



# 6 CRUCIALE VRAGEN

om te beantwoorden  
voordat je met marketing begint



# Laat de horizon niet je grens zijn



## “BETERE MARKETING BEGINT, NET ALS EEN BETERE WERELD, BIJ JEZELF”

Frank Düring, De Marketing Mentor

### WAAROM DIT DOCUMENT

We horen regelmatig van (opstartende en andere) ondernemers: “Marketing? Ik weet niet waar ik zou moeten beginnen.”

Daarom hebben we dit e-book gemaakt, zodat jij nu wel weet waar je moet beginnen: bij het beantwoorden van deze vragen.

Je vindt hier de 6 vragen met meer uitleg om je op weg te helpen. Want de vragen zijn simpel, maar er antwoord op geven niet.

Mocht je er niet helemaal in een keer uitkomen, dan is dat helemaal niet gek. Onthoud: het is wél de moeite waard!

Wij beginnen onze mentortrajecten steeds met deze 6 vragen. We merken dat eens deze antwoorden helder en scherp geformuleerd zijn, de overige keuzes en beslissingen over marketing hier als vanzelf uit voortvloeien.

De Marketing Mentor | [www.demarketingmentor.com](http://www.demarketingmentor.com)

Tel. +32 (0) 472 43 65 13 | +32 (0) 473 38 08 28

E-mail: [frank@demarketingmentor.com](mailto:frank@demarketingmentor.com) | [esther@demarketingmentor.com](mailto:esther@demarketingmentor.com)



## WAT IS MARKETING?

Wij, mentoren bij De Marketing Mentor, zijn iedere dag gepassioneerd met marketing bezig. Dat doen wij al meer dan 30 jaar. Dertig jaar nieuwsgierig zijn, iedere dag opnieuw de status quo bevragen en voor ieder merk en product opnieuw uitvinden hoe je dat het beste in de markt zet.

Dat is namelijk wat marketing in onze definitie is.

In de afgelopen dertig jaar is dit niet veranderd. Dat klinkt je misschien gek in de oren in een tijd waarin iedereen spreekt over de supersnelle veranderingen van onze wereld. En dat klopt: er is heel snel, heel veel veranderd. Wat anders is, zijn de middelen, de executie. Niet het marketingvak.

Wij zien het zo:

Goede marketing is het doel. Digital is just another tool.



## ONZE VISIE OP GOEDE MARKETING

Goede marketing betekent waarde creëren door jezelf te zijn.

Laten we dit even uitleggen.

Wij hebben ervaren dat je klanten het meeste te bieden hebt, wanneer je in je element bent. Dan ben je in staat je krachten en talenten optimaal in te zetten en creëer je de meeste waarde. Bovendien is het een duurzame manier van werken: wat je graag en goed doet, houd je veel langer vol.

Een voorbeeld. Als jouw sterkste kant 'out of the box' denken is (zoals mentor Frank), dan ben jij de ideale match voor een klant die jou vraagt: "toon me wat ik nog niet ken".

Echter, een klant die graag controle heeft en je precies vertelt wát je moet doen en ook nog hoe, heeft aan jou geen ideale partner.

Jij kunt ervoor kiezen toch met een klant te werken die niet helemaal bij je past, want we moeten toch allemaal geld verdienen. Je houdt dan minder tijd over om op zoek te gaan naar jouw ideale klant. Ondertussen gaat deze tevreden klant je steeds dezelfde dingen blijven vragen en je daarvoor ook nog aanbevelen bij anderen.

Als je het ons vraagt: een nachtmerrie! Wij dromen van klanten die op zoek zijn naar dat wat wij het beste kunnen en het liefste doen (mentoring!).

Jij ook? Deel jij onze visie op marketing? Neem dan de tijd om jouw antwoorden op onze 6 vragen te vinden.



## DE 6 VRAGEN VAN DE MARKETING MENTOR

Duurzaam, succesvol ondernemerschap begint met goed weten waar je voor staat, wat je jouw klanten te bieden hebt en waarin jij anders bent dan alle andere aanbieders in jouw markt. Dat is ook de start van goede marketing.

Gun jezelf daarom de tijd om deze 6 cruciale vragen te beantwoorden



Op de volgende pagina's geven we per vraag wat meer toelichting.

# Laat de horizon niet je grens zijn



## 1.

### WIE BEN IK?

Omschrijf je persoonlijkheid in max twee zinnen.

**Waarom is dit belangrijk?** Jouw ideale klanten zijn degenen die in grote lijnen dezelfde overtuigingen en waarden hebben als jij. Wil je daarnaar op zoek gaan, dan moeten je uitgangspunten duidelijk zijn: welk type ondernemer ben jij? Wat betekent dat voor je (potentiële) klanten?

**Hoe begin je hieraan?** Vraag eens aan je directe omgeving hoe ze jou omschrijven in enkele woorden. Doe ook eens de test op onze website ([klik hier](#)) en ontdek welke drijfveren bij jou in je rol als ondernemer de overhand hebben.

Herken jij jezelf in een van deze vier leefwerelden?

**Ik werk met passie aan innovatie en vernieuwing.** Ik ben onafhankelijk en doelgericht en neem graag initiatief. Ik ben een pionier bij uitstek. Het mooiste aan ondernemen vind ik mijn eigen gang kunnen gaan.

**Ik ga voor succes en houd alles strak onder controle.** Ik ben zakelijk, rationeel en ambitieus en toon mijn succes graag. Ondernemen is de snelste weg naar een goed leven met alle luxe, schoonheid en comfort die bij me past.

**Ik ben een mensen-mens.** Overal waar ik binnenkom, ken ik wel iemand die ik gedag moet zeggen en ik ben overal graag gezien. Ik ben ondernemer, omdat ik graag met mensen omga en ze wil helpen. Gezelligheid en genieten vind ik zeer belangrijk.

**Ik ben een kalme en bedachtzame persoon.** Ik houd niet zo van risico's, vernieuwing en spotlights en zoek eerder veiligheid en geborgenheid. Bij mij krijgen klanten de zekerheid dat het goed is. Geen loze praatjes, maar gewoon kwaliteit. Tradities en routines zijn belangrijk.

# Laat de horizon niet je grens zijn



## 2.

### WAT KAN IK BIJZONDER GOED?

Benoem je drie belangrijkste talenten. Dat wat jij beter kunt dan de meesten.

**Waarom is dit belangrijk?** Dit zijn jouw meest waardevolle vaardigheden. Dat wat jij straks in de strijd gooit voor je klanten en waar zij graag voor betalen. Vaak zijn dit zaken die jij heel gewoon vindt en waarvan je niet zo goed begrijpt, waarom anderen die moeilijk vinden. De een is enorm creatief, de ander is juist heel goed om uit te voeren, de ander is juist goed om anderen te inspireren en motiveren, de volgende kan weer een plan bedenken en minutieus opvolgen.

## 3.

### WAAR LIGT MIJN PASSIE

Wanneer voel ik me in mijn element? Welk werk voelt niet als werk, misschien eerder als een hobby? Wanneer werk ik in een flow en vergeet ik de tijd?

**Waarom is dit belangrijk?** Wij geloven dat je beste werk voortkomt uit je passie. Je wordt er blij van. Je kijkt ernaar uit. De tijd vliegt en je hebt achteraf een voldaan gevoel. Dit is toch wat je in een ideale wereld elke dag wil doen? Dus nemen we dat het liefst als uitgangspunt.

# Laat de horizon niet je grens zijn



## 4.

### WAAR HEB IK EEN HEKEL AAN?

Dit zijn de werkzaamheden waar je tegenop ziet en waar je zeker niet hele dagen mee bezig wilt zijn.

**Wat deze vraag met marketing te maken heeft?** Neem het voorbeeld van de klant waar we het op pagina 3 al over hadden. Klanten die vooral op zoek zijn naar werk dat jij niet graag doet, op een manier die jou tegenstaat, wil je liever niet te veel hebben. Een 'no win, no win': het kost jou enorm veel tijd en energie en levert je klant niet de meeste waarde op. (Wat niet wil zeggen dat je klanten niet tevreden zijn met je werk. Je doet je werk natuurlijk goed, maar de vraag is: kan het beter?) Via je marketing kun je dit sturen, doordat je de nadruk legt op andere zaken.

## 5.

### WAAR BEN IK NIET ZO GOED IN?

Wat zijn je kleine talenten? Zaken die je waarschijnlijk wel kunt, maar waar anderen beter in zijn.

Om klanten binnen te halen heb je soms misschien de neiging om te zeggen: "wij kunnen alles". Reclamebureaus zijn daar bijvoorbeeld erg goed in. Het is echter heel lastig om met je kleine talenten een voordeel te houden ten opzichte van andere aanbieders. Het resultaat is dat je alleen nog onderscheid kunt maken op prijs. Geen goede positie. De dingen alleen voor het geld doen, wordt dan uiteraard ook moeilijker omdat het steeds minder oplevert. Via marketing ga je dus proberen dit te voorkomen of te beperken.



# Laat de horizon niet je grens zijn



## 6.

### ALS GEEN ANDER BEN IK IN STAAT OM ...

Vul deze zin aan. Wees duidelijk, authentiek en onderscheidend.

**Dit is de conclusie van je antwoorden op alle voorgaande vragen.** De essentie van jouw waarde in de markt. Het omschrijft in één zin hoe jij je in de markt zou moeten zetten om de meeste waarde met de grootste vreugde te creëren.

Als je jouw essentie kort en krachtig geformuleerd hebt, vloeit jouw marketing hier bijna vanzelf uit voort.

Bij De Marketing Mentor is deze zin de apotheose van het hele mentortraject. Het is dat ene zinnetje, waarmee jij je voortaan voorstelt als iemand vraagt: 'En? Wat doe jij?'

(Lees hierover ook onze blog: [You had me at hello](#))

# Laat de horizon niet je grens zijn



## MARKETING IS KLEUR BEKENNEN

Hoe ging het?

Vind je de vragen moeilijk en confronterend? Dat zijn ze ook.

Het gaat hier over [kleur bekennen](#) en dat betekent heel goed in de spiegel kijken en eerlijk zijn over wat je ziet. Dat is zeer persoonlijk en komt dus per definitie dichtbij.

Wees eerlijk: is er een alternatief wanneer je jouw marketing goed wilt aanpakken? Daarvoor moet je immers de beste versie van jezelf aan je potentiële klanten tonen. Dat begint hier.

Wij kennen niemand die dit helemaal in zijn eentje kan. Ook wij hebben iemand gevraagd ons hiermee te helpen, zoals we in de blogpost al vertelden.

Maak dus gebruik van de mensen in je omgeving.

Of doe een beroep op ons. Wij doen niks liever dan samen met jou hiermee aan de slag gaan. Maak een vrijblijvende afspraak met [De Marketing Mentor \(hier\)](#) en overtuig jezelf.

Volg ons ondertussen op [LinkedIn](#) en via **Twitter** (@frankduring), waarin wij onze bevindingen, vragen, ergernissen en (eigen)wijsheden met jou delen.



**LAAT DE HORIZON NIET JE GRENS ZIJN**



Tel. +32 (0) 472 43 65 13 | +32 (0) 473 38 08 28  
E-mail: [frank@demarketingmentor.com](mailto:frank@demarketingmentor.com) | [esther@demarketingmentor.com](mailto:esther@demarketingmentor.com)

---

[www.demarketingmentor.com](http://www.demarketingmentor.com)