook in deze fase kun je ervoor kiezen om je prijzen te verhogen.

2. Sales Rep recruten voor sales calls

Dit is het moment waarop je een 4e persoon aan je team toevoegt. Iemand met ervaring in sales die alle calls gaat overnemen.

Bekijk [deze video](#) voor het recruten en managen van een Sales Rep.

3. Head Coach recruten voor hulp bij klanten

In deze fase kun je ook meteen uitbreiden naar een vijfde teamlid. Dit komt neer op iemand die jou gaat helpen bij het coachen van je klanten. Uiteindelijk gaat deze persoon al het coachingswerk overnemen.

4. Betaalde advertenties aanzetten voor een extra continue stroom van leads

Dit is pas het moment waarop je kunt gaan adverteren, zodat je ook consistent leads vanuit bijvoorbeeld Instagram, Facebook en Google krijgt.

Ik raad je aan om hier een freelancer voor in te huren, zodat je zeker weet dat het goed gebeurt en het jou meer oplevert dan het kost.

5. Marketing & Promo Cycles

Ook in deze Versnelling ga je door met content plaatsen, waardevolle weggevers delen en het houden van promo cycles zoals giveaways.

Met als doel om zo veel mogelijk bereik en leads te genereren.

6. Teamcultuur & Management

Je werkt nu samen met een serieus team, dus dit betekent dat jij ook een andere rol gaat krijgen. Daarom is het slim om wat tijd te besteden aan kennis van teamcultuur en –management opdoen.

7. Operations, operations, operations

Om door te kunnen groeien is het van belang dat jij je steeds meer bezig gaat houden met operationele zaken. Tot nu toe ben je eigenlijk de hoofdcoach van je bedrijf geweest.

Nu is het belangrijk dat je stap voor stap doorgroeit naar de leider van je coaching business zijn. Je focus komt dan meer te liggen op ervoor zorgen dat al je teamleden zich focussen op de juiste taken.

Dus veel delegeren. Dat is eerst even wennen, maar dat hoort erbij.

8. Visie helder houden

Je weet waarom je doet wat je doet en waarom je ermee bent begonnen. VERGEET DIT NIET. Zorg ervoor dat al je teamleden weten en begrijpen waar ze aan bijdragen.

Uiteindelijk willen mensen meer dan alleen maar (zoveel mogelijk) geld verdienen.

Hier kun je gebruik van maken door je visie constant te blijven communiceren. Geef je teamleden het gevoel dat ze écht ergens een waardevolle bijdrage aan leveren.

9. Partners zoeken voor je cursussen

Hetzelfde als de vorige Versnelling: ga op zoek naar ondernemers met dezelfde doelgroep om mee samen te werken.

Meest gemaakte fouten

Vanaf dit punt ga je echt stap voor stap een andere rol in je bedrijf krijgen. Dat is heel leuk, maar ook uitdagend.

Dit zijn de meest gemaakte fouten waar ik je voor wil behoeden:

- **Verkeerde teamleden recruiten**

- Het is lastig om van tevoren te weten hoe goed iemand het gaat doen. Dit weet je nooit 100% zeker. Wees niet bang om afscheid van iemand te nemen als diegene niet goed presteert.

- Tip: Voordat je iemand aanneemt kun je diegene een testopdracht laten doen. Zo kun je achterhalen of er potentie in zit qua skills en of diegene betrouwbaar is.

- **Geen heldere visie hebben en slecht communiceren**

- Je hebt een team, dus het gaat niet alleen meer om jou. Je teamleden kunnen niet in je hoofd kijken, dus het is belangrijk dat je communiceert over doelen en wat er moet gebeuren. Vraag je teamleden ook om input, omdat je gaat merken dat zij in de praktijk vaak goede ideeën opdoen.

- **Denken dat je slecht bezig bent, omdat je tijdelijk minder winst draait**

- Je coaching business groeit nooit met een 100% stijgende lijn. Het gaat gebeuren dat je in april minder omzet/winst dan in maart maakt. Dat hoort erbij. Je kunt natuurlijk kijken waar het mis is gegaan door de geplaatste content te vergelijken. Maar alsnog: de groei is niet altijd constant.

- **Afzwakken & denken dat ze met minder werk meer behalen, omdat ze alsnog een goede maand hebben**

- Deze valkuil is eigenlijk het tegenovergestelde van de vorige. Als je een goede maand hebt, kun je daarna niet afzwakken qua input en inzet. Het is belangrijk dat je dan juist door blijft gaan met het uitvoeren van de acties die goed bleken te werken.

- **Willen switchen naar een Low Subscription Community model, omdat ze denken dat die passiever is**
 - Het klopt dat zo'n model passiever is, maar je resultaten (omzet/winst) zullen lager zijn. Daarnaast ga je meer klanten krijgen, met als gevolg dat er ook klanten bij zitten die minder hun best gaan doen. Deze behalen dan geen tot weinig resultaat, wat niet echt goed is voor je reputatie. Als je (duurdere) 1-op-1 trajecten blijft hanteren, garandeer je voor jezelf dat alle klanten die instappen serieus zijn.
- **Zelf te veel willen blijven doen & geen focus houden op de juiste zaken**
 - Je gaat stap voor stap een andere rol in je bedrijf krijgen. Je moet leren om taken te delegeren, met bijbehorende verantwoordelijkheid, zodat jij je kunt focussen op je business en de groei ervan.

Andere optie

Er is nog een andere optie waar ik je kort over wil inlichten.

Je kunt ervoor kiezen om enkel met high end prijzen te gaan werken. Denk dan aan €15k - €50k trajecten en NIKS DAARONDER.

Dit is iets waar je over na kunt denken. Hier kan ik mijn visie niet op delen, omdat ik hier geen ervaring mee heb en dit niet samen met mijn klanten in hun bedrijf toepas.

(Ik heb wel klanten die €20k trajecten verkopen, maar die verkopen tegelijkertijd ook goedkopere trajecten van bijvoorbeeld €5k).

Ik zou wachten met deze strategie tot je echt veel op je bank hebt staan en je een aantal €15k - €20k trajecten verkocht hebt, omdat je in de eerste periode wat moet kunnen lijden.

Ook in deze fase verandert er niet zo heel veel aan de sleutels tot groei.

- Hoger geprijsd aanbod, waardoor je meer winst gaat maken
- Consistente promo cycles, waardoor je leads blijft genereren
- Werken met leverage:
 - Zorg ervoor dat jouw teamleden jou helpen om jouw doel te bereiken (in de vorm van een win-win).
 - Zorg ervoor dat je slimme investeringen doet. Los in eerste instantie alleen brandende problemen op, ga daarna pas kijken naar dingen die je zou willen leren.
 - Zorg ervoor dat jouw teamleden met dezelfde hoeveelheid gewerkte uren als een normale baan (veel) meer kunnen verdienen.
 - Zorg ervoor dat je blijft focussen op zo veel mogelijk bereik genereren (op social media).

Jouw pad richting €35k - €100k per maand

Dit e-book ging over het opzetten van een gezonde coaching business, in combinatie met de verschillende strategieën die passen bij verschillende groeifases.

Dat is een van de onderdelen waar wij onze klanten bij helpen. Liggend aan het traject gaan we nog een stapje verder: we kijken 1-op-1 met je mee om je trajecten vorm te geven.

Als dit staat, helpen wij onze klanten met het verkopen van jouw aanbod. Dat is het hoofddoel van al onze trajecten.

En dat doen we in eerste instantie met organische marketing op LinkedIn.

Je krijgt toegang tot onze online cursus over een goede contentstrategie voor LinkedIn, waarmee jij je bereik vergroot en waar je af en toe zelfs viraal mee kan gaan.

Ook hebben we modules over content ideeën met concrete voorbeelden, zodat je altijd inspiratie voor posts hebt.

Afhankelijk van het traject waaraan je deelneemt, krijg je toegang tot groep coaching calls of helpen wij je met het bedenken en schrijven van content.

Via [deze link](#) vind je al onze testimonials/case studies/klantinterviews.

Als je denkt dat onze hulp iets voor je is, dan kan je via [deze link](#) een strategiesprek inplannen.

Gewoon om kennis te maken en te achterhalen of we elkaar kunnen helpen. Je zit aan niks vast.

Hoe dan ook hoop ik dat je iets aan de informatie hebt gehad.

Wie weet spreken we elkaar snel zodra je gaat deelnemen aan een traject bij ons.

Groet,

Michel Mousa

Mousa
CONSULTING