



Anne Raaymakers

KLANTEN KRIJGEN 🔍

KLANTEN HOUDEN



Klantenpsychologie voor
ondernemers die hun klanten echt
willen begrijpen en helpen

isbn: 9789083441115

bisac: bus043020, bus090010, com60140

nur: 802

Trefw.: marketing, social media, klanten, ondernemers,
fans, naamsbekendheid, Anne Raaymakers

Omslagontwerp: Studio Leut

Vormgeving binnenwerk: Studio Leut, Bureau Eer

1e druk, juni 2024

© Copyright 2024 Anne Raaymakers

Alle rechten voorbehouden. Niets van deze publicatie mag worden gereproduceerd, gedistribueerd of overgedragen in enige vorm of op enige wijze, inclusief fotokopiëren, opnemen, of andere methoden, zonder de voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur, behalve in het geval van korte citaten in kritische recensies en bepaalde andere niet-commerciële toepassingen toegestaan door het auteursrecht. Voor toestemmingaanvragen kun je je wenden tot de auteur.

Anne Raaymakers

Klanten krijgen, klanten houden

Klantenpsychologie voor ondernemers die hun
klanten echt willen begrijpen en helpen

Leuk boek om ideeën op te doen voor het overtuigen van je klanten. Geschreven door een van de bekendste namen in de Nederlandse online marketing. Lezen!

Aartjan van Erkel - Marketing-entertainer & drievoudig bestseller-auteur

Anne heeft de gave om ingewikkelde materie op een simpele en toegankelijke manier uit te leggen. Met praktische voorbeelden. Aanrader!
Maartje Blijven - oprichter van We Love Communities en digital marketingcommunicatieadviseur

Ik ken Anne al vele jaren, zij heeft mij ooit geleerd hoe ik klanten krijg. Door haar eerste boek "Vind ik leuk", leerde ik de kracht van marketing via Facebook kennen. Door alle inzichten uit dat boek groeide mijn bedrijf lkstopwel.nl als kool. Dit boek is ook weer een pareltje. Anne vertelt in korte, krachtige hoofdstukken met duidelijke voorbeelden, wat ik na jarenlange zwoegen en zweten zelf ook aan kennis heb opgebouwd. Had Anne dit boek maar veel eerder geschreven. Dan had ik niet zoveel moeite hoeven doen. De Ninja tips in het boek zijn werkelijk onbetaalbaar.
Marcel Borst - Stoppen met roken specialist | lkstopwel.nl

"De Ninja tips in het boek zijn werkelijk onbetaalbaar."

Anne is zo authentiek in wat ze je vertelt. Ze is helemaal selfmade en ze heeft haar oprechtheid bewaard. Wat ze je vertelt in dit boek komt voort uit haar enorme ervaring en kennis.

Elodie van Sytzema - Coach door het glazen plafond

Het boek leest heerlijk weg; je kunt niet wachten om de strategieën en tips in de praktijk te brengen en te verfijnen. De waardevolle inzichten, praktische ideeën en voortdurende inspiratie maken 'Klanten Krijgen, Klanten Houden' tot een complete handleiding voor iedereen die zijn klantenbestand wil laten groeien en behouden.

Ted Daamen - Videomarketeer

Anne beschrijft exact de punten waar vaak niet aan gedacht wordt. De voorbeelden maken het inzichtelijk en zelfs bijna tastbaar, waardoor elke ondernemer altijd wel ergens een idee kan opdoen dat voor hem of haar direct toepasbaar is. Dat werkt heel inspirerend en bewijst maar weer eens, dat je altijd van anderen kunt blijven leren.

Claus van Mierlo - Spaanse Woning

Marketing was vroeger voor mij een heel vies woord, dure advertenties die geen zoden aan de dijk zetten. Totdat ik van Anne geleerd heb dat marketing ook LEUK kan zijn. Dat ik mijzelf mag zijn, dat het persoonlijk moet zijn, niet teveel reclame, zaaien en dan oogsten. Inmiddels zijn wij een 4 jaar verder en zitten we inderdaad vol, heb ik fantastische recensies en geweldige gasten waar wij een enorme klik mee hebben. Het pand inmiddels gekocht en veel investeringen kunnen doen. Ik raad iedereen aan om zeker weten het boek te kopen.

Donna Cleven van Beek - Restaurant Canadian Corner

Veel ondernemers raken snel de weg kwijt als het om marketing of sociale media gaat. Waar Anne juist uniek briljant in is, is in het vinden en vereenvoudigen van die marketingroutes. Ook in dit boek maakt ze dat waar. Je krijgt echt zin om ermee aan de slag te gaan. Bij Anne ben je absoluut aan het juiste adres om je eigen succes-pad te vinden.

Lianne Ebbinkhuijsen - Easy Influence

Klanten krijgen, krijgen houden laat zien hoe we als mensen beslissingen nemen die leidt tot een actie, zoals een koop, die een probleem oplost of het leven leuker maakt. Dat proces gebeurt in ons brein. Met de praktische tips uit dit boek leer je hoe je jouw doelgroep tot de gewenste actie aan kunt zetten.

Raymond Gruijs - Arbeid- en organisatie deskundige en Management Consultant

Dit boek slaat de spijker op zijn kop. Terwijl je het leest als ondernemer ervaar je zelf wat het met je doet als consument. Spot on! Het raakt alle snaren.

Sandra van Rijswijk - Games for Health

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord van Anne	8
Inleiding	10
1. Urgentie	16
2. Schaarste	20
3. Autoriteit	24
4. Sociale bewijskracht	28
5. Nieuwsgierigheid	32
6. Gemeenschapsgevoel	36
7. Emotie	40
8. Wederkerigheid	44
9. Consistentie	48
10. Sympathie	52
11. Betrokkenheid	56
12. Rijmen en alliteratie	60
13. Twijfel je nog?	64
14. Chique taal	68
15. Zintuiglijke taal	70

16.	Vrouwenmarketing	74
17.	Mannenmarketing	78
	Conclusie	81
	Bronnen	82
	Over de auteur	83
	Vind Ik Leuk!	84

Voorwoord van Anne

Welkom op een superinteressante ontdekkingsstocht door de wereld van de gedachten, triggers en reacties van jouw klanten en hoe die een gigantische rol spelen in marketing. Dit boek is jouw geheime wapen dat psychologie en slimme marketingtrucs combineert. Het zit boordevol met slimme inzichten over hoe bepaalde knoppen in ons hoofd zorgen dat we dingen kopen, zonder dat we het doorhebben.

Van de magie van 'nu of nooit' tot het warme gevoel van bij een groep horen, elke pagina laat je zien hoe je deze inzichten kunt gebruiken om klanten jouw kant op te sturen. En nee, dit is geen droge kost voor in de collegebanken; het zijn super praktische tips die je meteen kunt toepassen in je bedrijf.

Dit boek is niet alleen een berg informatie, maar een echte gereedschapskist. Het laat je zien hoe je op een slimme manier mensen kunt overtuigen en binden. Of je nu een doorgewinterde ondernemer bent, een creatieve marketeer, of gewoon nieuwsgierig naar hoe dit allemaal werkt, dit boek is voor jou.

Geïnspireerd door de topideeën van Dr. Robert Cialdini, en nog 8 extra geheimen van de klantenpsychologie, gaat dit boek je echt een niveau hoger tillen in marketingland.

Bovendien geef ik echt toepasbare voorbeelden voor kleine ondernemers, (web)winkels en zelfstandige professionals. Voorbeelden waar jij echt wat mee kunt.

Dus zet je vooroordelen opzij, als je die al had, en duik in de wereld van klantenpsychologie en psychologische triggers die jouw marketing van gewoontjes naar geweldig kunnen tillen.


Heel veel succes!

Anne Raaymakers



Inleiding

In dit boek vertel ik over klantenpsychologie, emotiemarketing en psychologische triggers. Dat is eigenlijk allemaal neuromarketing, maar dat vind ik zo'n psychotaal. Ik denk niet dat jij mijn professionele relaas over neuromarketing wilt horen. Maar je klanten begrijpen en helpen, dat wil je vast wel. Toch heeft neuromarketing enige uitleg:



Wat is neuromarketing?

Wat klanten denken: Stel je voor, je bent klant. Je kijkt rond, ziet allerlei reclames en promoties en denkt bij jezelf: "Hmm, interessant" of "Nee, dank je". Of je nu spullen voor je bedrijf koopt (B2B) of voor jezelf (B2C), je hebt een idee van wat je van merken verwacht en snapt op een bepaald niveau hoe ze proberen je aandacht te trekken.

De slimme zet van de verkoper: Aan de andere kant hebben verkopers een plan. Ze denken na over hoe ze het beste met jou kunnen praten, welke woorden ze gebruiken, welke plaatjes ze laten zien en op welke kanalen ze actief zijn. Dit alles doen ze niet zomaar; ze hebben een strategie om jou op de beste manier te bereiken en te overtuigen.

Het geheime ingrediënt – ons brein: Hier wordt het interessant. Zowel jij als de verkoper hebben een deel in jullie brein dat dingen oppikt zonder dat je het doorhebt. Dit onbewuste deel heeft een grote invloed op wat je doet en beslist, zonder dat je er echt bij stilstaat. Neuromarketing probeert dit stukje van ons brein te begrijpen en te gebruiken om nog slimmere marketing te maken.

Dus, terwijl we allemaal denken dat we onze keuzes helemaal zelf maken, speelt er onder de oppervlakte nog een heleboel mee. Marketeers proberen op die onbewuste knopjes te drukken met speciale trucjes, zoals bepaalde kleuren gebruiken, emoties oproepen of verhalen vertellen die ons raken. Het idee is dat door zowel het bewuste als het onbewuste deel van ons brein aan te spreken, ze ons niet alleen naar hun merk kunnen trekken, maar ons ook kunnen motiveren om echt actie te ondernemen.

Zo zie je maar, marketing gaat niet alleen over het verkopen van spullen; het gaat ook over het begrijpen en beïnvloeden van wat er in ons hoofd omgaat, soms zonder dat we het zelfs maar doorhebben!

Emotiemarketing

Wist je dat onze hersenen net zo zijn ingedeeld als een supergeavanceerde emotionele cocktailbar? Yep, we hebben maar liefst 13 verschillende 'smaakjes' emoties waaruit we kunnen kiezen, van de heerlijke smaak van verlangen tot de bittere nasmaak van angst. En dan hebben we het nog niet eens gehad over die speciale mixen, zoals hoe iets nieuws ons kan verrassen of hoe we automatisch meer aandacht aan iets besteden als het ons persoonlijk raakt. Best cool, toch?