

HIGH END videomarketing

Hoe je met high end video je autoriteitspositie
claimt voor dagelijks gekwalificeerde leads

Inhoud

Voorwoord	9
Inleiding	13
De Impactspiraal	17
1. Hoe werkt De Impactspiraal?.....	18
2. Hoe beslissen high end klanten?.....	26
Het fundament	31
3. Hoe maakt jouw visie het verschil?.....	32
4. Hoe kies je jouw superfijne high end klant?.....	38
5. Hoe positioneer je een high end aanbod dat klopt?.....	43
6. Hoe verbind je high end videomarketing met sales?.....	51
High end videomarketing	59
7. Hoe zet je high end videomarketing strategisch in?.....	60
8. Hoe kies je de juiste high end videomarketingstrategie?.....	67
9. Hoe maak je een high end video die direct impact heeft?.....	75
Autoriteitspositie claimen	85
10. Hoe versterk je je autoriteit met high end video?.....	86
11. Hoe ontwikkel je de mindset om zichtbaar te zijn als autoriteit?.....	92

Bewijs en vertrouwen	101
12. Hoe gebruik je klantresultaten als bewijs?	102
13. Hoe versterk je met één event marketing, sales en autoriteit?	112
Kwalificeren en high end sales	119
14. Hoe kom je uitsluitend met high end klanten in gesprek?	120
15. Hoe laat je high end klanten zichzelf kwalificeren?	127
16. Hoe maak je het verschil in 40 minuten?	133
Blijf top of mind als autoriteit	137
17. Hoe blijf je top of mind?	138
18. Hoe hergebruik je high end video's strategisch?	145
De volgende stap	149
Over de auteur	151
Nawoord	155

Voorwoord

Er komt een moment in je ondernemerschap waarop je voelt: ik ben verder dan alleen maar goed zijn in mijn vak. Je levert bewezen resultaten. Je hebt een heldere methode, een visie, een verhaal. Toch merk je dat je nog niet op die manier wordt gezien. Je krijgt mooie reacties van klanten, mensen noemen je 'de expert', maar diep vanbinnen weet je: dit is nog niet het niveau waarop ik wil spelen. Er zit meer in.

Het ontbreekt je niet aan kennis, ervaring en kwaliteit. Wat ontbreekt, is iets anders: zichtbaarheid. Niet zomaar zichtbaar zijn, maar zichtbaar zijn als de autoriteit in jouw vakgebied, als de meest logische keuze voor jouw ideale klant. Niet omdat je dat zelf roept, maar omdat het zo voelt, voor jezelf én voor de ander.

Alleen: hoe doe je dat op een manier die bij je past, zonder jezelf te overschreeuwen of marketingtrucjes die niet passen bij wie je bent? Dit boek gaat over het innemen van je plek; het claimen van je autoriteitspositie met high end videomarketing.

Ik ervaar het zelf als een boeiende en interessante zoektocht om zichtbaar te worden op een manier die bij mij past, zonder overweldigd te raken. Maar heel eerlijk? Dat ging niet vanzelf. Ik heb heel wat moeten overwinnen om mezelf echt te laten zien. Video dwong me niet alleen om zichtbaar te zijn, maar ook om mijn plek in te nemen. Om te gaan staan voor wat ik geloof. Om mijn visie niet langer kleiner te maken, maar die vol vertrouwen uit te dragen.

Wat mij daarin persoonlijk inspireert, is het idee van uitmuntendheid. Om toegewijd te zijn. Om te groeien in datgene waarvoor je hier bent, je talenten ten volle te benutten en anderen daarmee te dienen. High end ondernemen is voor mij een manier van werken die recht doet aan wat ik belangrijk vind: echte aandacht in plaats van gejaagde, kortstondige acties, langdurige impact in plaats van vluchtige zichtbaarheid en klanten helpen op een manier die werkelijk verschil maakt.

High end ondernemen vraagt om keuzes maken. Om durven selecteren. Om trouw zijn aan wat klopt voor jou, ook als dat betekent dat je niet voor iedereen bent.

Sinds ik die overstap naar high end ondernemen heb gemaakt, is alles veranderd. Mijn klanten halen zichtbaar betere resultaten. Mijn werk krijgt meer betekenis. High end ondernemen is kiezen voor overvloed, voor vertrouwen, voor samenwerking op het hoogste niveau. Dat is waar ik mijn klanten, en jou als lezer, ook toe wil uitnodigen.

In de meer dan tien jaar dat ik actief ben als high end videomarketing strateeg heb ik ontdekt dat echte autoriteit niets te maken heeft met volume, de meeste content posten, de meeste likes of de meeste volgers hebben.

Mensen volgen een autoriteit niet omdat die het hardst roept, maar omdat die de meest waardevolle inzichten deelt. Ze volgen diegene omdat ze geraakt worden door wat hij deelt. Ze voelen dat deze persoon echt iets te zeggen heeft. De mensen die geraakt worden, zijn niet altijd degenen die meteen reageren, maar ze luisteren en onthouden. En op een dag kiezen ze voor jou.

Ik zie het elke keer weer gebeuren bij mijn klanten. Zodra ze laten zien wie ze écht zijn en zeggen wat ze écht willen zeggen, dan

verandert er iets. Ze raken, ze worden gekozen om wie ze zijn en wat ze te zeggen hebben. Ze maken echt verschil.

In dit boek ontdek je hoe je zichtbaar wordt op een manier die bij je past. Je leert hoe je jouw high end videomarketingstrategie bouwt en lanceert, niet om zomaar zichtbaar te zijn, maar om gekozen te worden als de onbetwiste autoriteit in jouw vakgebied.

Inleiding

Ik neem je in dit boek mee in wat ik leerde tijdens mijn ondernemersreis en wat jij kunt toepassen als je als high end ondernemer méér wilt dan zichtbaarheid. Je ontdekt hoe je met de juiste high end video's je autoriteitspositie claimt, vertrouwen opbouwt en alleen nog gesprekken voert met klanten die al klaar zijn om 'ja' te zeggen.

Leeswijzer

De meeste managementboeken worden niet van kaft tot kaft gelezen. Dat hoeft ook niet. Begin bij het hoofdstuk dat relevant is voor jou.

Dit wil je zeker niet missen:

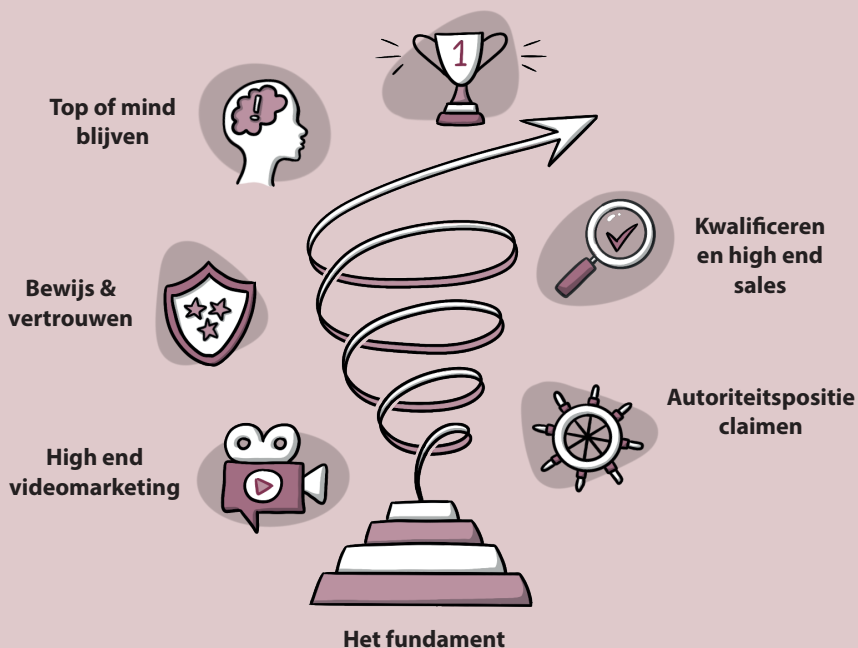
- Sta je aan het begin van een **nieuwe high end koers**?
Start bij hoofdstuk 1, waarin je ontdekt hoe De Impactspiraal werkt en hoe dit model jouw zichtbaarheid, marketing en sales vereenvoudigt én versterkt.
- Wil je jouw **visie krachtiger formuleren** en inzetten als onderscheidende factor?
Begin bij hoofdstuk 3. Daar ontdek je hoe je met jouw unieke visie de juiste klanten aantrekt, nog vóóordat je iets verkoopt.
- Vraag je je af hoe je jouw **high end aanbod zó positioneert** dat het vanzelf klanten aantrekt?

Lees hoofdstuk 5 en ontdek hoe je een aanbod creëert dat onweerstaanbaar is voor de juiste klanten en moeiteloos verkoopt.

- Zoek je de juiste **high end videomarketingstrategie** voor jouw bedrijf?
In hoofdstuk 8 ontdek je verschillende strategieën: van leadgeneratie tot videopodcast, of high end videolancering.
- Vraag je je af of je wel **als autoriteit** wordt gezien?
Lees hoofdstuk 10 en je ontdekt waarom thought leadership dé manier is om jouw autoriteitspositie te versterken en hoe je dat het krachtigst zichtbaar maakt met high end video.
- Wil je alleen nog **in gesprek komen** met de juiste klanten?
Lees hoofdstuk 14, waarin je ontdekt hoe je via high end video jouw ideale klanten vooraf laat kwalificeren.
- Zoek je een manier om **top of mind te blijven** zonder overwelddig te raken door continue contentcreatie?
Lees hoofdstuk 17, waar je leert hoe je zichtbaar blijft vanuit rust, richting en minimale inspanning.

Dit boek is jouw gereedschapskist. Gebruik het zoals het bij jou past. Pak wat je nú nodig hebt en pas het direct toe. Of lees het van voor naar achter en bouw stap voor stap aan jouw zichtbaarheid, strategie en autoriteitspositie.

DE IMPACTSPIRAAL



Hoe werkt De Impactspiraal?

In dit hoofdstuk ontdek je waarom het essentieel is om je marketing, verkoop en dienstverlening met elkaar te verbinden. Alleen als die onderdelen met elkaar vervlochten zijn, bouw je aan je autoriteitspositie. Alleen dan trek je high end klanten aan die er volledig klaar voor zijn om met jou samen te werken.

Je leest hoe De Impactspiraal werkt, uit welke zes stappen hij bestaat, en waarom elke stap je niet alleen beter zichtbaar maakt, maar ook natuurlijker, onderscheidend en als de enige juiste keuze voor jouw high end klanten. Je leert wat er nodig is om De Impactspiraal op gang te brengen en waarom de samenhang tussen je high end videomarketing, je salesproces en het leveren van je dienst onmisbaar is om te groeien.

Wat is De Impactspiraal?

Veel ondernemers zien video of videomarketing als iets losstaands. Ze denken: eerst moet ik zichtbaar zijn, dan moet ik verkopen en daarna ga ik leveren. Dat is een misverstand. Marketing, sales en het leveren van je dienst zijn geen aparte fases. Ze vormen samen een spiraal: De Impactspiraal.

‘Als je aan het begin niet laat zien wat er op het einde gebeurt, dan gaat je videomarketing niet werken en trek je niet de juiste mensen aan van jouw niveau. Nieuwe klanten krijgen duurt dan langer dan nodig is.’

Zo werkt De Impactspiraal

De Impactspiraal is de strategische cyclus die ervoor zorgt dat marketing, sales en het leveren van je dienst elkaar versterken. Het zijn geen losse acties, maar het is een samenhangend geheel waarin elke stap logisch voortvloeit uit de vorige en tegelijkertijd de volgende stap voorbereidt. En zo verder.

De Impactspiraal bestaat uit zes stappen die samen een opwaartse beweging creëren. Stap voor stap bouw je niet alleen aan zichtbaarheid, maar ook aan vertrouwen, je autoriteitspositie en uiteindelijk aan een moeiteloze toestroom van superfijne high end klanten.

De Impactspiraal werkt als volgt:

1. Je claimt op een authentieke manier je autoriteitspositie met impactvolle video's gericht op je ideale high end klant.
2. Je laat de fantastische resultaten zien die je met je klanten behaalt, zodat potentiële klanten bewijs en vertrouwen krijgen in jouw visie en 'signaturemethode'.

3. Je hebt high end video's in je online klantreis waardoor een potentiële superfijne klant jou ziet als dé enige logische en onvergelijkbare keuze.
4. Je hebt een elegante manier om geïnteresseerden zichzelf te laten kwalificeren voor een waardevol strategiegesprek. In het gesprek toets je of er een match is en zo ja, dan verkoop je je high end dienst.
5. Je hebt één superaantrekkelijk aanbod gestoeld op jouw eigen unieke signaturemethode waarmee je de meeste impact maakt bij je meest ideale klant.
6. Je blijft top of mind met waardevolle contentvideo's waarin je laat zien dat je de autoriteit in je vakgebied bent (en blijft).

Resultaat van De Impactspiraal

Als je aan de slag gaat met De Impactspiraal, dan word je gezien als de autoriteit binnen jouw vakgebied. Je vereenvoudigt je marketing en je verkort je verkoopproces. Nieuwe klanten zijn al overtuigd door wat ze van jou (en je klanten) hebben gezien, voordat ze met jou in gesprek gaan. Je levert je dienst opnieuw aan nieuwe klanten. Zo behaal je met dezelfde dienst fantastische resultaten die je weer kunt gaan marketen. Je Impactspiraal blijft op die manier opwaarts draaien. Elke volgende ronde door de spiraal brengt je weer naar een hoger niveau, met meer impact, meer autoriteit en betere resultaten.

Wat is de manier om jouw Impactspiraal in gang te zetten? Dat begint allereerst bij jou. Voordat je de spiraal opwaarts kunt laten draaien, voordat je high end videomarketing strategisch inzet om je autoriteitspositie te versterken, wil je eerst stevig staan. Niet op losse ideeën, maar op een solide fundament. Zonder die stevige basis wordt videomarketing iets losstaands. Iets wat je erbij doet.

Een filmpje hier, een post daar, maar zonder samenhang, zonder richting en zonder resultaat. Dat is precies waarom veel (video) marketing niet werkt: er is geen fundament, er is geen:

- uitgesproken visie;
- ideale high end klant;
- onderscheidend aanbod;
- logische lijn tussen marketing en sales.

Start daarom niet met 'gewoon op de playbutton drukken', maar met strategisch bouwen. Dat begint bij de kern. In de volgende hoofdstukken duik je in de vier pijlers van het fundament van jouw Impactspiraal:

1. *Hoe maakt jouw visie het verschil?*

Dit doe je door helder te maken hoe jij naar het probleem van je klant kijkt en welke route volgens jou wél werkt. Een scherpe visie geeft richting, trekt de juiste klanten aan en zorgt dat je aanbod als vanzelf logisch voelt.

2. *Hoe kies je die ene superfijne high end klant?*

Kies niet zomaar 'je doelgroep', maar de mensen bij wie jouw aanpak maximaal resultaat oplevert en die jou ook echt willen betalen voor de waarde die je biedt.

3. *Hoe positioneer je jouw high end aanbod?*

Oftewel: wat zet je in de etalage? Niet alles wat je kunt (vermoedelijk veel), maar dat ene, allerbeste high end aanbod waarmee je de meeste impact maakt; jouw unieke signature-methode.

4. *Hoe verbind je high end marketing met high end sales?*

Zie marketing en sales niet als losse fases, maar als één vloeiend geheel, zodat klanten al vóór het eerste gesprek voelen: dit is precies wat ik nodig heb en jij bent degene die me kan helpen.

Wanneer deze vier onderdelen met elkaar in lijn zijn, begint jouw Impactspiraal opwaarts te draaien. Niet alleen omdat je zichtbaar bent, maar omdat je strategisch en consistent zichtbaar bent.

9 **Waarom het fundament je groeiversneller is**

High end business coach Meriam Slijkerman, die al honderden ondernemers begeleidde bij het bouwen van een high end groeistrategie, zegt hierover:

‘De strategie die je op dit punt heeft gebracht, brengt je niet verder. Als je het startersniveau voorbij bent en je wilt naar de beste klanten in de markt, dan heb je een gerichte high end groeistrategie nodig. Pas als je die ene klant helder hebt – de klant die niet overtuigd hoeft te worden, maar wel geholpen wil worden – kun je daar een aanbod op bouwen dat klopt. Niet gebaseerd op tijd, maar op waarde. Pas dan kun je marketing en positionering inzetten, zonder mismatches te krijgen.’

Ze noemt het de meest onderschatte stap in het groei-proces van ondernemers. Niet de marketing, niet het aanbod, maar het voorwerk – de kapstok, de keuzes onder de motorkap. Hoe beter je die keuzes maakt, hoe beter je high end videomarketing straks werkt.

Tijdens de voorbereiding draait alles om positionering en je kernboodschap.

- Hoe wil je gezien worden?
- Hoe wil je je visie overbrengen?
- Wat wil je dat mensen doen (of laten) na het kijken van je video?

Het is ook de fase waarin je bepaalt wie het gezicht van je bedrijf wordt, iets wat in het high end segment extra belangrijk is. Mensen kopen geen dienst, ze kopen vertrouwen. Dat vertrouwen bouw je niet alleen op met woorden, maar met uitstraling, energie en overtuiging.

Na de video-opnamen begint het werk pas echt. Je kunt nog zo'n mooie draaidag hebben gehad, als je daarna niet consistent zichtbaar bent en blijft, bouw je geen vertrouwen op. Gelukkig hoeft zichtbaarheid niet tijdrovend te zijn. Met twee goed voorbereide draaidagen maak je videocontent voor jaren.

High end videomarketing draait allemaal om slimme keuzes maken, niet om constante productie. Dat is precies waarom het geen trucje is. Het is een doordachte beweging binnen je Impactspiraal. Video's vormen de brug tussen wat jij weet en wat jij jouw ideale klant wilt laten voelen. Die brug bouw je niet op de draaidag zelf, maar ervoor en erna.

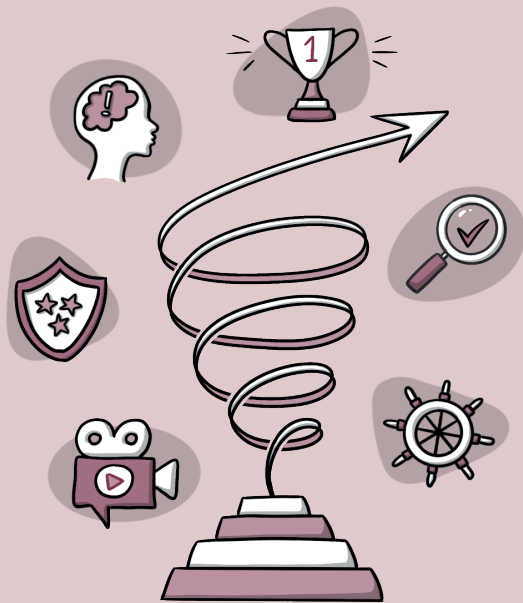
Waar hapert jouw Impactspiraal?

Pak pen en papier (of open een document) en bekijk de zes stappen van De Impactspiraal. Beantwoord de volgende vragen zo eerlijk en concreet mogelijk.

- Waar zitten jouw losse eindjes?
- Welke stap herken je in je bedrijf?
- Welke sla je (onbewust) over?

Noteer per stap wat je al doet en wat nog ontbreekt en waar kansen liggen om je impact te vergroten.

HET FUNDAMENT



Het fundament

Hoe maakt jouw visie het verschil?

In dit hoofdstuk ontdek je waarom jouw visie het meest krachtige kwalificatiemiddel is dat je hebt. Je leert hoe je voorkomt dat je in gesprekken belandt met mensen die toch net niet passen of niet bereid zijn om te investeren. Je ontdekt hoe je visie ervoor zorgt dat jouw aanbod vanzelf logisch voelt, als een bevestiging van wat de klant allang wist: jij bent degene die hem verder helpt.

Wat vaak misgaat: te snel naar het aanbod

High end klanten willen niet in een traject stappen, ze willen geen programma kopen. Ze willen een doorbraak realiseren. Toch maken veel ondernemers in hun marketing- en verkoopproces een fundamentele fout: ze beginnen te snel met verkopen. Ze zijn zo enthousiast over hun eigen aanbod en staan te popelen om duidelijk te maken wat ze allemaal te bieden hebben.

Dus wat doen ze? Ze ratelen eindeloos over hun traject. Over de duur, de sessies, de modules, de kenmerken en opties en mogelijkheden. Over hoe het werkt, wat je krijgt en wanneer het start. Wat ze daarbij overslaan, is de belangrijkste stap: waarom dit aanbod überhaupt logisch is voor deze klant, op dit moment. High end klanten haken daar direct op af. Niet omdat het aanbod niet goed is, maar omdat de context ontbreekt.

‘Wat kost één video?’

Lange tijd krijg ik deze vraag: ‘Wat kost een video bij jou?’ Of: ‘Kun je ook gewoon één video voor op mijn website maken?’ Elke keer voel ik dezelfde aarzeling. Niet omdat ik ‘die ene video’ niet kan maken. Natuurlijk kan dat. Maar ik geloof niet in een losse video.

Op een zeker moment realiseer ik waar het écht aan ligt dat ik deze vraag krijg: niet aan mijn aanbod, niet aan de klant, maar aan mezelf. Ik spreek mijn visie niet hardop en duidelijk uit: dat ik niet geloof in een losse video. Dat ik alleen wil bouwen aan high end videomarketingstrategieën die leiden tot gekwalificeerde leads, impact en autoriteit. Dat ik geen videoproductiebedrijf ben, maar partner in positionering, videomarketing en sales.

Zodra ik dat zonder terughoudendheid ben gaan uitspreken, verdwijnen dit soort vragen als sneeuw voor de zon. Ik trek alleen klanten aan die mijn visie al delen, of in elk geval openstaan voor een nieuwe manier van kijken. Die snappen dat het niet gaat om ‘een videootje’, maar om een strategisch geheel.

Wat je nodig hebt als high end ondernemer, is geen video, maar:

- Een positionering die direct waarde uitstraalt.
- Een high end videomarketingstrategie die perfect aansluit bij jouw aanbod, je klant en je verkoopproces.
- De juiste high end video’s in je klantreis die vertrouwen opbouwen én kwalificeren.
- De moed om zichtbaar te worden op een manier die bij jou past.
- En uiteindelijk: een stroom gekwalificeerde leads die zichzelf bij jou melden, omdat ze jouw visie zien, zich herkennen in je klanten en voelen: met jou wil ik werken.

Dan werkt high end videomarketing. Zolang jij dus niet helder zegt waar je voor staat, blijven mensen vragen naar iets wat je niet wilt leveren.

Als je je visie niet of niet scherp genoeg uitspreekt, dan ontstaat er verwarring. Als jouw klant niet begrijpt waarom je doet wat je doet en hoe je denkt dat het anders kan, zal hij nooit zien waarom jouw aanbod relevant is.

Daarom is het essentieel om onderscheid te maken tussen je visie, je methode en je aanbod. Want pas als jouw klant zich volledig herkent in jouw kijk op zijn probleem, wordt je aanbod de meest logische volgende stap.

Het verschil tussen je visie, bouwstenen en aanbod

Vergelijk het verschil tussen je visie, bouwstenen en aanbod met een jong tennistalent. Laten we hem Roger noemen. Hij heeft aanleg, doorzettingsvermogen en ambitie. Hij is klaar voor de volgende stap. Hij zoekt een coach die hem richting de wereldtop kan begeleiden.

Hij komt terecht bij een gerenommeerde coach met trackrecord. Iemand die eerder spelers heeft begeleid naar grote toernooien en grand slams. Hij weet precies wat ervoor nodig is om mentaal én fysiek te excelleren en heeft een uitgesproken visie op succes. Een visie *die anders is dan anders*.

Als ze met elkaar in gesprek komen, schetst de coach eerst het grotere plaatje. Zijn visie op wat ervoor nodig is om écht door te breken naar de top. Niet alleen techniek, maar ook mentale weerbaarheid, voeding, krachttraining, herstel, hoe je omgaat met verlies en hoe je piekt op het juiste moment. Hij legt uit welke bouwstenen nodig zijn voor het bereiken van succes op het allerhoogste niveau.

‘Je verkoopt geen lessen, je verkoopt een route naar de top.’

Als Roger voelt: dit is precies wat ik nodig heb en hij kan me erbij helpen, dan pas komt de volgende stap en gaan ze het over de concrete invulling hebben – over uren, structuur en de investering. De beslissing is op dat moment al voor 80% genomen. De keuze is gemaakt op visie en niet op het trainingsschema.

Dat is precies hoe het ook werkt in high end marketing en sales. Je klant wil eerst richting krijgen. Hij wil erop vertrouwen dat jij ziet wat hij nodig heeft, nog voordat hij het zelf precies kan verwoorden.

Herken het verschil

Verlangen = waar je klant naar verlangt (zonder precies te weten hoe hij daar komt).

Visie = jouw kijk op wat er nodig is om daar te komen.

Oplossingen = jouw signaturemethode waarmee je die visie realiseert.

Aanbod = de praktische invulling (duur, vorm en investering) die je pas deelt als de klant ‘ja’ zegt op jouw visie.

Dat betekent:

- Je verkoopt niet je traject.
- Je verkoopt een perspectief waar de klant zich in herkent, de overtuiging dat jij hem of haar kunt begeleiden naar dat punt en de drie tot vijf bouwstenen die nodig zijn om daar te komen.

Pas als je klant zich gezien en begrepen voelt én vertrouwen heeft in de richting die jij voorstelt, wordt je aanbod een logische volgende stap.

HIGH END VIDEOMARKETING

Je bent goed in wat je doet. Je levert uitzonderlijke resultaten. Maar ziet jouw ideale klant dat ook?

In een tijd waarin iedereen zichtbaar wil zijn, is zichtbaar zijn alleen niet genoeg. Je wilt opvallen bij de juiste klanten. Klanten die aangaan op jouw visie, jouw waarde herkennen en bereid zijn om te investeren in kwaliteit.

In dit boek deelt Noortje Janmaat haar bewezen methode waarmee zij én haar klanten dagelijks hoogwaardige leads aantrekken - met strategische high end videomarketing.

Voor wie is dit boek?

Voor ambitieuze en missiegedreven kennisondernemers die willen uitblinken in hun branche. Ondernemers die zichzelf niet willen overschreeuwen, maar juist krachtig zichtbaar willen zijn op hún manier.

Je krijgt antwoord op belangrijke vragen, zoals:

- ✓ Hoe positioneer je een high end aanbod dat klopt?
- ✓ Hoe kies je de juiste high end videomarketingstrategie?
- ✓ Hoe kom je uitsluitend met high end klanten in gesprek?
- ✓ Hoe gebruik je klantresultaten als bewijs?
- ✓ Hoe gebruik je high end video's strategisch?

Dit is hét boek voor ondernemers die hun waarde zichtbaar willen maken, zonder kunstjes, maar gewoon door te laten zien wie ze zijn, wat ze kunnen en voor wie ze er zijn.

Noortje Janmaat is dé expert in high end videomarketing. Met haar resultaatgerichte aanpak hielp ze talloze topondernemers om hun merk te versterken, zich te profileren als autoriteit en hun conversie te verhogen. Haar missie: kennisondernemers helpen om zich niet langer klein te houden, maar hun plek als autoriteit in te nemen op een manier die bij hén past.



INCLUSIEF

Boekbonus met inspiratievideo's met topexperts, praktische oefeningen en handige checklists om direct aan de slag te gaan.

EXPERTBOEK