

# HEAVENLY MARKETING MASTERCLASS

---



# WELKOM!

---

- Voorstellen
- Mijn verhaal
- De Marketing van Jezus
- De vijf marketing componenten
- Q&A

# Voorstellen

---

- Wie ben je?
- Welk probleem los je op?
- Wat doe je nu aan marketing?

# MIJN VERHAAL



# Dirk Develing

---

- Bouwjaar 1974
- Gelukkig getrouwd + 3 dochters
- Leiden een netwerk van kerken
- HBO Digitale Communicatie
- 3 bedrijven gestart
- Oprichter Raket



# Mijn verhaal

---

- Tot 2017 websites/shops/applicaties
- Vanaf 2018 alleen maar online marketing
- Ik moest marketing eerst zelf leren
- Ondertussen ruim 140 klanten geholpen

# HELL'S MARKETING OF HEAVENLY MARKETING?



# HELL'S MARKETING

---

- Het gaat om jou!
- Lucht verkopen
- Manipulatie
- Hypen
- Fake schaarste, fake reviews)



God heeft je iets gegeven!  
Niet alleen voor jezelf.  
Je kan iets wat anderen niet kunnen!  
Dat moet je aan de markt brengen.

**Marketing is GEEN Manipulatie**

Marketing is het aan de markt brengen van je  
oplossing/product

# HEAVENLY MARKETING

---

## NIVEAU #1

- Echte waarde geven (iemand vooruit helpen).
- Liefde voor de persoon (respectvol).
- Eerlijkheid/integriteit.
  - Niet verkopen, wanneer je niet kan helpen
  - Laten zien wat de impact is
- Goede prijs (arbeider is zijn loon waard)
- Geven

# HEAVENLY MARKETING

---

## NIVEAU #2

- Bidden voor je potentiële klanten
- Creativiteit van God ontvangen
- Van God marketing strategie ontvangen

# DE MARKETING VAN JEZUS



# De marketing van Jezus

---

- Was Jezus goed in marketing?
- Jezus had meerdere cirkels
  - > *De menigte, de zeventig, de twaalf en de drie.*
- Gelijkenissen voor de menigte.
- Jezus deed 100 procent pull marketing.
- Harde woorden > filter.

# De Pro5 Methode





# #1 - PROFIEL



# PROFIEL

---

**Doel** - Marktleider worden + de beste klanten

Niche ontwikkelen

Waarom?

Niche = Doelgroep + specs + probleem + resultaat

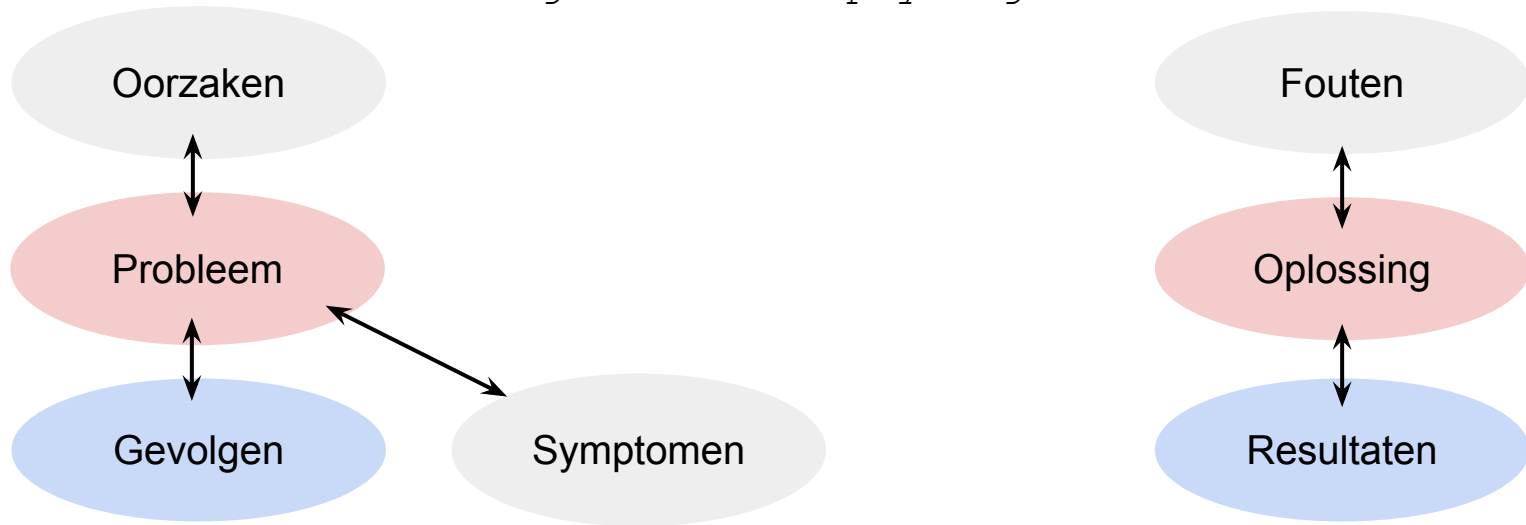
De tuinman en de nachtschilder

# PROFIEL MAKEN

---

“Het hoofd van je klant ontleden.” Avatar? Persona?

*Demografisch vs psychografisch*



Let op: Altijd valideren!

# #2 - PROPOSITIE



# PROPOSITIE

---

**Doel > Unieke verpakking ontwikkelen**

Een expertise is niet zichtbaar!

Productivicatie

Resultaat gericht <> Procesgericht

# PRIJS BEPALEN

---

Prijs bepalen op basis van:

- Inkoop?
- Aantal?
- Concurrentie?
- Resultaat?

Waargenomen waarde verhogen

*Iphone vs Samsung*

Altijd valideren!



**Tesla model S (2021) voor € 5250,- euro**

# DE BRUG

---

**A**

Pijnen  
Problemen



**B**

Resultaten  
Toekomst



# #3 - PROJECTIE



# PROJECTIE

---

**Doel** > Klanten aantrekken met content (inhoud)

Content bouwt autoriteit!

Push of Pull marketing

De weggever (long form)

Geef echt waarde!

10% weggeven

# WAT JE NIET MOET DOEN:

---

- Wervende teksten
- Over jezelf praten
- Vertellen wat je doet
- Pushen

# WAT JE WEL MOET DOEN:

---

- Relevantie  
(boodschap, doelgroep, tijd)
- Resultaat gericht
- Schrijf zoals je praat
- Pull: Nieuwsgierig maken

# #4 - PROCES



# PROCES

---

**Doel > Relatie en vertrouwen bouwen**

Meer marketing = minder sales

Waarom meerdere stappen?

Rule of seven

Ping pong messaging

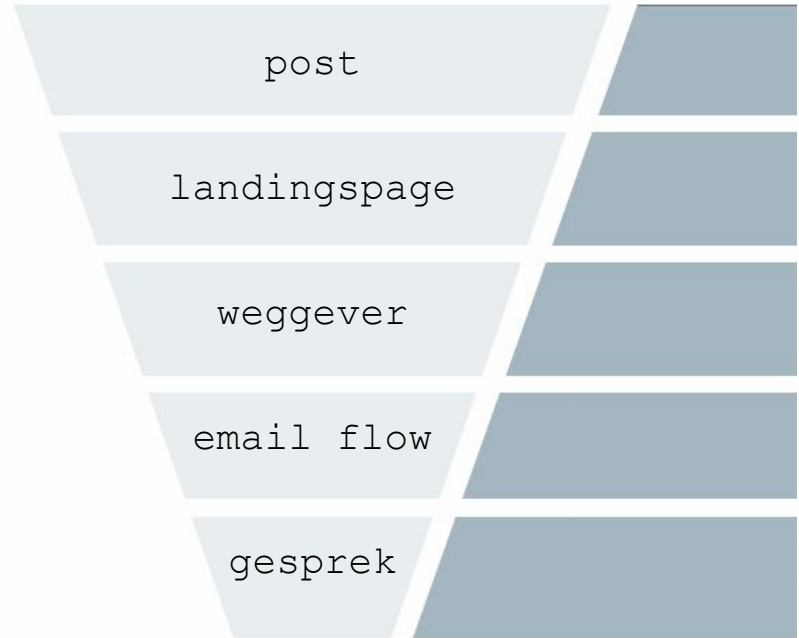
# MARKETING SYSTEEM

---

Voorbeeld funnel

Andere voorbeelden:

Short videos, blog, webinars, paper,  
podcast, training, boek, case study,  
strategiesessie etc.



# TEMPERATUUR VAN JE LEADS

---

Koud > niet bewust van probleem

Lauw > zoekt inzicht

Warm > zoekt hulp

-

Micro-commitments



# #5 - PROMOTIE



# PROMOTIE

---

**Doel** > Meer mensen bereiken

Expertise + promotie = groei!

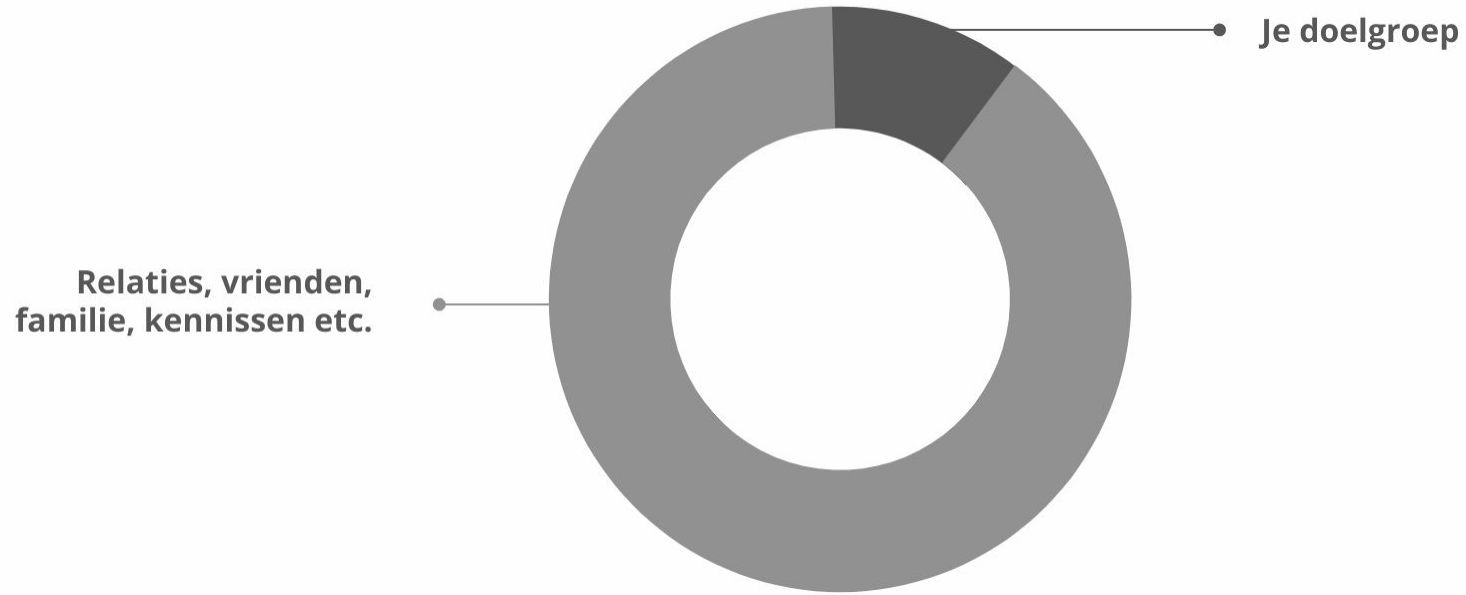
Anti verkopen

Betaald <> organisch

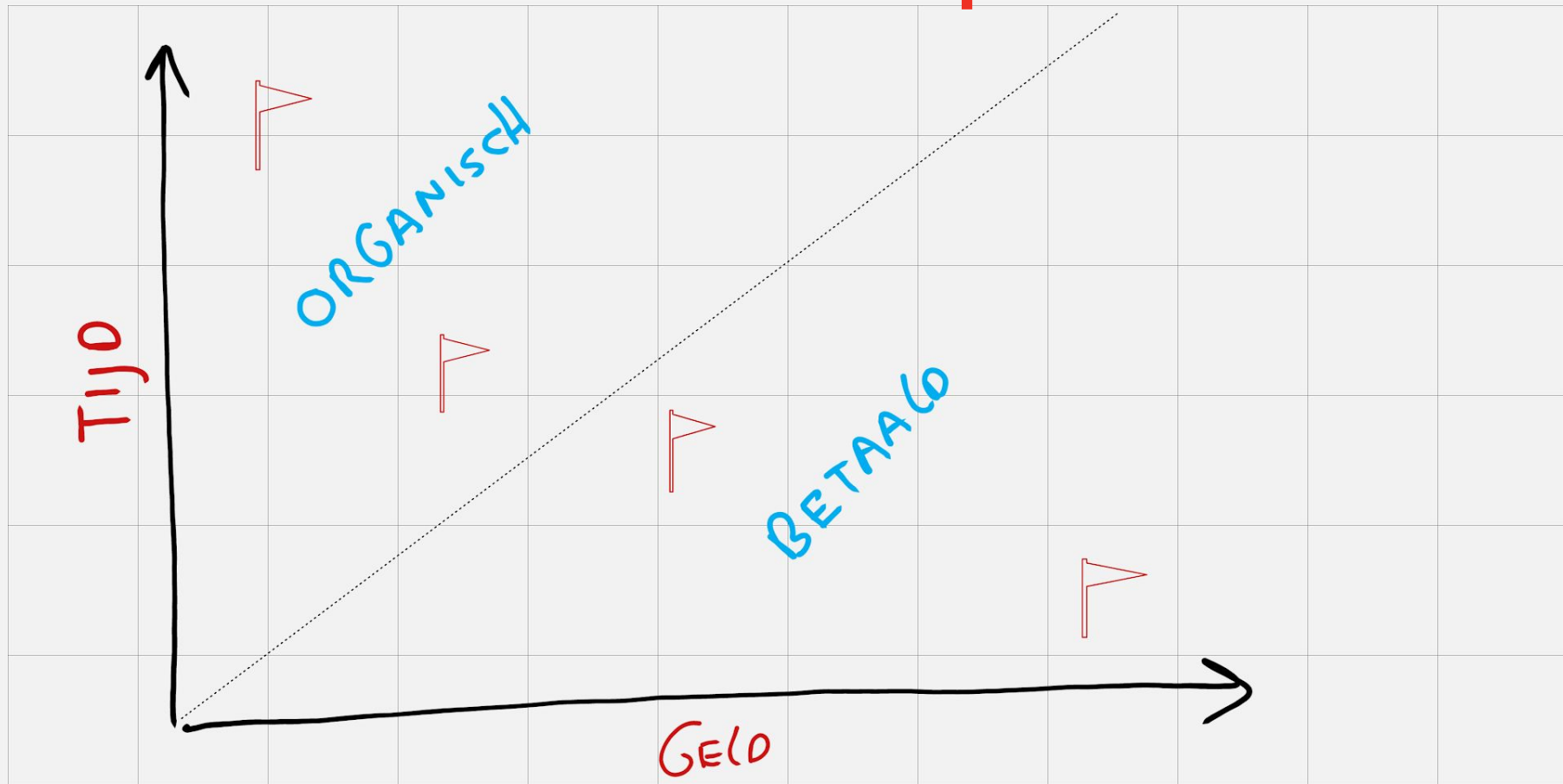
Expertise: Promoot je content!

# PROMOTIE

---



# Welke LinkedIn aanpak?



# WAT IS EEN GOEDE ADVERTENTIE/POST?

---

- Gaat over de klant
- Lijkt niet op een advertentie!
- Is onderscheidend
- Juiste verwachting

# ADVERTENTIE/POST STRUCTUUR

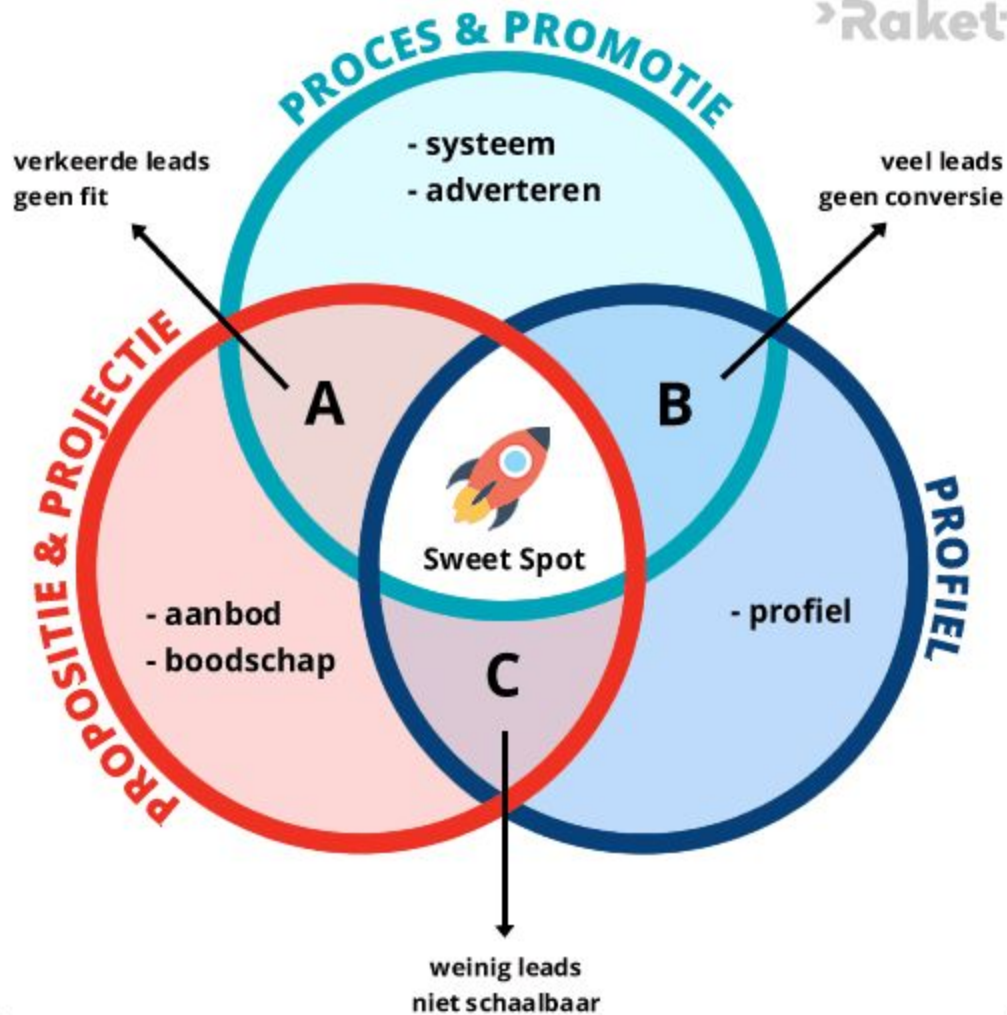
---

1. Doelgroep aanspreken (symptomen)
2. Confrontatie (spiegel 1)
3. Consequenties (spiegel 2)
4. Wat moeten ze doen?
5. Call to action

# DIT IS BELANGRIJK!

---

- Altijd meerdere testen uitvoeren
- Praat (haast) nooit over jezelf, je bedrijf, je dienst





**Q&A**

