



Checklist

PROMOTIE

CHECKLIST Promotie

JOUW NAAM

Controleer of de naam van je online programma geen handelsmerk, bedrijfsnaam of product is in jouw vakgebied.

UNIEKE HASHTAG

Maak een unieke hashtag (#) voor Instagram voor je online programma, zodat jij en je deelnemers deze hashtag kunnen gebruiken.

TWEE DATUMS PRIKKEN

Kies twee data's wanneer je programma 'open' gaat voor verkopen en wanneer je programma start.

BRANDING VOOR JE PROGRAMMA

Zorg dat je consequent je branding/huisstijl doorvoert in je online programma voor alle visuals op social media, in je academie, werkboeken, intro's voor een lesvideo etc.

BRANDING VOOR JE PROGRAMMA

Zorg dat je consequent je branding/huisstijl doorvoert in je online programma voor alle visuals op social media, in je academie, werkboeken, intro's voor een lesvideo etc.

GRATIS CONTENT VOOR MEER E-MAILS

Schrijf blogs, podcast, video's op YouTube met als doel om meer e-mailadressen te krijgen. Promoot je gratis weggever.

WEBSITE NAVIGATIE

Maak een extra menu-item in je navigatiebalk op je website met een link naar je online programma (salespage) maar eventueel een extra balk (top notification bar) bovenin je website met een link naar je online programma)

CHECKLIST Promotie

E-MAIL HANDTEKENING

Promoot je online programma ook in je e-mail handtekening.

ZAKELIJKE FACEBOOK PAGINA

Schrijf een uitgebreid bericht voor op je zakelijke Facebook pagina met een link naar je online programma en zet dit bericht vast in je Facebook pagina.

NIEUWSBRIEF

Bedenk een earlybird actie met eventueel een korting of extra bonus voor vroegboek deelnemers. Verstuur dit naar je nieuwsbrief.

GEEF JE EERSTE LES WEG

Geef je eerste les van je online programma weg als preview. Eventueel kan je potentiële deelnemers toegang geven tot je online academie zodat ze alvast rond kunnen kijken en alleen toegang hebben tot les 1 (beperkt aantal dagen).

E-MAILS

Maak een e-mailserie als nieuwe deelnemers hebben ingeschreven voor jouw online programma. Welke mails krijgen ze dan van jou? Voordat je programma start.

COMMUNITY

Maak een gratis besloten Facebook groep aan voor je online programma voor je deelnemers.

PERSOONLIJK MAILEN

Maak een lijst van 20 potentiële klanten voor je online programma. Personen die je al kent (bijv. bestaande klanten of mensen uit je netwerk). Stuur ze een persoonlijke mail met een uitnodiging naar je online programma.

CHECKLIST Promotie

BONUSSEN

Zorg dat je altijd een aantal bonussen maakt voor je online programma. Eén of twee vaste bonussen die iedereen krijgt en één of twee tijdelijke bonussen (niet altijd geldig).

TESTEN

Nodig een aantal bestaande klanten of collega's uit om je programma te testen. Vraag na afloop of ze een testimonial willen schrijven.

SOCIAL MEDIA

Plan social media berichten in en maak berichten waarin je aftelt voor je online programma.

AFFILIATES

Maak bijvoorbeeld specifieke kortingscode voor je online programma. Als iemand via de kortingscode inschrijft dan krijgt jouw samenwerkingspartner een percentage.

ADVERTEREN

Maak een advertentie op Facebook & Instagram met je gratis weggever en online programma.

CHECKLIST Promotie

UITNODIGING

Verstuur een uitnodiging naar je e-maillijst

INSTAGRAM BIO

Plaats een link van je registratiepagina in je Instagram bio (je kunt eventueel gebruik maken van Linktree (als je meerdere links in je bio wil) + een duidelijk call-to-action in je bio met een uitnodiging naar je webinar.

FACEBOOK PAGINA

Plaats een bericht op Facebook over je webinar en zet hem vast in je Facebook pagina bovenin

FACEBOOKGROEPEN

Promoot je webinar in Facebookgroepen. Reageer op vragen in een besloten Facebook met bijvoorbeeld: "Binnenkort organiseer een webinar over dit onderwerp.. laat maar weten als je een privé bericht moet sturen met een link".

GASTBLOGS

Schrijf een gastblog bij verschillende experts en collega's op jouw vakgebied. Met als call-to-action een uitnodiging naar je gratis webinar.

FACEBOOK ADVERTENTIE

Start ongeveer 1,5 week voordat je webinar start met adverteren op Facebook en/of Instagram.

LAATSTE REMINDER

Verstuur een laatste reminder naar je nieuwsbrief (1 dag of een aantal uur voordat de webinar start). Ga bijvoorbeeld een half uur voor je webinar live via Facebook/Instagram en maak nog een Instastory dat er helemaal klaar voor bent.

CHECKLIST Promotie

GESCHREVEN SCRIPT

Zorg dat je een geschreven script voor je hebt liggen, zodat je daar vervolgens af en toe op kan spieken.

INTERACTIE IN JE WEBINAR

Houd je publiek betrokken door regelmatig vragen te stellen. Zorg voor interactie. Vraag in het begin of ze je goed kunnen horen (ja/nee in de chat zetten). Vraag wat hun intentie is voor de webinar.

VOORBEELD CASES

Gebruik ook testimonials en voorbeeldcases in je webinar met harde cijfers en resultaten van je klanten

BEGIN DIRECT AL MET PROMOTIE

Begin in het begin van je presentatie al met een aankondiging dat je aan het eind van dit webinar een hele speciale actie hebt voor je online programma.

ANDERE NAAM

Geef geen 'webinar', maar een 'masterclass', 'online event' of 'live training'

TOT HET EINDE BLIJVEN

Geef een reden om tot het einde te blijven (stimuleer bijv. om aantekeningen te maken en te e-mailen voor een winactie, bijvoorbeeld een 1-1 sessie brainstorm, etc.)

GEEF VEEL WAARDE

Geef jouw beste info gratis weg. Gedachtegang: je gaat alleen kopers krijgen als mensen denken: als de gratis info al zo goed is, stel je dan eens voor hoe goed het betaalde gaat zijn!

CHECKLIST Promotie

TIJDELIJK AANBOD

Doe een aanbod met een tijdslimiet/bonus.

CONVERSIERATIO

Wees je van tevoren bewust dat het heel normaal is dat niet iedereen 'JA' zegt tegen je aanbod. Gemiddeld ligt het conversieratio (dus mensen die kopen tijdens een webinar) tussen de 3-5%.

ENTHOUSIASME

Vertel vanuit enthousiasme over jouw product. Focus daarbij op wat het voor diegene doet (voordelen/resultaat) - dan kort hoe het werkt - dan wat je graag wilt dat diegene doet voor wie het interessant is (dus hoe je het kunt kopen)

VEELGESTELDE VRAGEN

Beantwoord aan het einde eerst de vragen die betrekking hebben op jouw aanbod, zo houd je de koopstemming erin

FOLLOW-UP MAIL

Follow up e-mail voor mensen die niet kopen en eventueel een mail versturen met de opname van de webinar.