

GRATIS LEESDOCUMENT · NMI

Hoe een aanvraag *echt* ontstaat

De weg die een klant aflegt vóór hij jou
contacteert. En waar jij die weg
makkelijker maakt.

Naomi, founder NMI Leestijd 7 minuten



HET MOMENT

Iemand zit op een warme avond op het terras en typt "airco installateur" in op zijn gsm. Iemand anders sleept al drie maanden een probleem met zijn boekhouding mee en zoekt uiteindelijk "boekhouder voor zelfstandigen". Een derde krijgt van een buur de naam van een schrijnwerker en zoekt de website op om te zien of het klopt.

Drie tempo's. Eén mechaniek.

Voor iemand jou belt of mailt, heeft hij een weg afgelegd die jij niet ziet. Dit document gaat over die weg.



WAT EEN KLANT DOET VÓÓR HIJ BELT

Even eerlijk: *de meeste stappen zie je niet.*

Je advertentieaccount toont een klik. Je website toont een bezoek. Daartussen en daarna gebeurt het echte werk. Hij vergelijkt drie websites in twee minuten. Hij kijkt of je in zijn regio werkt. Hij zoekt reviews. Hij twijfelt of je te groot of te klein bent voor zijn vraag. Hij stuurt de link door naar zijn partner of een collega. En dan laat hij het liggen. Een dag, een week. Dan komt hij terug. Of niet.

Wat ik hier zie: de meeste bedrijven meten de klik en de aanvraag, en zijn blind voor alles ertussen. Terwijl daar beslist wordt.



DE WEG IN ZES STAPPEN

Zes stukken. *Eén weg.*

Ik knip die weg in zes stukken. Niet omdat klanten in stappen denken, maar omdat jij zo per stuk kunt kijken waar het goed loopt en waar niet.



01

Gevonden worden

Iemand moet je tegenkomen op het moment dat hij zoekt. Via Google, via een advertentie, via een aanbeveling die hij nakijkt. Dit is de stap waar het meeste budget naartoe gaat. Het is ook de enige stap die je kunt kopen.

02

Meteen begrijpen wat je doet

Binnen enkele seconden moet duidelijk zijn wat je doet, voor wie en waar. "Interieur volledig in één hand" klinkt goed. Maar wie een structuurplafond zoekt, weet niet of hij bij jou moet zijn. Netjes. Maar breed.

03

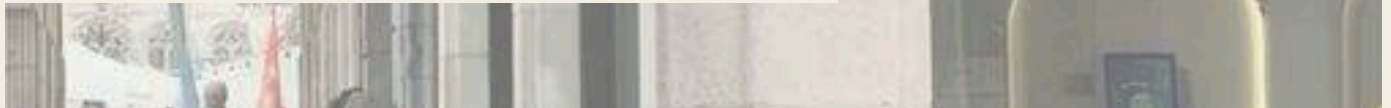
Vertrouwen

Voor een klant beslist, zoekt hij bewijs. Foto's van echt werk. Reviews. Een gezicht. Een antwoord op "wat kost dat ongeveer". Hoe groter de beslissing, hoe meer bewijs hij nodig heeft. Een HR-partner kies je niet op een terras tussen twee pintjes. Een airco misschien wel.

04

Makkelijk contact

Formulier, telefoon, WhatsApp. Welk kanaal maakt minder uit dan dat het er is op het moment dat hij klaar is, en dat het werkt op een gsm.



05

Snel opvolgen

Wie vrijdagavond een aanvraag stuurt en dinsdag antwoord krijgt, heeft ondertussen twee anderen gecontacteerd. Waarschijnlijk zaterdagochtend al, bij de koffie. Snelheid is geen luxe. Het is een deel van de beslissing.



06

Wat er na de aanvraag gebeurt

De offerte. De herinnering. De opvolging bij "ik kom er nog op terug". Hier wordt automation zinvol. Niet om jou te vervangen, maar om niets te laten liggen zonder dat jij elke avond je mailbox moet doorspitten.



Advertising	Je website	Automation
helpt vooral in stap 1	draagt stap 2, 3 en 4	draagt stap 5 en 6

Daarom werkt meer budget in stap 1 zelden als 2 tot 5 niet klaar zijn: je koopt dan meer mensen die op dezelfde plek afhaken.

DIT ZIEN WE VAAK

Bijna altijd zit het probleem *niet* waar het budget naartoe gaat.

- 02 De website oogt sterk, maar zegt niet voor wie.
- 03 Het bewijs is er wel, maar staat verstopt op een aparte pagina.
- 04 Het telefoonnummer staat in de footer en het formulier vraagt acht velden. Geboortedatum inbegrepen.
- 05 Aanvragen komen binnen in een mailbox die op vrijdag niemand leest.
- 06 Na de offerte gebeurt er niets meer.

WAT HET DOET ALS HET WEL KLOPT

Een airco-installateur *uit regio Haacht*

kreeg in juli twintig contactaanvragen via Google Ads met €313 advertentiebudget.

20 aanvragen · €313 budget · €15,67 per aanvraag

Het advertentieaccount vertelt mij alleen niet hoeveel daarvan uiteindelijk klant werden. Daarom noem ik het aanvragen, geen klanten.

Wat dit wel bewijst: stap 2 tot 4 stonden klaar vóór er geadverteerd werd. Dan hoeft stap 1 niet duur te zijn.

Als je agenda vol zit vanuit je netwerk en je wilt niet groeien: laat dit liggen. Als je nog niet weet wat je precies wilt verkopen, en aan wie: eerst dat. Een klantreis bouwen rond een aanbod dat nog beweegt, is werk dat je opnieuw doet.

ZELF KIJKEN

Wil je weten waar het *bij jou* vastloopt?

De Website Lead Check loopt door stap 2 tot 5 in vijftien vragen. Gratis en online. Je ziet waar ik als eerste verder zou kijken.

[Doe de Website Lead Check](#)

newmarketingideas.business/website-lead-check

Liever meteen praten?

[Bespreek je project](#)

newmarketingideas.business/contact

30 minuten. Je spreekt rechtstreeks met Naomi.