

# BLUEPRINT

## ALGEMENE ADVIEZEN

✓ Maak altijd een permanente IG-carousel met alle info (en pin deze vast). Gebruik de volgende slides:

1. *Naam + belofte aanbod*
2. *Waarom ben je op dit idee gekomen?*
3. *Wat maakt je zo enthousiast hierover?*
4. *Wat heb je bedacht en hoe is het tot stand gekomen?*
5. *Voor wie is het?*
6. *De transformatie is...*

✓ Post regelmatig story templates waar mensen zichzelf kunnen taggen en wat zorgt voor herkenbaarheid (gebruik dezelfde achtergrond of gebruik iedere keer hetzelfde muziekje, wekt vertrouwen en herkenbaarheid).

✓ Deel in je wekelijkse nieuwsbrief dat je bezig bent met een secret offer of benoem alvast de grootste pijnpunten die te maken hebben met je aanbod.

✓ Richt je content in op basis van thema's die gerelateerd zijn aan je product. Hiermee maak je je doelgroep alvast warm.

✓ Directe DM-strategie: Stuur gepersonaliseerde berichten "*Hey [naam], ik dacht meteen aan jou! Dit past perfect bij jouw situatie). Ik ben bezig met product x met belofte y. Zou je het waardevol vinden om als eerste toegang te krijgen tot mijn nieuwe aanbod en daarbij een bonus te ontvangen?*"

✓ Referral-programma: Geef iets extra's aan mensen die anderen uitnodigen.

✓ Wees verliefd op je aanbod!!!

# BLUEPRINT

## FASE 1: PRE-PRE-LAUNCH (3 DAGEN) – OPWARMEN & NIEUWSGIERIGHEID OPBOUWEN

Doel: De eerste action takers aanspreken zonder teveel details vrij te geven.

- Subtiele teasers in je stories & e-mails. Denk aan hints, polls of vage stellingen (*“Binnenkort deel ik iets waar je heel blij van gaat worden...”* of *“Ik ben bezig met mijn secret project en omg dit is beter dan al mijn voorgaande producten.”*)
- Gebruik een countdown in je stories voor urgentie.
- Gebruik ook andere polletjes voor interactie en nieuwsgierigheid; (*“Wat denk jij dat dit is of ben jij ook benieuwd naar mijn aanbod?”*)
- Noem een early bird deal of exclusieve kans voor de eerste inschrijvers > early access.
- Speel met FOMO: “Mensen die er vroeg bij zijn, krijgen een bonus!”

## FASE 2: PRE-LAUNCH (WEEK 1) – POSITIONEREN & VERBINDEN

Doel: Mensen in de juiste mindset krijgen en al de eerste verkopen realiseren.

- Gratis bonus-training, checklist of 30 min call (bijv. een mini-masterclass, PDF of korte Q&A).
- Concrete belofte delen, zonder direct alle details te delen of een salespitch te doen. (Bijv. *“Stel je voor dat jij... [gewenst resultaat]”* en dan een kleine hint naar je aanbod.)
- Eerste testimonials delen van mensen die al eerder iets van je kochten (vertrouwen).
- Reels + carousels posten met educatieve of inspirerende content die aansluiten bij je product.
- Story's: Begin met een *“behind-the-scenes”* aanpak (*“Wat als ik je vertel dat je binnen 4 weken resultaat y...”*).
- CTA's: Houd ze speels en luchtig: “Wil je als eerste toegang? Stuur me een DM met [woord]!”

# BLUEPRINT

## FASE 3: LAUNCH (WEEK 2) – DE VERKOOPFASE

Doel: Officieel openen van de deuren en mensen laten kopen.

- Officiële aankondiging + branding actief inzetten. Hier deel je ook pas alle details van je aanbod, en vanaf hier deel je dus je carousel post met alle informatie van a-z.
- Story Q&A: Beantwoord twijfels en weerleg bezwaren.
- Testimonials & succesverhalen delen.
- Vastgepinde post op Instagram: Zorg dat nieuwe bezoekers meteen jouw aanbod zien.
- Live gaan op Instagram: Deel je energie, beantwoord vragen, en benadruk waarom dit hét moment is om in te stappen.

## FASE 4: POST-LAUNCH (7-14 DAGEN NA LAUNCH)

De meeste verkopen gebeuren niet tijdens de launch, maar in de dagen of weken erna. Mensen moeten het eerst 10x zien voor dat ze kopen. Hiermee zet je die laatste twijfelaars alsnog omzet in klanten:

Post-Launch Follow-up Strategie – Voor extra sales na de lancering:

### 1. Urgentie & Scarcity herhalen

- ✓ “Last Call” post & stories – Benadruk dat de deuren echt sluiten (of dat de prijs omhooggaat).
- ✓ Mailing: “Het is nu of nooit” – Deel een persoonlijke mail met case studies en de laatste kans.
- ✓ Extra testimonial of success story delen – Laat zien hoe het werkt voor iemand die al is gestart.
- ✓ Eventuele bonus of extra incentive – Bijvoorbeeld een exclusieve live Q&A voor late instappers.

# BLUEPRINT

## FASE 4: POST-LAUNCH (7-14 DAGEN NA LAUNCH)

### 2. Retargeting & DM-check-ins

✓ Stuur een persoonlijke DM naar warme leads die niet hebben gekocht:

- “Hey [naam], ik zag dat je geïnteresseerd was in [product]. Wat houdt je nog tegen?”

- “Ik heb een paar plekken vrijgehouden voor wie nog wil instappen. Let me know als je erbij wilt zijn!”

✓ Story poll / quiz: Laat mensen aangeven waar ze nog op vastlopen.

✓ E-mail follow-up met bezwaren: Stuur een mail waarin je de meest voorkomende twijfels beantwoordt.

### 3. Nieuwe klanten activeren (voor testimonials & toekomstige launches)

✓ Onboarding post: Laat zien dat mensen zijn gestart (“Wow! Zoveel vrouwen hebben JA gezegd tegen zichzelf! 🎉”).

✓ Check-in na 1-2 weken: Vraag klanten om hun eerste resultaten en moedig hen aan dit te delen.

✓ Vraag om testimonials:

- “Wat is je grootste shift sinds je bent gestart?”

- “Welke twijfel had je vóór je instapte, en wat zou je nu zeggen tegen iemand die twijfelt?”

✓ Behind-the-scenes content: Deel story's over de klanten die NU in jouw traject zitten (zonder direct te verkopen, maar gewoon om nieuwsgierigheid op te wekken).

Met deze aanpak verleng je de energie van je lancering, pak je extra sales mee én bouw je alvast aan je volgende launch. Je kunt zelfs een waitlist openen voor de volgende ronde als je weet dat mensen alsnog willen instappen!