



Velkommen til guiden med workbook

Kvinde kend din værdi og sæt
ord på der sælger

Før vi dykker ned i de mange værdier, du har i dig, og hvordan du kan omsætte dem til indtægt, sådan helt håndgribeligt, så lad mig lige sige:

Vi taler ikke om værdier som livsværdier og kerneværdier, selvom de naturligvis er vigtige for livsglæden og for din forretningsledelse, branding og indholdet i dine produkter.

Vi taler heller ikke værdi i forhold til din betydning som menneske, mor, kvinde, person eller veninde, for den er uomtvistelig.

Dit værd som menneske og din værdi i din forretning er ikke det samme.

Dit værd er din indre tilstand af at føle:

- Du har betydning.
- Du er værdsat.
- Du kan læne ind i vished og glæde om, at dit eget bidrag til verden er værdifuldt.
- Du modtager høj indtægt naturligt og med glæde.
- Du føler glæde og taknemmelighed over at være den, du er.

Guiden med workbook, som du sidder og læser i lige nu, fokuserer på de værdier du har i dig, som reelt sælger og giver dig indtægt, hvis du kommunikerer dem rigtigt ud.

Hvilken fase af din virksomhed er du mon i?

Er du nystartet selvstændig eller ikke startet endnu? Har du været i gang i et år eller to og lever lige nøjagtigt af din virksomhed?

Eller har du faktisk haft stor succes med salg, men kan mærke, at du skal ændre kurs? Eller skalere?

Lige meget hvad, så har du sikkert en viden, faglig passion, værktøjer, ideer m.m., som du har lavet til et eller flere produkter. Eller du ønsker at gøre det.

Det kan være onlinekurser, 1 til 1 forløb, gruppeforløb, uddannelser eller workshop eller måske et infoprodukt?

Udover at føle glæden og spændingen over din egen forretning, så er det helt afgørende:

At sælge kontinuerligt.

For at sælge kontinuerligt er det vigtigt, at det her sker kontinuerligt:

At du giver tilbud, laver kampagner for hvert af de produkter, du vil sælge, og at der dermed sker markedsføring kontinuerligt.

Hvis du har en salgssfunnel med betalt annoncering, behøver du ikke at være på hele tiden. Men organic reach kan også sagtens give dig høj kontinuerlig indtægt, du bruger bare meget mere tid på det.

I al markedsføring er kernen, at du *kommunikerer værdien af det, du bidrager med*, for din målgruppe.

Sådan at dine kunder kan mærke et ja til at "gå til kassen".

Fra værdi i hjerne og hjerte til konkrete markedsføringsord

For at du kan kommunikere værdien af det, du tilbyder, skal værdien "tappes" ud af din hjerne og dit hjerte og over i markedsføringsord, så din kunde kan forstå, at hun/han har brug for din ydelse.

Det afgørende er *ikke*, om din viden er selvlært, om du har særlige metoder, en medfødt evne eller gave, om du har modtaget undervisning på universitetet, på et kursus, på alternative uddannelser, om du har din viden fra et job eller fra bøger, eller om du downloader det fra dit højere selv:

Det vil alt sammen kunne sælge, hvis du hjælper andre mennesker med at løse et problem eller indfri en drøm.

Det afgørende er kommunikationen af værdien.

Når det lykkes, sker der noget magisk. Lidt som at være forelsket, hvor det føles, som om man kan flyve.

Virkeligheden er, at flertallet af nyopstartede selvstændige kvinder oplever, at salg starter med store pinefulde mellemrum. Det bunder ofte i, at kommunikationen af den værdi, de leverer, ikke er skarp, og at der for sjældent kommer et tilbud fra dem. Mange kvinder vægrer sig ved at komme med et tilbud og fortsætte med at kommunikere det *indtil en kampagneperiode er slut*.

Der er også nogen, der oplever ketchup-effekten fra starten. Du ved, man trykker og trykker for at få ketchuppen ud af tuben, og pludseligt ryger "proppen", og det sprøjter ud i rigelige mængder til alle sider.

I salg betyder det "hul igennem", og du oplever en lind strøm af salg og får ret hurtigt fyldt dine kurser, forløb eller hvad du sælger.

Selvom det ikke er en høj procent, der oplever ketchup-effekten i opstarten, vil jeg alligevel nævne det, fordi det sker tilstrækkeligt ofte til, at jeg har en del kvindelige cases i min forretning, hvor det netop sker hurtigt.

Hvis det sker, så har du virkelig ramt nerven, og din kommunikation har været effektiv.

Men selvom du ikke lige rammer salgsnerven i første omgang, så kan du heldigvis gøre det i anden eller tredje omgang. Da jeg oplevede ketchup-effekten, havde jeg haft pænt mange forsøg, før jeg nåede kommunikationen.

Nu har markedsføring og kommunikation været en kompetence i over 10 år, og jeg vil bare sige: Når du har trænet kompetencen op, så ved du, at du *altid* kan sælge!

Det magiske skift sker, når du ved, at du kan sælge.

Det er da, at du kan optimere, maksimere eller skalere, så du opnår endnu mere salg.

Du laver måske nye og flere produkter og har endnu større drømme i det hele taget.

Test: Hvornår er værdien af dit produkt ikke tydeligt kommunikeret?

Hvis vi tager som udgangspunkt, at der er mennesker, der ser dit tilbud, og salg slet ikke sker i løbet af én til tre gange, hvor du markedsfører dit produkt. så er det vigtigt at kigge på kommunikationen. Har du vist værdien på en måde, som dine kunder forstår?

Lige om lidt får du et værktøj, som hjælper dig til straks at vise din målgruppe, hvad værdien er af dit produkt. Altså "what's in it for me", hvilket skal til, for at de kan føle JA til dit produkt.

Lad os dykke længere ned i det.

Først skriver jeg en liste op med værdier, så du kan konstatere, at du faktisk har meget i dig, som du kan tjene penge på. Jeg fører derefter en af værdierne ud, som eksempel, så du kan se, hvad der skal til, for at en værdi kan blive til kroner og ører.

Tjek hvilke værdier, du vil være mere skarp på at kommunikere til dine kunder. Husk at det ikke er enten/eller, men det er en god ide at vælge, hvilken én du vil starte med.

Hvilken værdi i dig vil du blive skarp på at omsætte til indtægt nu?

Din livserfaring:

Hvilken livserfaring har du brug for at få mere frem, som du måske helt har glemt at vise? Eller bare ikke har gjort tydelig?

Når du ved det, kan du på din salgsside skrive:

Jeg har 20 års erfaring med (fill in). Eller jeg har i 8 år (fill in).

Din erfaring gør, at din pris på det produkt, du vil sælge, bliver endnu nemmere at sige ja til.

Skriv i boksen her:

Din viden:

Hvilken del af din viden, skal du bruge til at hjælpe dine drømmekunder med at løse det problem eller indfri den drøm, du tænker på at hjælpe dem med? Der skal hverken mere eller mindre viden med i dit produkt end det, der fører din kunde fra a til b.

Når du har valgt den viden, kan du gå fra at have en nærmest grænseløs vidensbank i dit hoved til at pakke dit produkt i trin, moduler eller lektioner og skrive/sige i din markedsføring:

Når du har gennemført (fill in fængende navn på dit produkt), bliver du i stand til at (fill in hvad de bliver i stand til, som de ikke kunne før).

Du skriver så en liste på en 5 til 6 troværdige punkter.

Det er præcis nu, at din viden er blevet til et indhold, man vil betale for i et forløb, en uddannelse, et kursus, et infoprodukt eller en workshop.

Prøv lige at lave en sådan liste til det produkt du allerhelst vil sælge nu:

Skriv i boksen her:

Din metode:

Hvilken metode har du, som du kan døbe ned et navn og skrive ved dit produkts titel? Du positionerer dig både til højere priser, hvis du har din egen metode, eller en metode, som ikke så mange andre har.

Skriv i boksen her:

Din kreativitet:

Hvilken del af din kreativitet kan du bruge til at gøre noget, andre ikke gør i dine produkter eller markedsføring? Eller ikke så mange andre gør? Eller har du en teknik eller metode indenfor dit kreative felt, som andre gerne vil lære, fordi det opfylder en drøm eller løser et problem for din målgruppe? Din kreativitet kan blive til kroner og ører, når du er tydelig med det.

Skriv i boksen her:

Din historie som storytelling - herunder dine overvundne kriser og udfordringer og succeshistorier:

Det her kan sælge on the spot, når du taler og skriver. Få lavet en storytelling, som virker. Lær håndværket og virkemidlerne.

Find lige nu en historie fra dit liv, som er lidt vovet, hvor du kan se både før og efter. Fokuser på at du fik løst eller forløst et problem, som dine kunder også har brug for at få løst. Eller en drøm der bliver indfriet.

Hvad er det for en hændelse i dit liv, og hvad er dit før og efter?

Eksempel: Før havde jeg problemer med mit syn, men den øjentræningsmetode, jeg lærte, gør, at jeg har smidt brillerne.

Så hele fasen før, du fik løst det problem, som du nu hjælper andre med at løse. skal du beskrive, så man forstår, hvor belastende det var.

Målet er, at din kunde kan spejle sig i din historie. Derefter beskriver du, hvordan du fandt løsningen, og hvordan livet er nu.

Skriv i boksen her:

Dine uddannelser, joberfaring og kurser.

Hold dig ikke tilbage med at liste jobs, kurser og uddannelser op, så du får dem frem på din salgsside under afsnittet: Din faglige baggrund.

Skriv i boksen hvad i din faglige baggrund, du skal have med til at beskrive værdien af din ydelse, Måske noget, du ikke har tænkt på.

De forskellige punkter i din faglige baggrund kan bruges på forskellige måder. Ikke alt i din faglige baggrund er relevant for ethvert produkt, du vil sælge.

For eksempel er det måske ligegyldigt for mit business-forløb, at jeg også er educational psychologist, men fordi jeg skriver det under min faglige baggrund, kan det give vægt i forhold til, at jeg i mit forløb også fokuserer på personlig udvikling, og at man bliver uddannet til businesscoach, mens man selv går vejen.

Skriv i boksen her:

Dine selv lærte kompetencer og hobbies:

Skriv hvad du er totalt god til og bare har lært helt selv. Omsæt det til år, hvor du har behersket det særlige felt. Skriv også hvad du har hjulpet andre med via det selv lærte. Få det kommunikeret, så det giver mening for dit produkt at få det frem på din salgsside, i din SoMe synlighed etc.

Skriv i boksen her:

Dine spirituelle gaver og talenter:

Kan du se andres aura? Har du evnen til at tale med andres guides? Kan du heale?
Kan du kommunikere med dyr eller udregne hændelser, fordi du kan overskue
mange variabler samtidig?

Skriv på din salgsside, hvad andre er blevet hjulpet med på grund af din indre gave
eller dit talent. Skriv det også i din markedsføring på SoMe.

Det gør virkelig noget ved din indtægt.

Skriv i boksen her:

Alle de værdier, du har læst og flere til, kan bruges til din branding, markedsføring
og dine produkter og helt konkret til at tjene penge på.

Med andre ord:

Du er en omvarende værdibombe.

Eksempel på at omsætte din værdi "viden" til indtægt

Er din viden unik? Er der ikke så mange, der har den viden? Eller er der en del
selvstændige, der har den viden, men de ved ikke, hvordan man markedsfører sig,
eller har du en særlig vinkel på den viden, så du kan gribe netop den mulighed?

For at omsætte "viden" til kroner og ører, så skal du tænke:

Hvad hjælper denne viden min kunde med at opnå? Hvad får min kunde løst eller indfriet ved at købe et produkt med den viden?

Tænk på: din viden er ikke bare information, som enhver kan google sig til.

Og husk også, at selvom din viden er fantastisk, og at det har enorm betydning, at du er fagligt passioneret (og måske ligefrem lidt nørdet), så skal du ikke sælge teori og faglighed.

For eksempel kan det være, at du har masser af viden inden for Human Design, fødsel, vegansk mad, tarmsystemet, ledelse, jura, men du sælger det ikke ved at bruge faglige termer.

Du skal derfor være meget omhyggelig med at gå fra fokus på teori og faglighed til markedsføring og kommunikation af værdien af dit produkt.

Du skal derfor i gang med copywriting.

Copywriting hedder det, når vi skriver til vores kunde på en fængende måde, der sælger. Det er simpelthen markedsføringssprog. Alle de steder her i guiden hvor du har fået et værktøj med (fill in), og du arbejder med det, så er du i gang med at mestre copywritingens kunst.

Det er nok #1 færdighed, du skal satse på selv at få.

Eller få hjælp til af en anden. Det er dét der kan sælge ALT. Og jeg vil lige gentage, at når du kan det, så VED du, at du altid kan sælge. Hvordan vil det være at have de kompetencer?

Vi kan alle tale om vores faglighed i timevise og blive ved at videreuddanne os inden for vores felt. Det er også relativt let for mange kvinder at have gode ideer til produkter og at udvikle det.

Copywriting kræver til gengæld øvelse for de fleste, men det er lige her, at din værdi bliver omsat til indtægt.

Basisværktøj til udvikling af titler, der sælger det ved første øjekast

Her nedenfor kommer et basisværktøj, der kan hjælpe dig meget langt, hvis du vælger at bruge det hver gang, du laver titler til dit produkt, dit webinar, din challenge, eller hvad du sælger eller vil have tilmeldinger til.

En sådan titel er copywritingens måske mest centrale del, fordi det er det allerførste, man ser om dit produkt for eksempel på din *Salgsside*.

Hvis ikke titlen rammer, vil folk hoppe fra.

En formel: Sådan kan du sprøjte fængende titler ud i en uendelighed

De tre til fire elementer, du ser her, er byggesten til de fedeste titler:

Smerte + drøm/løsning + tid/trin/varighed (+ indvending)

Eksempel på titel og undertitel inden for kærlighed og parforhold:

*Udlev din spirituelle sexgudinde - Sammen med din mand
Oplev den sammensmeltende kærlighed, I altid har drømt om
på 20 ugers tantra-forløb for par*

I eksemplet ser du problemet (kvinden savner/mangler den dybe spirituelle seksualitet med manden) og drømmen (den sammensmeltende kærlighed og nærhed) og løsningen med varighed (20 ugers tantra-forløb for par).

Forløbet kan eksempelvis koste 16. 18. eller 22.000 kr. per par. Eller mere eller mindre.

Det kan endda være et diplomgivende kursus. Et kursus, som par kan bruge professionelt, hvis de har lyst til at lære det videre til andre, som de selv har fået med.

Mulighederne er uendelige.

Et eksempel mere inden for krop og skønhed:

Sådan får du smukke feminint muskuløse arme på 8 uger

Se blændende godt ud igen med ærmeløse kjoler og toppe – Også som 45+

I nævnte eksempel har jeg koblet en indvending på. Eller rettere en sætning, der har til formål at overvinde en indvending, som målgruppen har. Hvis ikke det stod der, kunne de tænke: Ja ja, det er bare til dem på 25.

Nu er det din tur. Prøv at lave mange eksempler på titler til det produkt, hvor du vil have værdien gjort helt skarp nu. Brug formlen.

Skriv i boksen her.

Vil du skalere din forretning og dermed flerdoble din indtægt?

Hvis du vil skalere, handler det om endnu mere end at gøre din værdi skarp.

Det handler også om:

- At pakke dine produkter rigtigt, så du kan sælge det nemt og hurtigt til mange uden at bruge (ret meget) tid!
- At sælge én til mange i stedet for én til én.
- At få sat automatiserende sekvenser op online.

- At betale for annoncering sammen med din organiske markedsføring, så du kan mangedoble det antal mennesker, du når ud til, og dermed kan du flerdoble din indtægt.

Med andre ord, jo flere penge du vil tjene, jo flere fra din målgruppe skal se dit tilbud og jo mere automatiseret processen er, jo mere tid har du!

Sådan, godt arbejdet – Vælg nu hvad du vil implementere i dag eller i morgen. Hold momentum!