

BEHAVIOURAL MARKETING

OAOAO-Principe

OAOAO staat voor:

Opvallen
Aantrekken
Opwarmen
Aanbieden
Opvolgen

Wat hebben we behandeld

OAOAO staat voor: **O**pvallen - **A**antrekken - **O**pwarmen – **A**anbieden - **O**pvolgen. Dit zijn de stappen die jij zet om jouw klanten door het koopproces te begeleiden.

Je **helpt klanten** om bij jou te kopen door ze te begeleiden **in alle fases van het koopproces**.

In elke fase help je klanten om een stap voorwaarts te zetten door ze te motiveren, frictie weg te nemen en door ze te begeleiden naar de volgende stap.



NOTITIES

Wat hebben we behandeld

Klanten kopen pas bij jou als ze je **kennen**, je aanbod **waarderen** en **vertrouwen** in jou hebben. Dat noem ik opwarmen.

Gemiddeld hebben klanten hier **7 contactmomenten** voor nodig.

Jij zorgt ervoor dat deze 7 contactmomenten er komen en je bent de regisseur van de inhoud!

Wat hebben we behandeld

Het OAOAO-principe geeft je de bouwblokken voor je eigen marketing funnel. Deze funnel **start met zichtbaar zijn**

Ideale klanten die zich bij jou hebben bekendgemaakt noemen we Prospects. Dit zijn klanten die het probleem herkennen dat jij kunt oplossen.

Vergeet niet om contactgegevens te vragen!



NOTITIES

💡 Wat hebben we behandeld

Coachingklanten willen jou graag spreken voordat ze definitief besluiten dat jij een geschikte coach bent (dit geldt minder voor online trainingen).

Niet al deze prospects zijn **NU** klaar om te kopen. Hiervoor hebben we de urgentie piramide.



NOTITIES

Werkboek 2

opdracht 1



Oefening: Waar vind je jouw ideale klant?

- Op welke plekken verzamelen jouw ideale klanten zich?
- Welke media richten zich speciaal op jouw ideale klant?
- Ken je andere ondernemers die zich richten op jouw ideale klant?

ANTWOORD



Heb jij al een Funnel?

Systemtwo

Het OAOAO-principe geeft
je de bouwblokken voor je
eigen funnel.

Systemtwo

NOTITIES

Werkboek 2

opdracht 2



Oefening: Bedenk wat jouw magnetische aanbod zou kunnen zijn?

- Geef iets gratis (of heel goedkoop) weg dat van waarde is voor jouw ideale klant
- Het liefst iets wat (een deel van) het probleem oplost waarvoor ze bij jou terecht komen

ANTWOORD

Werkboek 2

opdracht 3



Oefening: Bedenk welke e-mails je je prospect kunt sturen die laten zien dat jij waardevol en te vertrouwen bent?

- Denk aan verhalen van of over klanten, waardevolle tips, interessante (mini) aanbiedingen,..
- Soms is het interessant om met een 2^e magnetisch aanbod te komen om vanaf daar bij je droomaanbod uit te komen.

ANTWOORD

Werkboek 2

opdracht 4



Oefening: Bedenk hoe jij je droomaanbod concreet en persoonlijk maakt.

- Tip 1: Laat zien dat je helemaal snapt wat er bij de klant speelt
- Tip 2: Benoem de gevolgen van het niet oplossen van dit probleem
- Tip 3: Geef een pakkende oplossing (alleen ja is genoeg)
- Tip 4: Vermijd keuze opties

ANTWOORD

Succes met de werkopdrachten en tot ziens bij deel 3 van de minicursus Behavioural Marketing

NOTITIES
