



JE DOELKLANT VINDEN – De Rode Loper Methode

1. Leg de rode loper uit voor jouw A klanten en zorg dat het voor beide partijen fun is
2. Blijf weg van klanten die energie vreten
3. Identificeer jouw B en C klanten en ontwikkel hen tot A klanten
4. Word geen allemansvriend (*Don't try to please everyone or you can kiss your ass good-bye*)

De rode loper uitleggen voor A klanten

Ga werken met klanten die je energie geven. Als je met klanten werkt die bij je passen zal jij het beste van jouzelf en je kennis kunnen geven. Met die klanten wil jij jezelf volboeken.

Zie jezelf als jouw klant, ze zijn een expressie en een extensie van jouzelf en jouw bedrijf. Jouw klanten zijn een reflectie van wie jij bent. Kies je klanten net zo zorgvuldig als jij je vrienden kiest.

Om het maximale uit jezelf te halen in de zin van overvloed, plezier en vreugde is het belangrijk dat je optimaal presteert. Dat lukt je alleen met de allerleukste klanten. Mensen die jou inspireren en energie geven. Bedenk je eens alle frustratie, stress en spanning in met klanten die verre van ideaal zijn.

Daarnaast heb je erop te letten dat jouw klanten je kunnen betalen. Werk alleen met goedbetalende klanten! Je gaat het gewoonweg niet redden zonder goedbetalende klanten in een zeer concurrerende markt. Ga dus voor A klanten!

Welke kwaliteiten hebben jouw A klanten? Het zouden deze hieronder kunnen zijn:

- Slim (energiek en snel enthousiast)
- Ze komen steeds terug
- Moedig (ze durven de angst in de ogen te kijken)
- Denken groot (ze willen hun waarde, producten en diensten met heel veel mensen delen)
- Waarde georiënteerd (ze halen waarde uit de relatie met jou en anderen die ze in jouw dienst ontmoeten)
- Houden van samenwerken en willen graag bijdragen
- Snel van reactie (vandaag over gesproken, morgen uitgevoerd)
- Positief in het leven (van nature optimistisch)



Misschien is jouw lijst wel compleet anders. Wellicht gaat het bij jou om het behalen van lange termijn doelen, het aantal projecten dat je met klanten wil doen of vaak ze dat gaan doen. Kan zijn dat voor jou de hoogte van het inkomen belangrijk is – maar meestal is dat een van de vele zaken die van belang zijn.

Verbeeld/Stel je voor hoe jouw bedrijf eruit kan zien als je alleen met je A klanten werkt.

De voordelen om met A klanten te werken kunnen zijn:

- Volop energie om met ze aan de slag te gaan
- Je voelt je geïnspireerd
- Je hebt een diepere connectie met ze
- Je voelt je succesvol en zelfverzekerd
- Je voelt dat je bijdraagt en dat jouw bedrijf ertoe doet
- Jouw magie komt tot leven

OEFENING 1 A

Welk soort leven wil jij voor jezelf creëren? Voor wie wil jij de rode loper in de bedrijf uitleggen?



Welke kwaliteiten hebben jouw A klanten? Benoem de kwaliteiten, waarden, persoonlijke trekken waarvan jij wilt dat jouw A klant die heeft.

- Wat vinden ze het leukste om te doen?
- Met wie willen ze zich associëren?
- Zijn ze goedlachs, extravert, creatief?
- Hoe gaan ze om met lesstof?

Met wie gaan ze om?

Hun kwaliteiten en karaktertrekken

Wat ze leuk vinden om te doen

Welke waarden ze erop na houden

Waar praten ze over



Hoe ze bijdragen aan de maatschappij

OEFENING 1 B

Stap 1: Kijk naar je huidige klantenbestand (als je die hebt)

Vul in deze oefening de namen van klanten in of mensen waar je mee hebt gewerkt waarvan je dacht: zo dat was geweldig om die persoon om mij heen te hebben!

Gebruik daarbij de onderstaande vragen om dit in te vullen:

- Met wie vind je het allerleukst om mee te werken?
- Op wie verheug je je om ze weer te zien?
- Met welke klanten wil je liever niet zo graag werken?
- Bij welke klanten denk je: Jee...ik kan bijna niet geloven dat ik daadwerkelijk betaald word om met deze mensen te werken?

Jouw huidige klanten

Die ik leuk vind:



Ik vind hen leuk omdat (waarom):

Stap 2: Krijg een helder beeld in je hoofd van deze mensen. Schrijf de top 5 redenen op waarom je graag met ze werkt. Wat is er nou zo tof aan hen dat jij hen helemaal te gek vindt?

OEFENING 1 C

Stap 1: Ga nog een stuk dieper. Stel dat jij alleen met je A klanten aan het werk bent, welke kwaliteiten moeten zij absoluut hebben zodat jij het beste met hen kan werken?

Benoem wat jij nodig hebt om succesvol te zijn met deze klanten. Wees eerlijk naar jezelf en wees niet bang mensen uit te sluiten. Doe maar lekker egoïstisch. Denk echt aan jezelf. Stel jezelf voor dat je met de allerleukste mensen werkt. Wees moedig en schrijf het op zonder jezelf met allerlei gedachten tegen te houden.



Wil ik mijn best doen...dan moeten mijn klanten de volgende kwaliteiten hebben:

Als ik op mijn best ben, zie ik de volgende geweldige resultaten:

OEFENING 1 D: Blijf weg van klanten die jou niet liggen

Ga onderstaande oefening invullen. Dit vergt moed. Het gaat niet over blinde moed. Het gaat erom dat als je angst voelt deze klanten uit te sluiten dat je weet dat je dit doet zodat jij en jouw bedrijf sterker wordt. Idee erachter is dat het je jezelf empowert.

Mocht je nog niet veel of geen klanten hebben denk dan aan huidige of ex-collega's, managers, vrienden of dienstverleners die jij eerder hebt ingehuurd.

Stap 1: Om die klanten te identificeren waar je niet mee wilt werken, ga na welke karaktereigenschappen of gedrag jij weigert of niet tolereert. Waar knap jij op af? Welke mensen mogen jouw rode loper niet op? De rode loper beschermt jouw bedrijf tegen dit soort klanten.

Karakteristieken of gedrag die jij weigert te tolereren zijn:

Stap 2: Kijk nog eens heel erg goed naar je huidige klanten. Wees heel eerlijk tegen jezelf. Wie van deze klanten zou de rode loper van je bedrijf eigenlijk niet op mogen?

OEFENING 1 E: Ideale klanten, de energieuizers en alle anderen

Stap 1: Verdeel je klanten in Energiezuigers, B/C klanten en ideale klanten. Houd jezelf niet in!

[illegible]

Wellicht zie je in dat de energiezuigers en B/C klanten altijd in transformatie zijn. Waarom? Terwijl jij met de energiezuigers aan het werk was, kwam jij wellicht niet tot je recht. Misschien had het ook impact op je andere klanten of jouw houding was niet top bij andere klanten ook al waren dat wel ideale klanten. Het beïnvloedde elkaar.

De nieuwe energie en de meer positieve instelling die jij bij jezelf zal brengen als je eenmaal klaar bent met de energieuigers voelt dit wellicht als een verjonging van jezelf en de relatie met sommige van je B/C klanten die op termijn je ideale klanten kunnen worden.



Stap 2: Focus even op de B/C klanten.

- Welke B/C klanten horen eigenlijk op de energieuigerslijst? Zet een pijl bij hun naam en verwijst naar de energieuigerslijst in het schema hierboven.
- Welke van de B/C klanten zouden op de lijst van ideale klanten kunnen staan? Omcirkel ze en maak een pijl naar de ideale klanten lijst.

De oude man, de jongen en de ezel

"Een oude man, een jongen en een ezel gingen naar de stad. De jongen zat op de ezel en de oude man wandelde naast hen. Tijdens de reis passeerden zij enige mensen die opmerkingen maakten dat het toch schandalig was dat de jongeman met zijn jonge benen op de ezel zat, en de oude man er maar naast moest lopen. De oude man en de jongen spraken erover en dachten dat de kritiek misschien ook wel terecht was en ruilden van positie.

Een tijdje later kwamen zij andere reizigers tegen die riepen dat het toch geen pas gaf dat de oude man de jongen liet lopen en zich zelf liet dragen door de ezel. Daarna besloten zij dan maar beiden te gaan lopen.

Nog later werden zij door weer anderen uitgelachen omdat zij toch best samen op de ezel zouden kunnen zitten. Waarom zou je anders een ezel mee nemen op je reis. En zo besloten zij samen zittend op rug van de ezel verder te reizen.

Weer later spraken de medereizigers er schande van dat zij het arme beestje zo veel gewicht lieten dragen. Ten einde raad besloten de oude man en de jongen de ezel dan maar zelf te dragen. Toen ze over de brug liepen verloren ze hun grip op het arme dier. Deze viel in de rivier en verdronk."

De moraal: niet IEDEREEN is jouw klant. Luister naar waar jij energie van krijgt. Volg jouw hart en hersens. (*Don't try to please everyone or you can kiss your ass good-bye*)

Nog vragen over het vinden van A klanten? Stel ze mij gerust in de Network Of Purpose community. Ga naar: <http://bit.ly/purposehacking>

Of plan je afspraak direct in mijn agenda via:

www.networkofpurpose.nl/groei