

15

klantreizen die voor klanten zorgen



Er is niet één manier om klanten te krijgen

Er zijn tientallen manieren om klanten aan te trekken.

De meeste ondernemers denken dat marketing draait om “de juiste strategie vinden”.

Maar in werkelijkheid draait het om iets anders:

Welke manier van zichtbaar zijn past bij jou én blijft voor jou vol te houden?

In deze gids laat ik je 15 verschillende klantreizen zien.

Niet om ze allemaal te volgen.

Maar om te ontdekken:

- wat jou aanspreekt
- waar jij energie van krijgt
- en hoe jouw ideale klant eigenlijk al bij je binnenkomt

Gebruik dit als inspiratie, niet als regelboek.



1. De Podcast Route

Route

Podcast → Vertrouwen → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je makkelijk praat en ideeën hardop kunt verwoorden
- Je energie krijgt van delen, uitleggen en vertellen
- Je liever spreekt dan schrijft
- Je graag een band opbouwt zonder direct "te verkopen"

Als je hiervoor kiest

Een podcast is geen los kanaal. Het is je vertrouwensbouwer.

Let hierop:

- Zorg dat elke aflevering een duidelijk onderwerp heeft (niet te breed)
- Denk in vragen van je ideale klant
- Verwijs altijd naar één volgende stap (mail, website of aanbod)
- Maak je podcast vindbaar via titels die mensen echt zoeken
- Deel snippets op Instagram of LinkedIn om verkeer te sturen
- Overweeg af en toe gasten om bereik te vergroten

👉 Belangrijk: je podcast werkt niet op zichzelf. Hij werkt pas als mensen hem ook vinden.

Veelgemaakte fout

Een podcast starten zonder distributie of zonder duidelijke doorverwijzing naar je aanbod.

2. De Workshop Route

Route

Content → Workshop → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je graag live werkt en energie krijgt van interactie
- Je mensen snel inzichten wil geven
- Je goed bent in structuur en uitleggen
- Je vertrouwen wil opbouwen in korte tijd

Als je hiervoor kiest

Een workshop is je conversiemoment, niet je startpunt.

Let hierop:

- Je workshop moet gevuld worden via content, social media of ads
- Zorg dat mensen al warm zijn voordat ze instappen
- Bouw je workshop op naar één duidelijke uitkomst
- Houd het simpel: één probleem, één oplossing
- Zorg dat je aanbod logisch volgt op het inzicht dat je geeft
- Hergebruik je workshop structureel (niet steeds iets nieuws bedenken)

👉 Belangrijk: mensen komen niet vanzelf in je workshop. Je moet ze ernaartoe leiden.

Veelgemaakte fout

Een sterke workshop maken zonder instroomkanaal.

3. De Nieuwsbrief Route

Route

Content → Mail → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je graag schrijft en nuance wil aanbrengen
- Je diepere relaties wil opbouwen met je publiek
- Je goed bent in storytelling en reflectie
- Je rust wil in je marketing (niet steeds "zichtbaar moeten zijn")

Als je hiervoor kiest

Je nieuwsbrief is je vertrouwenslaag.

Let hierop:

- Zorg eerst voor instroom (Instagram, SEO, podcast, etc.)
- Schrijf alsof je tegen één persoon praat
- Maak je mails persoonlijk en herkenbaar
- Gebruik verhalen in plaats van alleen tips
- Eindig regelmatig met één duidelijke actie
- Bouw ritme op (consistentie > frequentie)

👉 Belangrijk: je nieuwsbrief is geen los kanaal, maar een verdieping van alles wat je al deelt.

Veelgemaakte fout

Wel mailen, maar geen nieuwe instroom van lezers hebben.

4. De Social Media Route

Route

Social media → Vertrouwen → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je zichtbaar wilt zijn en snel wil delen
- Je makkelijk content maakt in het moment
- Je energie krijgt van interactie en reacties
- Je intuïtief werkt in plaats van gestructureerd

Als je hiervoor kiest

Social media is je eerste contactmoment.

Let hierop:

- Kies 1 hoofdplatform (niet alles tegelijk)
- Werk met herhaling van je boodschap
- Maak duidelijk waar je voor staat
- Deel niet alleen waarde, maar ook context en verhaal
- Verwijs regelmatig naar je volgende stap (DM, mail, aanbod)
- Denk in "herkenning", niet in perfectie

👉 Belangrijk: mensen moeten jou vaker zien voordat ze vertrouwen opbouwen.

Veelgemaakte fout

Te veel platforms gebruiken zonder echte focus.

5. De YouTube Route

Route

YouTube → Vertrouwen → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je graag uitlegt en dieper ingaat op onderwerpen
- Je content wil maken die lang blijft werken
- Je comfortabel bent voor de camera
- Je graag autoriteit opbouwt

Als je hiervoor kiest

YouTube is je zoekmachine + vertrouwensmachine.

Let hierop:

- Denk in zoekvragen van je ideale klant
- Geef echte antwoorden, niet alleen inspiratie
- Gebruik titels die probleemgericht zijn
- Laat je persoonlijkheid zien (niet alleen kennis)
- Bouw logische vervolgvideo's
- Verwijs naar één duidelijke volgende stap

👉 Belangrijk: YouTube werkt pas op lange termijn, niet direct.

Veelgemaakte fout

Stoppen voordat je content gaat renderen.

6. De SEO Route

Route

Google → Website → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je strategisch denkt en houdt van structuur
- Je graag schrijft en optimaliseert
- Je wilt dat klanten je "vinden" in plaats van dat jij ze zoekt
- Je houdt van duurzame groei

Als je hiervoor kiest

SEO is je stille instroomkanaal.

Let hierop:

- Schrijf vanuit echte zoekvragen
- Maak je website duidelijk en logisch opgebouwd
- Zorg voor sterke landingspagina's
- Denk in problemen en oplossingen
- Optimaliseer niet alleen voor Google, maar ook voor conversie
- Zorg dat elke pagina een volgende stap heeft

👉 Belangrijk: verkeer zonder structuur levert geen klanten op.

Veelgemaakte fout

Wel gevonden worden, maar geen duidelijke route naar een aanbod.

7. De Via-via Route

Route

Klant → Aanbeveling → Klant

Past goed bij jou als

- Je sterke resultaten levert
- Je relaties bouwt met klanten
- Je een duidelijke doelgroep hebt
- Je mond-tot-mond belangrijk vindt

Als je hiervoor kiest

Je klanten zijn je marketingkanaal.

Let hierop:

- Maak duidelijk wie jij helpt
- Maak het makkelijk om je door te verwijzen
- Vraag actief om aanbevelingen
- Zorg dat mensen precies snappen wat je doet
- Werk aan herkenbaarheid in je aanbod
- Lever resultaten die het doorvertellen waard zijn

👉 Belangrijk: via-via werkt alleen als mensen weten wie jij zoekt.

Veelgemaakte fout

Goede klanten hebben, maar niet duidelijk maken wie je ideale klant is.

8. De Partner Route

Route

Partner → Doorverwijzing → Klant

Past goed bij jou als

- Je graag samenwerkt
- Je open staat voor netwerkgroei
- Je complementaire ondernemers kent
- Je geen alles-zelf-mentaliteit hebt

Als je hiervoor kiest

Samenwerkingen zijn je groeiversneller.

Let hierop:

- Werk alleen met relevante partners
- Zorg dat jullie doelgroepen overlappen
- Maak afspraken over doorverwijzing
- Denk in win-win, niet in éénrichtingsverkeer
- Bouw relaties op, niet alleen deals
- Zorg dat je aanbod helder is

👉 Belangrijk: goede samenwerkingen ontstaan niet toevallig, maar bewust.

Veelgemaakte fout

Samenwerken zonder duidelijke strategie of doelgroepmatch.

9. De Community Route

Route

Community → Vertrouwen → Klant

Past goed bij jou als

- Je graag verbindt
- Je mensen in beweging wil brengen
- Je energie krijgt van interactie
- Je niet alleen zendt, maar ook ontvangt

Als je hiervoor kiest

Je community is je vertrouwensveld.

Let hierop:

- Wees actief aanwezig (niet alleen aanwezig "zijn")
- Stimuleer interactie
- Deel regelmatig inzichten of vragen
- Zorg dat mensen elkaar vinden
- Maak het veilig om te delen
- Koppel regelmatig terug naar je aanbod

👉 Belangrijk: een community leeft alleen als jij hem voedt.

Veelgemaakte fout

Een community starten zonder actieve sturing.

10. De Webinar Route

Route

Webinar → Inzicht → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je graag uitlegt en overtuigt via inhoud
- Je energie krijgt van presenteren
- Je mensen snel wilt meenemen in een gedachte
- Je goed bent in structureren

Als je hiervoor kiest

Je webinar is je conversiemoment.

Let hierop:

- Kies één duidelijk probleem
- Bouw spanning op naar oplossing
- Geef niet alles weg
- Zorg voor een duidelijke afsluiting
- Laat je aanbod logisch volgen
- Herhaal je webinar regelmatig

👉 Belangrijk: een webinar zonder funnel erachter werkt niet.

Veelgemaakte fout

Te veel geven, waardoor mensen niet meer kopen.

11. De Challenge Route

Route

Challenge → Resultaat → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je mensen in actie wil zetten
- Je houdt van energie en beweging
- Je graag kleine resultaten creëert
- Je een community-gevoel wil bouwen

Als je hiervoor kiest

Een challenge is je activatiekanaal.

Let hierop:

- Houd het simpel en haalbaar
- Geef elke dag één duidelijke actie
- Zorg voor snelle win
- Bouw momentum op
- Verbind mensen met elkaar
- Eindig met een logische vervolgstap

👉 Belangrijk: eenvoud maakt of breekt je challenge.

Veelgemaakte fout

De challenge te groot of te complex maken.

12. De Influencer Route

Route

Influencer → Vertrouwen → Klant

Past goed bij jou als

- Je goed bent in samenwerkingen
- Je je merk via anderen wil laten groeien
- Je niet alleen afhankelijk wil zijn van eigen content
- Je strategisch denkt in bereik

Als je hiervoor kiest

Je leunt op vertrouwen van anderen.

Let hierop:

- Kies influencers met dezelfde doelgroep
- Focus op match, niet alleen bereik
- Werk met duidelijke samenwerking
- Zorg voor herkenbare boodschap
- Maak het makkelijk om door te klikken
- Meet wat het oplevert

👉 Belangrijk: de juiste match is belangrijker dan grootte.

Veelgemaakte fout

Samenwerken met verkeerde doelgroep.

13. De Event Route

Route

Event → Gesprek → Klant

Past goed bij jou als

- Je graag live contact hebt
- Je makkelijk verbinding maakt
- Je energie krijgt van gesprekken
- Je snel vertrouwen opbouwt

Als je hiervoor kiest

Events zijn je relatievesneller.

Let hierop:

- Kies events waar je klant écht zit
- Wees duidelijk in wie je bent
- Focus op gesprekken, niet op verkopen
- Volg altijd op na het event
- Bouw relaties bewust uit
- Maak je aanbod helder

👉 Belangrijk: opvolging bepaalt je resultaat.

Veelgemaakte fout

Veel connecten, weinig opvolgen.

14. De PR Route

Route

Media → Autoriteit → Klant

Past goed bij jou als

- Je graag extern zichtbaar bent
- Je autoriteit wil opbouwen
- Je goed bent in storytelling
- Je via geloofwaardigheid wil groeien

Als je hiervoor kiest

PR is je autoriteitskanaal.

Let hierop:

- Werk aan een helder verhaal
- Zorg dat je consistent zichtbaar bent
- Denk in waardevolle invalshoeken
- Gebruik interviews en podcasts
- Verwijs altijd naar een volgende stap
- Bouw je verhaal stap voor stap op

👉 Belangrijk: zichtbaarheid zonder actiepoint is zonde.

Veelgemaakte fout

Alleen zichtbaar zijn zonder conversiepad.

15. De Gratis Tool Route

Route

Tool → Vertrouwen → Aanbod

Past goed bij jou als

- Je graag waarde geeft die direct helpt
- Je praktisch en concreet bent
- Je mensen snel wil laten ervaren wat jij doet
- Je houdt van slimme funnels

Als je hiervoor kiest

Je tool is je vertrouwensversterker.

Let hierop:

- Zorg dat je tool één probleem oplost
- Maak hem makkelijk in gebruik
- Zorg dat mensen in je ecosysteem komen
- Koppel er een logische vervolgstap aan
- Denk in e-mail of funnel erachter
- Promoot je tool actief

👉 Belangrijk: een tool zonder opvolging is gemiste kans.

Veelgemaakte fout

Een tool maken zonder funnel erachter.

Reflectie

Welke route voelt direct licht en geeft je energie?

Welke route geeft je energie als je eraan denkt?

Welke route zou je een jaar lang kunnen volhouden?

Ook als je er niet direct klanten uit haalt.

Welke route lijkt het meest op hoe jouw beste klanten nu al binnenkomen?

Want vaak ligt jouw ideale klantreis dichterbij dan je denkt.

Welke route maakt je nieuwsgierig?

Soms zit daar precies de volgende stap die je mag onderzoeken.

Je hoeft niet één route te kiezen

Je klantreis is bijna nooit één rechte lijn.

Sterker nog: de meeste ondernemers groeien juist door een combinatie van routes.

Bijvoorbeeld:

- Social media → Workshop → Mail → Klant
- SEO → Nieuwsbrief → Aanbod
- Podcast → Instagram → Sales
- Netwerk → Event → Klant

Wat je hier echt uit moet halen

Dit document gaat niet over kiezen.

Het gaat over herkennen:

- waar jij al klanten vandaan krijgt
- wat natuurlijk voelt
- en waar je onbewust al succesvol bent

“De beste klantreis is niet de meest slimme.

**Het is de klantreis die jij volhoudt
zonder jezelf kwijt te raken”**

