

Kleuren

Kleurgebruik is belangrijk. Blauw is zakelijk, rood is een alarmkleur, maar ook vurig en geeft mensen honger! Geel staat o.a. voor hoop. Dit doen kleuren met mensen.



WMZ-woorden

De waarde-motivatie-zingevoingswoorden laten zien wat iemand belangrijk vindt in het leven. Stem jouw marketing af op de wmz-woorden van je klant. Dit heb je nodig.



Verhaal

Een goed opgebouwd verhaal laat hormonen vrijkomen. Hierdoor voelt iemand een connectie met jou of je bedrijf.

Hoe bouw je een goed verhaal op? Zo!



Koppen

Lange teksten lezen we liever niet. Hoe interessant ze ook zijn. Gebruik tussenkopjes in blogs en op je site. Ook witregels, niet te lange zinnen en blokken helpen enorm! Zo laat je mensen langer lezen.



Contrast

Voor - en na foto's. Hoe ziet een even eruit voordat ze klant worden en hoe ziet het leven eruit nadat ze klant zijn bij jou. Wat levert het concreet? Laat dat in beeld zien.

Thresholding

Als je naar links loopt en er zijn genoeg mensen die je voorbij gaan naar rechts, ga je vanzelf mee. Ook al weet je niet wat er links aan de hand is! Laat zien hoeveel mensen al met jou in zee gingen. Als de drempelwaarde bereikt is wordt het steeds makkelijker.

Autoriteit

Wat heb je al bereikt? Welke studies heb je gedaan? Hoe kun je laten zien dat je een autoriteit bent of goed bent in je werk? Maak gebruik van tellers, afbeeldingen, sterren, certificaten, etc. om je expertstatus te tonen.

Keuzes

Teveel keuzes laat mensen afhaken. Teveel keuzes op je website > chaos in het hoofd > bounce! Weet zelf wat je wil dat iemand doet op je pagina. En focus alleen op die actie.

Duidelijkheid

Mensen willen weten waar ze aan toe zijn. Wat gebeurt er als ik mijn e-mailadres achterlaat? Hoe gaat het verder als ik iets bestel. Leg alles uit, stap voor stap. Zo stel je iemand vooraf al gerust.

Strategie

Ieder onderdeel van je strategie moet op elkaar afgestemd zijn. Zo komen de wmz-woorden van A tot Z terug. In je socials, je blogs, je advertenties etc. Nog geen 'strategiehuis'? Bekijk hier waarom je dat wel zou moeten hebben.



Nudging

Een nudge geef je als duwtje in de goede richting, maar er is ook altijd een andere keuze. Stickers op een trap die ervoor zorgen dat mensen de lift links laten liggen bijvoorbeeld. Bekijk hier voorbeelden van nudges.



Decoy

Een decoy aanbod zorgt ervoor dat je jouw voorkeursaanbod makkelijker verkoopt. Bekijk dit filmpje maar eens, het aanbod blijft hetzelfde, de verkoop niet!

