AI AGENCY BLUEPRINT

Hoe Gemakkelijk Een 10k/maand AI Agency Te Starten



Door Bas Meijerink

VOOR IEDEREEN DIE EEN WINSTGEVENDE SIDE HUSTLE WIL STARTEN

AI Agency

BAS MEIJERINK
Auteursrecht © 2026 Bas Meijerink
Alle rechten voorbehouden

Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

Hoe Ik en Mijn Team Je Persoonlijk Kunnen Helpen Om Je Digitale Agency Te Starten, Te Schalen en Te Laten Groeien!

Hé daar, Lezer,

Bas Meijerink hier... mijn doel met dit boek is je alles te geven wat ik denk dat je nodig hebt om je te helpen met het starten, schalen en groeien van je digitale agency...

...ik heb alles wat ik weet en meer in dit boek gestopt.

En ondanks alles... krijgen nog steeds behoorlijk wat mensen die ons om persoonlijke hulp vragen als het gaat om hun agency business....

...En daarom bieden we nu een **GRATIS doorbraaksessie** aan aan alle lezers van AI Agency boek...

Alles wat je hoeft te doen is:

Klik hier om je vandaag gratis doorbraaksessie in te boeken

Op jouw succes,

Bas Meijerink

p.s. Vanwege de hoge aantal aanvragen zijn de plekken voor gratis strategiesessie erg beperkt.

p.p.s. Vergeet niet om toe te treden tot de Facebook Groep van AI Agency:

Klik hier om je aan te melden voor de Facebook Groep

BAS ZIJN BEDRIJF IS GEZIEN IN:



De broers Bas en Jeroen Meijerink helpen vrouwen met 'Een Maatje Minder' om af te vallen

Judith (57) viel 20 kilo af door de methode van Bas en Jeroen: 'Er ging een wereld voor me open'



Marga verloor in een half jaar ruim veertig kilo door anders te gaan eten: 'Mijn doel is 79,9 kilo, dat lijkt me echt gaaf!'

Marga den Besten (55) woog 122 kilo, maar past nu weer in maat 42. 'Ik wil mijn succesverhaal vertellen om anderen te inspireren'.

Met verbazing bekijkt ze een spijkerbroek die ze vorige zomer droeg. „Wat een enorm ding", zucht ze.



Vanessa voor (links) en na haar afvalchallenge

Vanessa valt 20 kilo af dankzij Arnhemse broers: 'Ik ga richting de 75 kilo'

ARNHEM - In coronatijd worden ook mooie initiatieven geboren. Dat bewijst 'Een Maatje Minder'. Bijna bij toeval ontstaan. En meteen al een succes, onder meer bij Vanessa Grijpma-Janssens (39): „Ik zie echt een



Saskia Nagel (52) viel meer dan 30 kilo af en blijft nu ook op gewicht

Saskia woog 116 kilo en nu ruim 30 kilo minder: 'Veel energieker en geen dutjes meer voor ik in de auto stap'

116 kilo woog ze. Ze had veel pijntjes en klachten en zag de toekomst



Jerney Nieuwets is 23 kilo kwijt

PREMIUM

Jerney (37) viel ruim twintig kilo af: 'Niemand heeft mij ooit verteld dat ik te dik was, zelfs mijn man niet'

INTRODUCTIE

In dit boek ga ik je laten zien hoe je een winstgevende AI agency start, laat groeien en automatiseert. Vanaf elke locatie ter wereld, terwijl je zelf bepaalt hoeveel uur je werkt.

Het doel van je AI agency is winst en vrijheid. Niet hogere prijzen, niet status en niet 24/7 werken.

Het tweede doel is een bedrijf bouwen dat op zichzelf kan draaien zonder jouw constante betrokkenheid. Een bedrijf dat je kunt verkopen, mocht je dat ooit willen.

Wat we beslist niet willen is een nieuwe baan creëren waarin jij de enige bent die alles draaiend houdt. Dat is geen agency. In dat geval ben je gewoon een freelancer die zichzelf agency noemt.

Als dit alles je niet als muziek in de oren klinkt, dan is dit boek waarschijnlijk niets voor jou.

Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

MIJN 2,2 MILJOEN AFSLANK BUSINESS **11**
MIJN BUSINESS ZONDER AI AUTOMATION 11
MIJN BUSINESS MET AI AUTOMATION 13
DE 2.0 AGENCY 14
HOOFDSTUK SAMENVATTING 16
TWEE CRUCIALE OVERTUIGINGEN **17**
DE KANS 17
HOGERE PRIJZEN VRAGEN? MISSCHIEN TOCH NIET ZO SLIM 19
VIND JE NICHE EN START JE WINSTGEVENDE AI AGENCY **27**
WAAR AGENCY KLANTEN TE VINDEN 29
KIEZEN WAT VOOR AGENCY TE STARTEN 31
HOOFDSTUK SAMENVATTING 32
BEPAAL EN LEVER JE BELACHELIJK GOEDE AANBOD **32**
WEES DE GESNEDEN KAAS 34
BIEDT OOK HET BROOD, DE BOTER, DE BROODROOSTER EN DE OBER AAN 36
HOE JE ERVOOR ZORGT DAT KLANTEN VAKER TERUGKOMEN EN MEER MENSEN OVER JE VERTELLEN 38
HOE LEVER JE JOUW DIENST 39
LUISTER NAAR JE KLANTEN 40
HOOFDSTUK SAMENVATTING 41
DIT IS HOE JE JOUW EERSTE 3 TESTIMONIALS KRIJGT **42**
HET BELANG VAN BEWIJS 43
HOE KRIJG JE JE EERSTE 3 TESTIMONIALS 43
WAT MAAKT EEN GOEDE TESTIMONIAL? 45
HOOFDSTUK SAMENVATTING 46
CREËER JE VERKOPER WEBSITE **47**
DE SHOWROOM VS. DE VERKOPER 47
DE VERKOPER WEBSITE FORMULE 48
HOOFDSTUK SAMENVATTING 51
LEID HET ONLINE VERKEER NAAR JOUW AGENDA **52**
WAAR VIND JE GRATIS KLANTEN 52
KLANTEN KRIJGEN MET COLD CALLING 53
KLANTEN KRIJGEN VIA LINKEDIN 53
KLANTEN KRIJGEN MET VIDEOBERICHTEN OP INSTAGRAM EN FACEBOOK 54
KLANTEN KRIJGEN MET KOUD E-MAILEN 55
1400% ROI MET BETAALDE ADVERTENTIES (STERK AANBEVOLEN) 55
MIJN 1400% ROI 3-STAPPEN ADVERTENTIESTRATEGIE 57
HET MAKKELIJKSTE GELD DAT JE OOIT ZULT VERDIENEN 60

Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

HOOFDSTUK SAMENVATTING 60
VERDUBBEL JE BEDRIJF MET DEZE 3 STRATEGIEËN 61
MEER LOKALE BEDRIJVEN ALS KLANT KRIJGEN 62
KLANTEN MEER LATEN AFNEMEN 63
KLANTEN INCHECKEN EN UITBREIDEN 64
HOOFDSTUK SAMENVATTING 65
VERVANG JEZELF (AUTOMATISEER & DELEGEER) 65
HOE JE JE BEDRIJF AUTOMATISEERT 66
HOE JE JE BEDRIJF DELEGEERT 68
HOE JE ON-DEMAND MEDEWERKERS INHUURT 71
HOOFDSTUK SAMENVATTING 72
HOE JE ULTRA PRODUCTIEF WORDT 73
HOE IK MEERDERE KEREN IN DE KRANT KWAM EN (GRATIS) HONDERDEN NIEUWE KLANTEN KREEG 75
HOE HET BEGON 75
HET SYSTEEM ERACHTER 77
HOE JIJ DIT KUNT TOEPASSEN OP JOUW AI AGENCY 80
HOOFDSTUK SAMENVATTING 81
HOE JE GRATIS BUSINESSCLASS VLUCHTEN, EVENT TICKETS EN ANDERE DINGEN KRIJGT 82
HOE JE BUSINESSCLASS VLUCHTEN VAN €10.000+ VOOR EEN FRACTIE VAN DE PRIJS KRIJGT 82
PUNTEN VERDIENEN DOOR GELD UIT TE GEVEN 83
HOOFDSTUK SAMENVATTING 84
AFSLUITENDE WOORDEN 85

Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

De mogelijkheden om een succesvolle AI agency op te zetten groeien met de dag. Zeker voor de agencies die AI automations leveren aan lokale bedrijven over de hele wereld. Je kunt dit doen vanuit elke plek ter wereld, je bed, op het strand, in de auto of op het kantoor als dat jouw ding is. Ik heb sinds 2020 een online bedrijf, maar sinds we in 2022 AI begonnen te gebruiken werd alles in mijn bedrijf makkelijker, sneller en winstgevender. Klanten krijgen ging makkelijker, ik deed meer in minder tijd en hoefde minder mensen aan te nemen dan voorheen, allemaal dankzij AI.

Naarmate mijn bedrijf groeide kwamen steeds meer ondernemers naar mij toe om te vragen hoe ik het deed. Ik deelde met hen wat werkte en zag ook vergelijkbare resultaten in hun bedrijven. Dat was het moment waarop ik besefte dat als dit werkt voor mij en andere ondernemers, het ook kan werken voor elk ander bedrijf. En nog belangrijker: het kan zelfs nog beter werken voor degenen die deze bedrijven helpen.

En daarom, toen mijn vrienden me vroegen hoe zij ook online geld konden verdienen, vertelde ik ze dat het installeren van AI automations bij lokale bedrijven de beste manier is. En nadat ik ze had laten zien hoe ze het moesten doen dacht ik: waarom zou ik niet iedereen laten zien hoe ze van deze kans gebruik kunnen maken?

Dit is de eerste keer dat ik het deel in een boek zoals dit, en je zult het een goede informatiebron vinden. Hoogstwaarschijnlijk is dit niet een boek dat je één keer

van voor naar achter leest en daarna in de kast zet, maar eerder een naslagwerk dat je kunt pakken en waaruit je individuele secties kunt lezen op basis van waar je staat met jouw agency.

Als je een fan bent van Tim Ferriss zijn boek 4-Hour de Workweek, dan zal de inhoud van dit boek je aanspreken. Het is namelijk een gedetailleerd stappenplan over hoe je daadwerkelijk een eigen bedrijf opbouwt zoals hij beschrijft. Hierdoor kun je je baan opzeggen (mocht je dat willen), de wereld rondreizen en veel meer tijd doorbrengen met je familie. Heb je al een agency? Dan vind je in dit boek strategieën om meer klanten te krijgen (op de automatische piloot) en minder te werken. Ook ontdek je hoe je verlost raakt van het slopende werk waar de meeste agency eigenaren tegenaan lopen, zoals eindeloze meetings en ontelbare offertes schrijven.

Dit boek geeft je alles wat je nodig hebt om je agency op te starten of te transformeren. Een agency die (meer) omzet draait en uiteindelijk op zichzelf kan draaien zonder jouw constante aanwezigheid.

Ik manage mijn online afslank business geheel remote en dit doe ik in maar een paar uur per week. Dit is niet overdreven, het is het resultaat van AI Automation en het delegeren van werk dat niet geautomatiseerd kon worden.

Dit is het simpele proces wat je zal leren in dit boek:



MIJN 2,2 MILJOEN AFSLANK BUSINESS

Ik startte mijn online afslankbusiness in april 2020, midden in COVID-tijden. Ik deed alles: onze website fixen, posten op social media, online netwerken, projectmanagement, het doen van calls met klanten, het maken van nieuwe digitale producten enzovoorts enzovoorts. Mensen die nu al een agency hebben zullen dit vast herkennen.

Ik was de hele tijd druk, maar desondanks kwamen we geen meter vooruit. Maar nu, op het moment van schrijven, krijgen we zo'n 3-8 nieuwe en goed betalende klanten per week binnen die elk tussen de €2.000 en €4.000 betalen. En dit terwijl het grootste gedeelte van mijn business geautomatiseerd is en ik 1/4e van het werk doe dat ik eerst deed.

Hoe kan het dat ik een winstgevend online bedrijf run in minder tijd dan voorheen? Dat ging natuurlijk niet over 1 nacht ijs en sinds de komst van AI in 2022 is veel mogelijk. Blijf lezen, ik zal je vertellen hoe AI alles veranderde...

MIJN BUSINESS ZONDER AI AUTOMATION

Voordat ik je vertel hoe ik mijn online miljoenenbusiness deze dagen run, moet ik je vertellen hoe ik (en de meeste anderen tot op deze dag) hun

bedrijf runnen. Dit was de manier waarop ik mijn bedrijf runde totdat ik een betere manier vond.

De waarheid is dat de meeste ondernemers niet echt bedrijfseigenaren zijn. Ze zijn eigenlijk gewoon een werknemer of freelancer in hun eigen bedrijf, die al het werk zelf doen. Als ze ziek worden,dan hebben ze een probleem. Als ze een klant verliezen, dan hebben ze een probleem. Ze zijn simpelweg een slaaf van hun eigen bedrijf.



Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken

Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

En niet alleen dat, maar omdat zij de business zijn en de reden zijn waarom de business draait, kunnen ze hun business ook niet verkopen omdat het niet een echte business is. Ze hebben namelijk geen terugkerende systemen en procedures voor het krijgen van klanten en het leveren van hun dienst. Dus hun 'business' is gebaseerd op hoeveel uur ze erin stoppen. En op die manier zitten heel veel bedrijfseigenaren vast.

En mijn online bedrijf was net zo, puur afhankelijk van hoeveel uur ik erin stak.

MIJN BUSINESS MET AI AUTOMATION

En toen kwam in 2022 AI om de hoek kijken. Ik zag meteen dat het potentie had en begon ermee te spelen. In het begin leverde het nog niet zoveel op, maar na verloop van tijd kon ik steeds meer processen in mijn bedrijf automatiseren dankzij AI.

Hierdoor werd alles in mijn bedrijf makkelijker, sneller en winstgevender. Klanten krijgen ging makkelijker, ik deed meer in minder tijd en hoefde minder mensen aan te nemen dan voorheen, allemaal dankzij AI.

Sinds die tijd heb ik ook de onderdelen die niet automatiseerbaar zijn door AI uitbesteed aan freelancers die voor me werken. Hierdoor is mijn bedrijf een geautomatiseerde machine geworden en kan ik zelf

kiezen hoeveel tijd ik hier wekelijks aan werk. Dit is ook mogelijk voor jouw agency en ik zal je uitleggen hoe dit te doen.

DE 2.0 AGENCY

Oké, je wilt dus het geheim weten van een 2.0 agency?

Het geheim is een herhaalbaar systeem dat je automatisch nieuwe klanten oplevert en je dienst aan je klant levert met zo min mogelijk betrokkenheid van jouw kant.

Als je elke maand automatisch nieuwe klanten krijgt, dan zijn alle andere dingen altijd op te lossen. Geen tijd voor het bouwen van AI automations? Geen probleem, je hebt geld om daar iemand voor in te huren. Heb je een nieuwe software nodig om je leven makkelijker te maken? Als je klanten blijven komen, dan koop je het gewoon. Als je €5.000 wil uitgeven aan advertenties, dan doe je dat gewoon, je krijgt toch elke maand nieuwe klanten. Is er een onderdeel wat je minder leuk vindt, dan zoek je daar iemand anders voor. Er komt toch volgende maand weer geld binnen van de nieuwe klanten.

Dit is trouwens ook waarom ik mijn bedrijf niet wil verkopen. De meeste mensen zouden er alles voor over hebben om één grote som geld in één keer te ontvangen. Maar ik weet de waarde van elke maand automatisch

geld binnenkrijgen. €10.000 uitgegeven aan iets dat niet werkte? Geen probleem, volgende maand komt er weer geld binnen.

Natuurlijk kun je het geld investeren zodra je jouw bedrijf verkoopt. Maar het is een mentaal voordeel om te WETEN dat je bankrekening elke maand groeit. Veel mensen die hun bedrijf verkopen belanden in een situatie waarin hun bankrekening maand na maand krimpt. Dus ook al hebben ze een mooie som geld ontvangen, het bedrag op hun rekening wordt maand na maand minder. Dit veroorzaakt een negatieve mindset die leidt tot slechte beslissingen, ook al is de financiële positie eigenlijk prima in orde.

Je hoeft het niet met me eens te zijn, maar ik heb dit om mij heen gezien. Daarom heb ik besloten dat een groeiende bankrekening meer waard is voor mij dan een eenmalige uitbetaling.

Dus ik ga je in dit boek vertellen hoe je AI Automations kan installeren bij lokale bedrijven en ik zal je vertellen hoe je jouw eigen agency kan inrichten zodat het op de automatische piloot verloopt.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Als AI agency eigenaar heb je een keuze te maken. Doe je dit voor de liefde voor het vak, met de droom om een goedbetaalde freelancer of werknemer te worden? Of doe je dit voor de vrijheid die je agency je leven kan brengen? Als het de tweede is (en dat is precies waar dit boek over gaat), moet je beseffen dat de sleutel tot vrijheid en voorspelbaar inkomen het bouwen van herhaalbare systemen is. Systemen om nieuwe klanten te krijgen, je dienst aan hen te leveren en je bedrijf in het algemeen te laten draaien zonder dat jij overal bij betrokken bent.

Dit is ook precies wat je agency aantrekkelijk maakt, mocht je hem ooit willen verkopen voor een grote som geld. Gelukkig is dat alles precies wat je in dit boek gaat leren.

TWEE CRUCIALE OVERTUIGINGEN

Het is belangrijk dat je overtuigingen je niet tegenhouden terwijl je je agency opbouwt. We hebben het al gehad over het verschil tussen een agency eigenaar die zijn bedrijf voor zich laat werken en een hardwerkende freelancer die zichzelf een agency noemt. Ik hoop dat je het verschil duidelijk ziet. De één is een echt bedrijf. De ander is een baan met extra verantwoordelijkheden. Bij de één doen andere mensen het zware werk, bij de ander doe jij al het zware werk zelf.

Je moet er zeker van zijn dat je een agency bouwt en geen nieuwe baan. Dat is niet waarom je hier bent en dit leest. Er zijn nog twee dingen die ik wil dat je begrijpt. Ten eerste moet je inzien dat de online kansen met AI met de dag groeien. De mogelijkheden zijn oneindig.

DE KANS

"Er zijn eindeloze online mogelijkheden voor het toepassen van AI" is de eerste overtuiging die je nodig hebt. Er zijn letterlijk miljoenen bedrijven wereldwijd die kunnen profiteren van AI. Het internet is een steeds groter wordend onderdeel van ons leven. Dit geldt zowel voor ons persoonlijk als voor bedrijven en daar ligt de kans.

Hoeveel bedrijven denk je dat meer reviews willen? Veel. Hoeveel bedrijven denk je dat een nieuwe website willen? Veel. Hoeveel bedrijven zijn er op zoek naar nieuwe klanten en hebben hulp nodig om deze klanten te werven? Ontelbaar veel!

Voor alles wat bedrijven online doen, ligt er een kans voor een agency om dit met AI voor hen te doen en makkelijker te maken. Dat kan jouw agency zijn.

Het andere wat je moet beseffen is dat er voortdurend veranderingen plaatsvinden. Terwijl jij dit leest, missen duizenden bedrijven elke dag omzet. Dit omdat ze simpelweg niet snel genoeg reageren op gemiste oproepen, geen reviews verzamelen van tevreden klanten en geïnteresseerde klanten laten wegglippen zonder ooit een reminder berichtje te sturen.

Maar met AI ontstond plotseling een nieuwe kans. AI kan namelijk systemen automatiseren (ook wel AI-automation genoemd) en deze systemen werken 24/7 voor bedrijven. Reviews verzamelen. Gemiste oproepen omzetten in gesprekken. Klanten terugbrengen die anders voorgoed verloren waren gegaan. En zo kon er zomaar een nieuw type agency geboren worden. Een AI agency.

Als je bijhoudt wat er speelt bij lokale bedrijven, dan vind je volop kansen voor een AI agency.

Dat gezegd hebbende, moeten we iets bespreken dat je agency helpt om meer nieuwe klanten te krijgen.

HOGERE PRIJZEN VRAGEN? MISSCHIEN TOCH NIET ZO SLIM

"Het doel is vrijheid en winst, niet hogere prijzen". Dat is de tweede overtuiging die je moet aanhouden. Als je al geprikkeld bent door deze zin, haal dan diep adem, houd een open mind en lees verder. Dit is een zeer belangrijk onderdeel.

99% van de mensen zal het hier meteen niet mee eens zijn, totdat ze me hebben uitgehoord en het op mijn manier hebben geprobeerd. De meeste mensen zullen je namelijk iets vertellen als: "Wil je meer verdienen? Verdubbel je prijzen." Klinkt logisch, toch? Ik ben hier om je het tegenovergestelde te vertellen.

Voordat we verder gaan, is er iets specifiek aan jouw AI agency dat dit punt extra krachtig maakt. Bij een traditionele agency werk je op projectbasis: elke nieuwe klant betekent in principe nieuw werk en hogere prijzen lijken dan de enige weg naar meer winst. Maar bij jouw AI agency werkt het anders. Je zet de automations één keer op voor een lokaal bedrijf en daarna onderhoud je ze. Het bedrijf betaalt je maandelijks, vaak ergens rond de €297 per maand. Ze betalen niet voor nieuw werk elke maand, maar omdat de automations continu waarde blijven leveren. Reviews die binnenstromen.

Oproepen die worden opgevolgd. Klanten die terugkomen. En onderaan de streep zorgt dit ervoor dat meer klanten hun dienst of product afnemen.

Voor het lokale bedrijf voelt dit uiteindelijk niet als "een dienst inkopen", maar als een van de vaste bedrijfskosten. Net zoals hun huur, gas, water of telefoonrekening. AI Automations wordt iets waar ze gewoon niet meer zonder willen, omdat het ze zoveel meer geld oplevert dan dat het ze kost.

Dit verandert de hele rekensom rondom prijzen. Je kunt nog steeds high-end maatwerk aanbieden aan de achterkant, maar als je klanten gemakkelijk 'ja' wil laten zeggen op je aanbod, is een hoge instapprijs aan de voorkant niet de juiste aanpak. Er zijn namelijk meerdere problemen met het vragen van hogere prijzen. Laten we er een aantal bespreken.

#1 HET DOEL IS MEER WINST EN VRIJHEID, NIET HOGERE PRIJZEN

Besef allereerst dat het doel van jouw Agency is om een winstgevende machine te creëren die zonder jou kan draaien. Deze machine moet nieuwe klanten aantrekken en je dienst aan hen leveren zonder jouw betrokkenheid. Met dat in gedachten: als je €5.000 of €1.000 winst per maand kon maken, wat zou je dan liever hebben?

Uiteraard de €5.000. Maar wat als ik je vertelde dat het bedrijf met €5.000 winst aanzienlijk minder rekende voor een vergelijkbare dienst dan het bedrijf met €1.000 winst. Zou je dat erg vinden? Zou je het erg vinden dat jouw bedrijf minder rekende dan het andere bedrijf? Of zou de winst en de vrijheid zijn waar je écht om geeft?

Winst en vrijheid, toch?

De reden dat ik dit voorbeeld aanhaal is omdat hogere prijzen vragen niet het einddoel is in jouw AI Agency. Meer winst en vrijheid is jouw doel.

Laten we nu zeggen dat je een freelancer bent die zichzelf agency noemt en die slechts om de paar maanden één nieuwe klant binnenhaalt.

Dan begrijp je meteen waarom hogere prijzen zo aantrekkelijk voor hen zijn. Ten eerste zou het hen daadwerkelijk meer winst opleveren omdat ze zo weinig klanten hebben, maar het zou ook hun ego een boost geven.

Want onthoud, ze runnen geen echt bedrijf, zij zijn het bedrijf. Dus als ze hogere prijzen vragen, moet dat wel betekenen dat ze meer waard zijn. Dit omdat hun prijzen een weerspiegeling zijn van henzelf als persoon en hun vaardigheden. Maar heel eerlijk: dat interesseert ons niet als AI agency eigenaren.

Wij zijn niet onze agency, we bezitten de agency alleen. We creëren een machine die een apart geheel is van onszelf.

Het maakt ons eigenlijk niet uit hoeveel onze dienst en software kost, zolang het de meeste winst en vrijheid oplevert en het onze langetermijnvisie niet schaad. Ik heb niets tegen hoge prijzen vragen, maar je moet alleen beseffen dat het in veel gevallen tegen je kan werken in je zoektocht naar vrijheid.

#2 HOE LAGER JE PRIJZEN, HOE MEER LOKALE BEDRIJVEN ZE KUNNEN BETALEN
Dit is een wiskundige zekerheid in onze wereld. Er zijn meer lokale bedrijven met een beperkt marketingbudget dan lokale bedrijven die bulken van het geld. Daarom zijn goedkopere diensten voor veel meer bedrijven betaalbaar dan premiumdiensten. Dus hoe lager je instapprijs, hoe meer bedrijven bij je kunnen instappen.

En dit is waar het verdienmodel van een AI agency zijn ware kracht laat zien: veel klanten hebben is niet alleen beter vanuit een zakelijk oogpunt. Het is ook weinig extra werk, omdat elke klant draait op een systeem dat je al hebt opgezet. Een traditionele freelancer zou zeggen dat meer klanten betekent dat je meer mensen moet managen. Maar bij jou betekent meer klanten vooral meer terugkerende maandelijkse inkomsten, met relatief beperkte extra inspanning per klant. Meer klanten betekent ook meer stabiliteit. Als er eentje

wegvalt, dan voel je dat veel minder en heb je snel een nieuwe gevonden.

#3 MET HOGERE PRIJZEN KOMEN HOGERE VERWACHTINGEN

Dit is nog een zeer belangrijk punt waar niemand over lijkt na te denken. Stel je voor dat je een Facebook advertentie agency runt en je beheert advertenties voor klanten. Stel dat je €1.500 per maand per klant vraagt en je overweegt je prijs te verhogen naar €3.000 per maand. Beantwoord voordat je dat doet de volgende vraag: wat moet er gebeuren zodat je klant je maand na maand wil blijven inhuren? Je moet hen meer geld opleveren dan het hen kost om jou in te huren.

Als je je prijs verhoogt naar €3.000 maak je je werk twee keer zo moeilijk. Dus ook al krijg je een klant zover dat hij ja zegt tegen €3.000 per maand, wat als hij na 1 maand opzegt? En wat als hij 12 maanden was gebleven als je €297 per maand had gevraagd, omdat dat voor hem aanvoelde als een vanzelfsprekende bedrijfskosten in plaats van een grote uitgave? Ga er niet zomaar van uit dat een hogere prijs je meer geld oplevert. Hoe meer je rekent, hoe hoger de verwachtingen zijn en dat is terecht.

#4 JE KRIJGT TERUGBETALINGEN ONGEACHT WAT JE DIENST OF PRODUCT KOST

Nog iets om te beseffen: je agency krijgt hoe dan ook terugbetalingen, ongeacht wat je rekent. Of het nu €10 of €10.000 is. Stel dat je 2 klanten hebt à €5.000 per stuk, samen €10.000. Of stel dat je 35 klanten hebt à €297, ook ongeveer €10.000. Stel nu dat je een terugbetalingsverzoek krijgt. Een terugbetaling van €5.000 ruïneert je maand. Een terugbetaling van €297 ruïneert hooguit je middag. Ik heb beide meegemaakt, en ik weet welke ik liever neem.

#5 EEN GEBREK AAN VOLUME AAN KLANTEN LEIDT TOT EEN GEBREK AAN SYSTEMEN EN PROCEDURES

Dit is geen wiskundig feit, het is gewoon de realiteit in de meeste gevallen. Laten we onthouden wat het doel is van jouw AI Agency. Het doel is om winst en vrijheid voor jezelf te creëren. Een belangrijk onderdeel van jouw AI agency laten werken zonder jou is automatiseren en delegeren, zodat de machine blijft draaien.

Een van de problemen die je tegenkomt wanneer je een premiumprijs vraagt is dat je, naast minder mensen aan wie je kunt verkopen, ook meer moeite moet doen om de verkoop te maken. Dit is niet altijd waar, maar in de meeste gevallen is dit wel zo. Dit betekent dat je met

premiumprijs doorgaans minder klanten hebt dan iemand die werkt met een toegankelijke, vaste instapprijs.

Als ik kon kiezen tussen 2 AI-agencies, beide met €10.000 omzet per maand, één met 35 klanten à €297 en één met 1 klant à €10.000, dan zou ik elke dag van de week voor 35 klanten kiezen. Niet alleen omdat het stabieler is, maar ook omdat elke klant draait op hetzelfde systeem dat je al hebt gebouwd. Je voegt geen klant toe en begint weer bij nul, je voegt een klant toe aan een machine die al loopt.

Wanneer je 35 klanten hebt, ben je bijna gedwongen om systemen en procedures te bouwen, want zonder organisatie en structuur kun je nooit op die schaal blijven leveren. En daarnaast heb je 35 kansen om meer high-end diensten aan te bieden zoals SEO, betaalde advertenties of custom AI-oplossingen.

Als je 1 klant hebt à €10.000, waar denk je dan dat je je tijd aan besteedt? Juist, het binnenhalen van je volgende klant en hopen dat deze ene niet opzegt. Agencies met hoge prijzen en weinig klanten belanden doorgaans in een eindeloze cyclus van het werven van de volgende klant, terwijl agencies met een hoog volume aan klanten hun tijd besteden aan het verder optimaliseren van hun systemen. Een klant van €10.000 klinkt cool op social media, maar niet voor degene die het bedrijf moet runnen. De meeste mensen

willen namelijk een geautomatiseerde machine die winst en nieuwe klanten op de automatische piloot uitspuugt, niet de afhankelijkheid van één grote, fragiele deal.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Hoewel hogere prijzen vragen klinkt als het beste idee ooit, merk je in de praktijk dat het niet zo goed is als het klinkt. Bij een traditionele agency lijkt een hogere prijs de enige weg naar meer winst, dit omdat elke klant nieuw werk betekent. Maar jouw AI Agency werkt anders: je zet de automations één keer op en onderhoudt ze daarna, waardoor een lage, vaste instapprijs (zoals €297 per maand) voor het lokale bedrijf aanvoelt als een vanzelfsprekende bedrijfskosten in plaats van een grote uitgave.

Dit betekent niet dat je uiteindelijk minder verdient. Jouw goedkoopste aanbod ligt rond de €297 per maand, en toch heb je de kans dat een klant uiteindelijk meer dan €1.000 per maand betaalt. Dit omdat meer klanten tegen een toegankelijke prijs je niet alleen stabielere inkomsten oplevert, maar ook meer kansen om high-end diensten zoals SEO, betaalde advertenties of custom AI-oplossingen te verkopen.

Onthoud: jij bent niet jouw agency, dus je prijzen zijn geen weerspiegeling van jou of je waarde. Als je het hebt over het rekenen van geld voor je eigen tijd als freelancer of consultant, is dat een ander onderwerp.

Het is ook de moeite waard te vermelden dat als je de verkoop delegeert aan iemand anders die automatisch nieuwe klanten voor de premiumprijs voor je binnenhaalt, dat geweldig is. Dit hoofdstuk is niet bedoeld om aan te tonen dat premiumprijs nooit het antwoord is, alleen om te laten zien dat het niet automatisch het antwoord is op je problemen. Ik geloof dat de meeste AI agency eigenaren daadwerkelijk meer winst en vrijheid zouden halen uit het verlagen van hun prijzen.

VIND JE NICHE EN START JE WINSTGEVENDE AI AGENCY

Er zijn talloze lokale bedrijven die veel voordeel hebben van AI automation. Dit betekent dat er veel kans is om een succesvolle AI Agency op te zetten.

Praktisch elk bedrijf kan meer klanten, meer reviews, terugkerende klanten en automatisering van hun bedrijfsvoering gebruiken. Deze bedrijven willen ook betalen om dit voor hen te laten doen. Jij kunt met jouw AI agency deze bedrijven helpen.

In dit hoofdstuk wil ik je een lijst met lokale bedrijven geven om uit te kiezen en je laten zien waar je je eigen klanten kunt vinden. Hier zijn 40 lokale bedrijven die gegarandeerd voordeel zullen ervaren van AI automations.

1.	Barbershops	21.	Loodgieters
2.	Kappers	22.	Elektriciens
3.	Wellnesscentra's	23.	Cosmetische tandarts
4.	Masseurs	24.	Makelaars
5.	Trimsalon	25.	Advocaat
6.	Salons	26.	Tuinmannen
7.	Medische salons	27.	Slotenmakers
8.	Cardetailing	28.	Fysio's
9.	Schoonmaakbedrijven	29.	Chiropractors
10.	Nagelstudios	30.	Plastische chirurgen
11.	Dierenarts	31.	Garages
12.	Boot tours	32.	Badkamer renovatie
13.	Tandartsen	33.	Keuken renovatie
14.	Tattooshop	34.	Kinderopvang
15.	Piercingshop	35.	Glazenwasser
16.	Personal trainers	36.	Schilder
17.	Gyms	37.	Ongediertebestrijder
18.	Fotografen	38.	Opticien
19.	Warmte/airco bedrijven	39.	Logopedist
20.	Dakdekkers	40.	Boekhoudens/accountants

WAAR AGENCY KLANTEN TE VINDEN

De bovenstaande lijst zou meer dan genoeg moeten zijn om een agency klant te vinden die je aanspreekt. Echter wil ik je ook een aantal tools meegeven zodat je zelf nieuwe klanten kunt vinden.

De beste manier om de juiste AI agency klanten te vinden is niet te beginnen met de technologie of het systeem, maar met het probleem dat lokale bedrijven hebben en waardoor ze geld verliezen. Of nog beter, begin met de vraag: waar laten bedrijven al dagelijks omzet liggen?

Een slimme AI agency eigenaar gaat achter een klein marktaandeel in een grote markt aan, in plaats van te proberen vraag te creëren die nog niet bestaat. En die grote markt bestaat al, het zijn de honderdduizenden lokale bedrijven in Nederland en België die elke dag omzet mislopen zonder het te beseffen.

Dus, waar laten lokale bedrijven geld liggen? Als je naar de bovenstaande lijst kijkt, zie je het patroon meteen. Een gemiste oproep die niet wordt opgevolgd is een verloren klant. Een tevreden klant die geen reviewverzoek krijgt is een gemiste Google review. Een lead die na het eerste contact niets meer hoort verdwijnt naar de concurrent. Dit zijn problemen die elk lokaal bedrijf herkent en waar ze graag voor betalen als jij ze oplost.

Een andere manier om erachter te komen waar lokale bedrijven mee worstelen is om simpelweg met ze te praten. Bezoek een kapper, een tandarts, een garagebedrijf en vraag hoeveel gemiste oproepen ze per week hebben. Vraag wanneer ze voor het laatst een klant actief om een review hebben gevraagd. Vraag of ze een systeem hebben om potentieel geïnteresseerde klanten automatisch op te volgen. Het antwoord is bijna altijd nee, nee en nee.

Ik was verbaasd toen ik ontdekte hoeveel lokale bedrijven nog steeds alles handmatig doen of helemaal niets doen. Geen automatische opvolging, geen review systeem, geen opvolging bij een gemist telefoontje. Als ik morgen een nieuwe AI agency zou starten, zou ik voor 100% beginnen met één niche. Denk bijvoorbeeld aan kappers en barbers. Ik zou daar een perfect AI Automation systeem voor maken. Zodra dat goed werkt, dan zou ik uitbreiden naar andere lokale bedrijven met vergelijkbare diensten. Denk aan trimsalons.

Wat ik wil dat je uit dit hoofdstuk meeneemt is het idee om je agency te bouwen op basis van problemen die lokale bedrijven al hebben en al geld aan verliezen, niet op basis van ‘een gat in de markt’ die jij ziet. De beste AI agency is niet de meest technische, maar de meest relevante.

KIEZEN WAT VOOR AGENCY TE STARTEN

Kies een niche uit de lijst hierboven die jou aanspreekt. Dat is alles. Je hoeft geen uitgebreid marktonderzoek te doen of concurrenten te analyseren, wij werken met vaste prijzen voor iedereen. Geen offertes, geen onderhandelingen, geen eindeloze heen-en-weer discussies over wat de klant nodig heeft. De prijs staat vast, het aanbod staat vast en dat maakt het hele verkoopproces radicaal eenvoudiger.

Je kunt ook tools zoals Google Maps gebruiken om een gevoel te krijgen voor de grootte van de niche. Typ "kapper" in een willekeurige stad en vermenigvuldig dat met alle steden in het land. De markt is groter dan je denkt. Dit zal je het vertrouwen geven dat er meer dan genoeg potentiële klanten op je wachten.

Later in dit boek behandelen we hoe je een website maakt die specifiek is, een zeer duidelijk aanbod heeft en de bezoeker direct de mogelijkheid geeft om een gesprek in te boeken. Dit is anders dan bij de meeste agencies. Zij hebben een lang en moeizaam aankoopproces: de bezoeker vult een contactformulier in en wacht op een reactie. Er volgen heen-en-weer discussies over wat de potentiële klant nodig heeft, gevolgd door gedetailleerde offertes die uren kosten om te maken. Die offertes worden vervolgens begroet met stilte van de potentiële klant, waardoor er dus veel tijd verspilt is voordat er ook maar 1 euro binnen is.

De waarheid is: als je een niche kiest waar genoeg lokale bedrijven actief zijn, maakt het niet zo veel uit welke je kiest. Jouw consistentie in het uitvoeren bepaalt het succes of falen van je agency.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Bij het starten van een AI agency is het altijd verstandig om een niche te kiezen waar al genoeg vraag naar bestaat. Dit betekent dat er veel bedrijven zijn in die niche en dat schrikt mensen vaak af. Maar het is veel verstandiger om 1% van een grote markt te pakken dan 90% van een kleine. Lokale bedrijven lopen al jaren omzet mis door gemiste oproepen, slechte klantopvolging en het gebrek aan reviews. De vraag bestaat al. Gebruik Google Maps om te bevestigen dat jouw gekozen niche groot genoeg is en kies vervolgens voor die niche.

BEPAAL EN LEVER JE BELACHELIJK GOEDE AANBOD

"Vliegen hoeft niet duur te zijn", dat is in essentie de belofte die Michael O'Leary, de CEO van Ryanair, de wereld deed. Mijn eerste vlucht met hen was naar Lissabon. Ik koos hen puur voor de lage prijs. €29 enkele reis. Ik kon het niet geloven. Maar tegen de tijd dat ik had ingecheckt, een stoel had gekozen en mijn

koffer had toegevoegd, had ik drie keer zoveel betaald als die oorspronkelijke €29. En toch was het nog steeds goedkoper uit dan bij elke andere maatschappij.

Dat is het genie van Ryanair. Ze lokken je binnen met een belachelijk goed aanbod en verdienen hun geld aan de add-ons. De basisprijs is zo laag dat je niet kunt weigeren. En zodra je klant bent, kopen de meeste mensen toch extra's.

Hoe dan ook, het punt dat ik wilde maken voordat ik begon te praten over vliegreizen is dit: wanneer je een Ryanair-vlucht boekt dan boek je zelden alleen de vlucht. Het is een belachelijk goed aanbod. Als je ook maar een beetje bagage hebt, dan koop je dat bij. Dit is het denken dat we nastreven met jouw aanbod.

Dit hoofdstuk is zeer belangrijk, want ik ga ook een van de belangrijkste dingen uitleggen die een succesvolle AI agency onderscheidt van een worstelende freelancer die per project onderhandelt.

Een gestroomlijnde AI agency heeft één pakket aan de voorkant: de klant weet precies wat ze krijgen en wat het kost. Geen verrassingen, geen onderhandelingen en geen maatwerk.

De meeste agencies denken gebrekkig. Ze vertellen zichzelf: "Wij bieden maatwerk aan, elke klant is anders en heeft andere behoeften, daarom heeft elk project een andere prijs." Zie je het probleem hier?

Doordat ze elk project behandelen als volledig anders dan de vorige, kunnen ze hun aanbod nooit standaardiseren. Dit leidt tot eindeloze online meetings om de behoeften in kaart te brengen, offertes die uren kosten om te maken, follow-up gesprekken om te checken of alles naar wens is en nog meer gesprekken na de levering. Dit is een wekenlang proces voor één klant.

Wij doen dat anders. Wij voeren ook een gesprek, maar dat gesprek heeft één doel: een ja of nee op je standaard aanbod. Geen behoefteanalyse, geen maatwerk, geen eindeloos heen en weer. Het pakket staat vast. De prijs staat vast. Het enige wat de klant hoeft te beslissen is of ze willen instappen.

Wanneer ik zeg "belachelijk goed aanbod" bedoel ik een gestandaardiseerd pakket dat zo aantrekkelijk geprijsd is dat lokale bedrijven er bijna niet omheen kunnen en dat na één kort gesprek direct kan worden afgenomen. Dit is slechts de voorkant van je bedrijf. Want net als Ryanair verdien je je echte geld aan wat er daarna komt.

WEES DE GESNEDEN KAAS

Wat is het verschil tussen een blok kaas en gesneden, verpakte kaas? Het is hetzelfde ruwe materiaal, maar de gesneden kaas is doorgaans duurder terwijl het ook nog eens minder kaas is. De reden waarom ze meer kunnen vragen voor minder is omdat gesneden kaas een specifieke oplossing is voor een specifiek probleem. Het

is klaar om op een boterham gelegd te worden. Een blok kaas moet eerst worden voorbereid. Gesneden, in plakjes gemaakt, geraspt wat je maar wilt.

Dezelfde gedachtegang is van toepassing op jouw AI agency. Het gaat niet zozeer om meer vragen voor minder (hoewel dat ook fijn is), maar om het gebrek aan verwarring over welk probleem je oplost.

Bezoek de AI agency websites en je vindt een vage headline zoals "wij automatiseren jouw bedrijfsprocessen met AI." Klinkt indrukwekkend, maar het zegt niets. Welk probleem los je op? Voor wie? En wat krijg ik precies?

Jouw headline moet dat in één zin duidelijk maken. Bijvoorbeeld: "Wij helpen kappers nooit meer een afspraak te missen, dankzij AI die voor je werkt terwijl jij knipt." Dat is gesneden kaas. Specifiek, klaar om te gebruiken, en de klant weet meteen of het voor hem is.

Dus wat we moeten doen met jouw agency is ervoor zorgen dat je glashelder krijgt welk probleem je oplost en dat presenteren op je website. Dit zodat er geen enkele verwarring is over wat je verkoopt en waarom potentiële klanten jouw klant moeten worden.

Wees de gesneden kaas, niet het blok kaas.

In dit AI agency model focussen we ons volledig op het Voor-Jou-Gedaan model. Jij installeert en beheert alles voor het lokale bedrijf en zij hoeven nergens naar om te kijken. De reden is simpel: dit is het enige model dat

zorgt voor terugkerende maandelijkse inkomsten. De automations moeten immers blijven draaien en dat is jouw verantwoordelijkheid. Dat maakt jouw agency voorspelbaar winstgevend. We gaan dus niet voor eenmalige projecten, maar terugkerende inkomsten maand na maand.

BIEDT OOK HET BROOD, DE BOTER, DE BROODROOSTER EN DE OBER AAN

Nog een zeer belangrijk ding om te beseffen is dat de sleutel tot het maximaal winstgevend maken van je agency is om meer te verkopen dan alleen je AI automations. Je kunt beginnen met alleen de review autoamtion en dat werkt. Maar als je verder niks anders aanbied aan deze klant, dan laat je geld op tafel liggen. Want zodra je een klant hebt die tevreden is met jouw werk, dan is er geen makkelijker moment om hem meer te verkopen dan precies op dat moment.

Vraag jezelf af: wat zou een kapper die net zijn eerste automation heeft draaien nog meer nodig hebben? Hij wil dat tevreden klanten automatisch reviews achterlaten. Hij wil dat oude klanten automatisch worden teruggebracht. En als die automations eenmaal draaien en hij ziet de resultaten, dan wil hij misschien ook bovenaan Google staan of een chatbot die bezoekers op zijn website direct omzet in afspraken.

Een bepaald percentage van je klanten zal altijd meer willen en dit is een cruciaal onderdeel van het winstgevend maken van jouw AI-agency.

In onze AI agency zijn dit de standaard automations:

- Missed call text back (gemiste oproepen automatisch opvolgt door AI met een whatsapp of SMS)
- Review automation (automatisch reviews verzamelen na elk bezoek)
- Remarketing campagne (oude klanten automatisch terugbrengen)

Zodra de klant tevreden is en de resultaten ziet, bieden we meer aan:

- SEO (bovenaan Google verschijnen in het gebied waar ze actief zijn)
- Paid ads (betaalde advertenties om nieuwe klanten aan te trekken)
- Custom AI chatbots (een chatbot die bezoekers automatisch omzet in afspraken)

Het effect van dit alles? Ons aanbod aan de voorkant is aantrekkelijk geprijsd om de drempel laag te houden, maar onze gemiddelde klant groeit door naar een uitgebreider pakket. Het mooie is dat we uiteindelijk premium inkomsten genereren, maar de klant binnenhalen met een toegankelijke instapprijs. Dit is het geheim van een winstgevende AI agency.

Het is net als de ijsberganalogie. Wat de klant eerst ziet is slechts het topje, de grootste winst per klant komt van de extra diensten die je aan tevreden klanten aanbiedt.

HOE JE ERVOOR ZORGT DAT KLANTEN VAKER TERUGKOMEN EN MEER MENSEN OVER JE VERTELLEN

Simpelweg door het leveren van kwaliteit. Het probleem toen ik mijn bedrijf startte was tweeledig: ik bood een middelmatige dienst aan tegen een te hoge prijs. Toen ik mijn prijzen verlaagde hadden we in ieder geval een middelmatig aanbod tegen lage prijzen. Zeker een stap in de goede richting, maar de echte doorbraak kwam pas toen ik de kwaliteit verbeterde.

In het begin werkte ik met goedkope freelancers uit India om kosten te besparen. Op papier logisch, voor een fractie van de prijs kreeg ik iemand die de technische kant begreep. Maar in de praktijk was het een puinhoop. Tijdsverschillen, taalbarrières en eindeloze heen-en-weer communicatie. Elke kleine aanpassing kostte drie keer zoveel tijd als nodig.

Op een dag besloot ik het te proberen met een Nederlandse freelancer met echte ervaring. Het kostte me drie keer zoveel, maar ik wist dat het slechtste scenario was dat ik haar simpelweg niet opnieuw zou inhuren.

De kettingreactie van goede dingen die volgden was ongelooflijk. Ze begreep de klanten meteen. Ze kon direct schakelen zonder dat ik als tussenpersoon hoefde op te treden. De kwaliteit was vanaf het begin hoger, klanten waren tevredener en we kregen voor het eerst spontaan bestaande klanten die hun vrienden en familie naar ons doorverwezen. Dat was tot dan toe ongekend.

Ook al betaalde ik drie keer meer, de investering betaalde zich vele malen terug. Het grootste voordeel van werken met kwaliteitsmensen die meer kosten is dat ze hun eigen problemen oplossen in plaats van jou ermee lastig te vallen. En dat is precies hoe je echte vrijheid krijgt in je agency.

HOE LEVER JE JOUW DIENST

Je hoeft niet persoonlijk te weten hoe je de AI automations technisch installeert die je agency verkoopt. Het is zelfs beter als je dat niet doet. Dit dwingt je om andere mensen het werk te laten doen en voorkomt het "ik doe het zelf wel even" denken. Dat is de snelste manier om als freelancer te eindigen, niet als agency.

Een heel slimme manier om je agency te runnen is om te werken met kant-en-klare systemen en templates in plaats van alles vanaf nul op te bouwen. In ons geval werken we met GoHighLevel, dat is een platform dat speciaal gebouwd is voor agencies en dat al de tools

bevat die je nodig hebt: automations, CRM, review systemen, remarketing campagnes en meer. Dit stelt je in staat om het zware technische werk over te slaan en de systemen simpelweg in te stellen en aan te passen aan de wensen van het lokale bedrijf.

Het werk is net zo professioneel als wanneer je alles vanaf nul had gebouwd, het verschil zit niet in de kwaliteit, alleen in de snelheid. Wat je zult merken is dat bijna geen enkel lokaal bedrijf zich druk maakt over hoe het technisch in elkaar zit. Ze willen gewoon dat het werkt.

Er is echter een geweldige kans om maatwerk aan te bieden aan de 10-20% van je klanten die meer willen. Denk aan een custom AI chatbot bijvoorbeeld of een volledig op maat gebouwde automation flow. En daar mag je natuurlijk meer voor rekenen. Deze manier van werken is ook wat je in staat stelt om een belachelijk goed aanbod te maken tegen betaalbare prijzen.

LUISTER NAAR JE KLANTEN

Nog iets wat ik wil opmerken als het gaat om het uitbreiden van je aanbod is om je oren open te houden. Lokale bedrijven zullen je om andere dingen vragen en de aanvragen die vaak terugkomen zijn de beste om aan al je klanten aan te bieden.

Veel lokale bedrijven zullen hun AI agency eigenaar bijvoorbeeld vragen om ook hun Google Mijn Bedrijf profiel te optimaliseren nadat de review automation is geïnstalleerd. Dit omdat als er meer reviews binnenkomen, dan wil je als bedrijf ook dat je profiel er professioneel uitziet. Uiteindelijk kan je hier dus een standaard extra service van maken.

Houd een lijst bij van wat lokale bedrijven je vragen. Zodra je een verzoek meer dan één keer hebt gehoord, dan is de kans groot dat je dat elke klant kan aanbieden.

Verwacht niet dat lokale bedrijven zelf op het idee komen om je andere diensten te kopen. Je moet ze actief benaderen. Als we alle klanten vragen of ze ook afspraakherinneringen willen, dan verkopen we er meer van dan wanneer we wachten tot ze er zelf om vragen.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Het belangrijkste onderdeel van het opzetten van je succesvolle AI agency is het creëren van een aanbod dat zo goed is dat lokale bedrijven er bijna niet omheen kunnen. Denk aan Ryanair: €29 enkele reis naar Lissabon. Dat is zo goed, je kunt niet weigeren. En zodra je besloten hebt om te gaan, dan koop je toch die extra bagage. Zo werkt jouw agency ook.

Zorg ervoor dat je één helder, gestandaardiseerd pakket hebt met een vaste prijs. Geen offertes, geen onderhandelingen, geen eindeloos heen en weer. Je

doet slechts een gesprek dat leidt tot een ja of nee. Zodra lokale bedrijven instappen met je AI automations pakket aan de voorkant zoals missed call text back, review automation en remarketing, bouw je van daaruit verder naar high-end diensten zoals SEO, betaalde advertenties en custom AI chatbots.

Een van de beste manieren om erachter te komen wat je nog meer kunt aanbieden is simpelweg te luisteren naar wat lokale bedrijven je vragen. Schrijf elk verzoek op en herken de patronen. Zodra je iets meer dan één keer hoort, dan is de kans groot dat je het aan al jej klanten zou moeten aanbieden. Wacht niet tot ze er zelf om vragen. Benader ze actief.

DIT IS HOE JE JOUW EERSTE 3 TESTIMONIALS KRIJGT

In de natuurkunde is er een term genaamd ontsnappingssnelheid. Het is de minimumsnelheid die een raket nodig heeft om aan de zwaartekracht te ontsnappen, zodat het met weinig moeite door de ruimte kan vliegen. Dit principe is ook van toepassing op jouw AI agency. Het van de grond krijgen is het moeilijkste deel en vereist handmatig werk. Zodra je in de ruimte zweeft, dan zijn de dingen gemakkelijker.

Een van de belangrijkste taken die je in deze beginfase hebt is het binnenhalen van je eerste klanten, hun

(idealiter) met overweldigend succes te helpen en testimonials te verzamelen. Dit zodat je deze op je website kan plaatsen en kan gebruiken voor je marketing. Hierdoor wordt je volgende verkoop iets makkelijker.

HET BELANG VAN BEWIJS

Ons doel is om een potentieel geïnteresseerd bedrijf snel om te zetten in een betalende klant. Daarom moeten we 'bewijzen' dat samenwerken met ons een goed idee is. Dit kan je doen door je klanten het volgende te laten delen: hoeveel gemiste oproepen omgezet zijn in nieuwe klanten, hoeveel nieuwe reviews er zijn binnengekomen en hoeveel oude klanten zijn teruggekomen. Dit helpt om potentiële klanten te overtuigen om een gesprek met je in te boeken. Daarom zijn reviews een belangrijk onderdeel van je website en marketing.

HOE KRIJG JE JE EERSTE 3 TESTIMONIALS

Het kip-en-ei probleem waarmee iedereen wordt geconfronteerd bij het starten van hun AI agency is dat ze geen testimonials hebben. Dus hoe overtuigen we lokale bedrijven om in te stappen?

De waarheid is dat je hoogstwaarschijnlijk je eerste paar klanten handmatig zult binnenhalen om de geloofwaardigheid van je agency op te bouwen. Om je

eerste 3 testimonials zo snel mogelijk te krijgen, kan je putten uit je bestaande netwerk, ongeacht hoe groot of klein dat ook mag zijn. Je zal versteld staan van wie in je bestaande netwerk een lokaal bedrijf runt of iemand kent die dat doet.

Je bestaande netwerk omvat mensen met wie je zeer goed bevriend bent, maar vaker zijn het de kennissen met wie je bevriend bent op Facebook of mee verbonden bent op LinkedIn die uitstekende eerste klanten maken.

Wat ik aanraad is je dienst gratis of tegen kostprijs aan te bieden. Dit zodat je geen winst maakt maar een testimonial krijgt om op je website te plaatsen en te gebruiken voor je marketing.

Dit is hoe je jouw eerste klanten binnenhalen. Maak een bericht op je Facebook, Instagram en LinkedIn met iets in de trant van:

"Ik start een AI agency voor lokale bedrijven. Mijn doel is om (kappers / tandartsen / fysiotherapeuten) te helpen nooit meer een klant te missen door AI automations in hun bedrijf te installeren. Ik ben op zoek naar 1 of 2 bedrijven die ik hiermee gratis mee kan helpen. Hhet enige wat ik in ruil vraag is een eerlijke testimonial wanneer het werk klaar is. Reageer hieronder of stuur me een DM!"

Enkele belangrijke dingen om te overwegen:

- Het is VOLKOMEN oké als niemand direct reageert
- Post wanneer mensen het meest waarschijnlijk je bericht zien. Nniet om 2 uur 's nachts op een vrijdag maar bijvoorbeeld om 13:00 op een dinsdag
- Video's werken beter dan afbeeldingen, afbeeldingen werken beter dan alleen tekst. Maak dus een korte video als dat mogelijk is.
- We zeggen 2-3 bedrijven om schaarste te creëren, maar zeg ja tegen 5 bedrijven in totaal. Eén zal afhaken, bij één zal het niet lukken en zo kom je alsnog op 3 testimonials uit
- Denk er niet te veel over na en post het gewoon. Je hebt een veel grotere kans op een klant door te posten dan door het niet te doen.

WAT MAAKT EEN GOEDE TESTIMONIAL?

Klanten geven van nature matige testimonials. Ze weten niet hoe ze moeten verkopen en dat hoeven ze ook niet. Maar je kunt ze wel sturing geven.

Lokale bedrijven die overwegen om met je samen te werken hebben allemaal bezwaren. Werkt het wel voor mijn bedrijf? Is het de investering waard? Levert het écht meer klanten op? Maak een lijst van de meest voorkomende bezwaren die je krijgt en vraag de mensen

die je testimonials geven om daar specifiek op in te gaan.

Bijvoorbeeld: stel dat “Ik weet niet of het wel werkt voor mijn bedrijf” het meest voorkomende bezwaar is. En stel dat je succesvol een automation hebt geïnstalleerd bij een kapper die binnen twee weken al tien extra reviews had ontvangen. Laat hem dat dan vermelden in zijn review. Concrete resultaten overwinnen twijfel sneller dan welk verkoopargument dan ook.

Je zult merken dat mensen uitstellen met het geven van een testimonial. De makkelijkste oplossing: schrijf de testimonial zelf, stuur het naar de klant en vraag toestemming om het met hun naam en foto te plaatsen. Zo heb je controle over de tekst en kun je de belangrijkste bezwaren direct aanpakken.

Streef uiteindelijk naar een mix van formaten: alleen tekst, tekst met foto en video. Maar zoals altijd geldt: elke testimonial is beter dan geen testimonial.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Je hebt bewijs nodig dat samenwerken met jou een goed idee is. Daarom benaderen we ons bestaande netwerk (hoe groot of klein dat ook mag zijn) en bieden we lokale bedrijven aan om hen gratis te helpen, in ruil voor een testimonial. Zo halen we onze eerste 3 testimonials op van lokale bedrijven die de resultaten van onze automations zelf hebben gezien. Concrete

resultaten zoals meer reviews, minder gemiste oproepen en terugkerende klanten overtuigen potentiële klanten sneller dan welk verkoopargument dan ook. Plaats die testimonials op je website en gebruik ze in je marketing. Dit zodat potentiële klanten direct overtuigd zijn om een gesprek in te boeken.

CREËER JE VERKOPER WEBSITE

Op een dag liep ik een Ducati-dealer binnen, puur om te kijken. Er waren genoeg prachtige motoren waar ik op zat, over las en over droomde. Ik wist al snel welke ik wilde. Maar om de motor daadwerkelijk te kopen moest ik de verkoper erbij roepen en met hem gaan zitten om alles te regelen. De showroom was voor het kijken, het aanraken en het verlangen opbouwen. Maar de showroom alleen kan de deal niet afronden, vandaar de aanwezigheid van verkopers.

DE SHOWROOM VS. DE VERKOPER

De meeste bedrijfswebsites, vooral die welke diensten verkopen, zijn als de Ducati-showroom. Ze hebben alleen geen verkoper beschikbaar om de deal direct te sluiten. De meeste agency websites hebben een hoop informatie en een contactformulier, maar geen mogelijkheid om direct actie te ondernemen. De bezoeker verlaat de site zonder dat er iets is gebeurd.

Het doel van onze website is dat de bezoeker direct een gesprek inboekt. Dat gesprek is de verkoper. Eén kort

gesprek, ja of nee en de deal is gesloten. Geen contactformulier, geen wachten, geen heen en weer mailen.

De reden waarom je een verkoper website nodig hebt is vrij eenvoudig. Als mensen je website verlaten zonder een gesprek in te boeken, neemt de kans dat ze dat alsnog doen aanzienlijk af. De meesten van hen komen NOOIT meer terug. Mensen handelen wanneer ze in de juiste stemming zijn, niet 2 dagen later wanneer ze thuis de boekhouding doen.

Als je ervan droomt minder tijd te besteden aan het proberen deals te sluiten, is dit een cruciale stap in jouw AI agency.

Laten we ingaan op hoe je een verkoper website maakt.

DE VERKOPER WEBSITE FORMULE

Mensen zullen NOOIT een gesprek inboeken als ze onbeantwoorde vragen hebben. Ze zullen dat echter wel doen met TE VEEL informatie. Te veel informatie is beter dan te weinig. Houd dit in gedachten.

Als bonus voor het kopen van dit boek heb ik ook een website template gemaakt die je direct kunt toepassen voor jouw AI agency. Vul simpelweg je eigen informatie in en begin dezelfde dag nog potentiële klanten een gesprek bij jou laten inplannen. Deze template vind je in de 3-daagse snelstart videos.

Of je kunt zelf een website bouwen of je huidige website aanpassen aan de hand van deze formule:

#1 HEADLINE
Je headline moet 2 dingen vermelden: wat je aanbod is en welk specifiek probleem je oplost. Wat we echt willen overbrengen is hoe het oplossen van dat probleem het lokale bedrijf ten goede komt. Schrijf en verfijn hem naarmate je je klanten beter leert kennen.

#2 PROBLEEM
Als je iemands probleem beter kunt verwoorden dan zij zelf kunnen, dan gaan ze er automatisch van uit dat je de oplossing hebt. Beschrijf het pijnpunt zo concreet mogelijk: gemiste oproepen, geen reviews, oude klanten die nooit meer terugkomen etc.

#3 OPLOSSING
Beschrijf hoe jouw AI automations hun probleem oplossen. Geen technisch jargon, gewoon concrete resultaten.

#4 SOCIAL PROOF
Laat zien met welke type bedrijven je werkt of hebt gewerkt: kappers, tandartsen, fysiotherapeuten. Logo's van bekende lokale bedrijven in jouw niche wekken direct vertrouwen.

#5 TESTIMONIALS
Dit is een kleine voorproef van hoe het is om met je samen te werken. Laat andere mensen voor je opscheppen. Als je nog geen testimonials over je dienst hebt, verzamel dan testimonials over jou als persoon.

Onthoud dat testimonials idealiter de meest voorkomende bezwaren van bezoekers moeten overwinnen.

#6 PAKKET
Één standaard pakket, één vaste prijs. Geen verwarring, geen keuzestress en geen onderhandelingen. De bezoeker weet precies wat hij krijgt en wat het kost.

#7 GARANTIE
Bied een garantie aan. Dit verlaagt de drempel enorm en laat zien dat je vertrouwen hebt in je eigen dienst.

#8 MEER TESTIMONIALS
Overweldig de bezoeker met bewijs. Des te concreter de resultaten, des te beter.

#9 CASESTUDY
Een goede casestudy is geweldig bewijs dat wat je aanbiedt werkt. Het hoeft niet jouw casestudy te zijn. Vind een lokaal bedrijf dat geweldige resultaten heeft behaald met AI automations en gebruik dat om bezoekers te informeren over de kracht van wat je aanbiedt.

#10 OVER ONS
Een zeer korte sectie over wie jij bent en waarom je dit doet. Mensen kopen van mensen. Een kort persoonlijk verhaal maakt je menselijker en toegankelijker.

#11 VEELGESTELDE VRAGEN
Beantwoord ALLE vragen die terugkomen in gesprekken of via e-mail. Blijf je FAQ aanvullen

naarmate nieuwe vragen terugkeren. Onthoud: mensen boeken geen gesprek als ze onbeantwoorde vragen hebben.

#12 CALL TO ACTION
Plaats hier een duidelijke knop om direct een gesprek in te boeken. Een directe kalender link zodat de bezoeker binnen 30 seconden een gesprek heeft ingepland. Dit is het moment waarop de showroom overgaat in de verkoper.

#13 MEER TESTIMONIALS

Uiteraard zul je als je net begint niet genoeg testimonials hebben om op 3 verschillende secties van je website te plaatsen. Maak er echter een gewoonte van om van elk tevreden klant een getuigenis te vragen en deze aan je website toe te voegen.

Zodra je website goed genoeg is om daadwerkelijk gesprekken voor je in te plannen, is het tijd om de wegen ernaartoe te bouwen. Je wilt niet te vroeg betaald verkeer naar je website sturen totdat het alle ingrediënten heeft om de bezoeker te overtuigen.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Een van de meest vergeten en onderschatte onderdelen van een succesvolle AI agency is de website. De meeste agencies gebruiken hun website als een showroo: veel informatie, maar geen actie. Wij weten beter. Wij gebruiken onze website om bezoekers te overtuigen

direct een gesprek in te boeken. Dat is het enige doel van onze verkoper website.

LEID HET ONLINE VERKEER NAAR JOUW AGENDA

Er is uiteraard enorm veel verkeer op het internet. Mensen klikken zich door miljoenen websites heen. Maar voor jouw AI agency is het uiteindelijke doel niet zomaar websitebezoekers. Het echte doel is een volle agenda met gesprekken met lokale bedrijven die van je willen kopen.

Stel je voor dat je agenda een fysiek huis in je stad is en dat de grootste wegen in je stad naar dat huis worden omgeleid. Mensen zouden bij je huis beginnen op te duiken om een gesprek in te boeken! Dat is wat we willen. en er zijn heel veel manieren om daar te komen. ik ga er een aantal met je delen in dit hoofdstuk.

WAAR VIND JE GRATIS KLANTEN

Eerder in dit boek noemde ik al hoe je Google Maps kunt gebruiken om te bevestigen dat jouw gekozen niche groot genoeg is. Diezelfde tool is ook precies waar je je eerste klanten vindt. Zoek je niche op in jouw regio en je krijgt direct een lijst van bedrijven met hun telefoonnummer, website en reviews. Dit kan je

gebruiken om lijsten met telefoonnummers en e-mails te maken van lokale bedrijven die je kan benaderen.

KLANTEN KRIJGEN MET COLD CALLING

Cold calling is misschien de meest spannende, maar ook een van de meest effectieve gratis manieren om klanten te krijgen. Het grote voordeel is dat je direct met de persoon spreekt. Geen wachten op een reactie en geen berichten die ongezien blijven. Je hebt de eigenaar aan de telefoon en kunt meteen vragen stellen.

Gebruik dit gesprek om meer te leren over hoe het bedrijf nu werkt: missen ze regelmatig oproepen? Vragen ze actief om reviews? Volgen ze leads op? Op basis van hun antwoorden kun je precies uitleggen wat je te bieden hebt en waarom het voor hen relevant is. Vervolgens vraag je ze of ze meer willen horen en probeer je ze in te boeken in je agenda.

Cold calling vraagt om moed, maar de conversieratio is vaak hoger dan welke andere methode dan ook. Dit omdat het simpelweg persoonlijk is.

KLANTEN KRIJGEN VIA LINKEDIN

LinkedIn werkt anders dan cold calling, maar is daardoor juist een goede aanvulling. Het grote voordeel van LinkedIn is dat je heel precies kunt filteren. Je kunt

zoeken op functie, branche en regio. Hierdoor kan je de eigenaren van lokale bedrijven in jouw niche vinden.

Stuur een connectie verzoek met een korte, persoonlijke boodschap. Het doel is niet om meteen te verkopen, maar om een gesprek te starten. Zodra de connectie is geaccepteerd, kun je vragen of ze tijd hebben voor een kort gesprek over hoe ze nu hun klanten werven en opvolgen.

KLANTEN KRIJGEN MET VIDEOBERICHTEN OP INSTAGRAM EN FACEBOOK

Een andere effectieve methode is het versturen van korte, persoonlijke videoberichten naar de bedrijfspagina's van lokale bedrijven via Instagram of Facebook messaging. Een video voelt direct persoonlijker en authentieker. Mensen zien je gezicht, horen je stem en het is duidelijk dat je het bericht niet hebt gekopieerd en geplakt naar honderd andere bedrijven.

Houd de video kort: leg uit wie je bent, wat je doet en waarom je denkt dat het relevant is voor hun specifieke bedrijf. Voeg het liefst een persoonlijke touch toe zoals het noemen van hun bedrijfsnaam of iets dat je op hun pagina hebt gezien want dat maakt een enorm verschil.

KLANTEN KRIJGEN MET KOUD E-MAILEN

Een andere gratis of bijna gratis strategie om klanten te krijgen is door gebruik te maken van e-mail. Er zijn tools beschikbaar om het verzamelen en versturen van e-mails te automatiseren. Op een gegeven moment wil je dit deel delegeren, maar begin zelf ermee zodat je weet wat je kunt verwachten.

Een sleutel tot succes met een koude e-mail is anders zijn. Opvallen. De meesten van ons krijgen veel e-mails en willen ze eigenlijk niet openen. Daarom is het zo belangrijk om indruk te maken. Ik raad aan om Instantly te gebruiken als je met deze strategie aan de slag wilt gaan.

1400% ROI MET BETAALDE ADVERTENTIES (STERK AANBEVOLEN)

Ten eerste moet je beseffen dat de gemiddelde winst die je per klant maakt het bedrag is dat je kunt uitgeven om een klant te werven zonder geld te verliezen. Dit is een belangrijk getal om te kennen, omdat het je in staat stelt beslissingen te nemen over adverteren. Als advertenties op een bepaald platform gemiddeld meer kosten dan je winst is, dan stop er dan mee. Als een campagne minder kost dan je gemiddelde winst, dan verdubbel je jouw budget er dan op.

Als je in het begin quitte speelt, dan is dat naar mijn mening een GEWELDIG begin. Je creëert namelijk niet

alleen een verkoop, maar een klant. Deze klant koopt mogelijk opnieuw bij je, verwijst een ander lokaal bedrijf naar je of neemt meer diensten bij je af. Dus als je quitte kunt spelen met adverteren, vooral in het begin, dan is dat GOED.

Zodra je hebt uitgevogeld hoeveel je kunt uitgeven om een nieuwe klant te werven, is het tijd om te beginnen met adverteren. Enkele veel voorkomende plaatsen om te beginnen zijn: Google Ads, Facebook, LinkedIn en andere sociale mediaplatformen.

Je advertenties moeten een specifiek aanbod hebben, ze moeten minimalistisch zijn en opvallen.Helaas is het behandelen van het instellen van advertenties in een boek zinloos. De platformen veranderen voortdurend, dus tegen de tijd dat je dit leest kunnen dingen er heel anders uitzien.

Een veelvoorkomend probleem dat ik vaak zie is dat agency eigenaren zichzelf een budget geven en tegen zichzelf zeggen: als ik geen klant krijg van het uitgeven van deze €100, dan zet ik de advertenties uit. Dit bereiken ze uiteraard en dus zetten ze de advertenties uit. Vervolgens proberen ze het nog een keer en deze aan-en-uit situatie gaat door met dezelfde resultaten.

De manier waarop deze advertentieplatformen werken is dat ze dat gedrag niet leuk vinden en je er bijna voor zullen straffen door je lager kwaliteitsverkeer te geven. De andere waarheid is dat advertenties meestal in golven renderen. Je kunt een lange periode hebben

zonder verkopen en een lange periode met enorme verkopen. Als je je advertenties aan en uit zet, dan beloof ik je dat je elke keer de minder goede periodes zult meemaken.

Maar ik begrijp dat de meeste mensen niet een hoop geld hebben om in adverteren te stoppen, dus wat ik aanraad is een dagelijks gemiddeld bedrag te vinden waar je je prettig bij voelt en het te laten lopen. Als je €300 hebt, geef dan €10 per dag gedurende een maand uit in plaats van €100 voor 3 dagen.

MIJN 1400% ROI 3-STAPPEN ADVERTENTIESTRATEGIE

Dit is een geweldige strategie om klanten te krijgen via Facebook. Ik heb het zelf gebruikt en een Return Of Investment (ROI) van 1400% gegenereerd uit een van mijn advertenties. Dit is eenvoudig en rechttoe rechtaan, maar het zal wat werk kosten om het allemaal op te zetten. Eenmaal opgestart zou je het moeten kunnen opschalen om meer mensen te bereiken en meer klanten te krijgen.

Hier is de strategie:

Stap #1 - Content
Maak een video van jezelf van 3-10 minuten die waarde biedt aan lokale bedrijven. Vraag jezelf af waarmee ze worstelen: gemiste oproepen, weinig reviews, klanten die niet terugkeren. Leg ze vervolgens in de video uit

hoe AI-automations dat oplossen. Het doel van deze video is niet om te verkopen, maar om waarde te bieden. Optimaliseer deze advertentie voor videoweergaven.

Stap #2 - Pitch
Oké, vervolgens kun je pitchen. Je hebt twee opties: maak een complete video waarin je beschrijft voor wie de video is, je identificeert hun problemen, je beschrijft je oplossing, laat zien dat je geloofwaardigheid bent en afsluit met een call to action. Of houd het simpel met een korte, pakkende video die in een loop draait en waarvan de enige taak is om de aandacht te trekken. De eigenlijke pitch zit dan in de copywriting van de advertentie zelf.

Het belangrijkste onderdeel van deze stap is niet de video zelf, maar wie je hem laat zien. We tonen deze pitchvideo namelijk aan mensen die onze eerste waardevolle video al hebben bekeken. Ze kennen ons dus al en zijn al warm gemaakt voordat we ook maar iets verkopen.

Dit doe je door een Aangepaste Doelgroep aan te maken in Facebook van mensen die 25%, 50%, 75% of 95% van je eerste video hebben bekeken. Die doelgroep gebruik je vervolgens als doelgroep voor je pitch advertentie. Ik begin meestal met mensen die minimaal 25% hebben bekeken. Dat is een brede, maar nog steeds warme doelgroep. Als de conversies tegenvallen, maak ik de doelgroep specifieker door naar 50% of hoger te gaan. Des te verder iemand in de eerste video is gekomen, des

te geïnteresseerder hij waarschijnlijk is.

Stap #3 - Testimonials en Bewijs
Deze stap is super eenvoudig en dit is de advertentie die mij een ROI van 1400% opleverde. Dit is niets meer dan een diashow-video met tekst testimonials van lokale bedrijven die je hebt geholpen.

Verzamel de testimonials die je in een eerder hoofdstuk hebt opgehaald. Denk aan een kapper die binnen twee weken tien extra reviews kreeg, een tandarts die nooit meer een oproep mist of een fysiotherapeut wiens oude klanten weer terugkomen dankzij je remarketing campagne. Zet elke testimonial op een los frame met de naam van het bedrijf, de niche en het concrete resultaat dat ze hebben behaald.

In mijn eigen voorbeeld had ik 11 reviews, allemaal 5 sterren en ik zette ze simpelweg in een vierkante diashow met een gratis tool als Canva of CapCut. Vervolgens maakte ik er een korte, scherpe video van: 30 tot 45 seconden is genoeg. Geen ingewikkelde montage nodig, gewoon testimonial na testimonial na testimonial.

Het effect van deze advertentie is effectief omdat je doelgroep (mensen die je eerste waardevolle video al hebben bekeken) nu bewijs ziet dat wat je doet daadwerkelijk werkt voor bedrijven zoals hun eigen bedrijf. Dit is een geweldige advertentie die je absoluut moet implementeren.

HET MAKKELIJKSTE GELD DAT JE OOIT ZULT VERDIENEN

Retargeting: doe het gewoon. Het is niets meer dan advertenties tonen aan mensen die je website hebben bezocht maar geen gesprek hebben ingeboekt. Velen van hen waren wel degelijk geïnteresseerd, maar om de een of andere reden nog niet overtuigd genoeg om die laatste stap te zetten.

Onze strategie is om met deze retargeting-advertenties extra waarde te bieden of onze geloofwaardigheid verder te vergroten. We doen dit door waardevolle content in videovorm te tonen of door testimonials van eerdere klanten te gebruiken om te illustreren wat voor resultaten andere lokale bedrijven hebben behaald door met ons samen te werken.

Dus wat je ook doet, zorg ervoor dat je elke bezoeker retarget die nog geen gesprek heeft ingeboekt. Het is letterlijk het makkelijkste geld dat je ooit zult verdienen, want deze mensen kennen je al en hadden alleen nog een laatste duwtje nodig.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Zodra je verkoper-website up and running is en je wat testimonials hebt verzameld, ben je klaar om te bewijzen dat je goed bent om mee samen te werken. Nu heb je alleen nog gesprekken nodig. Er zijn genoeg manieren om die agenda te vullen: Google Maps om je eerste klanten te vinden, cold calling, LinkedIn, persoonlijke videoberichten op Instagram en Facebook,

koud e-mailen en betaalde advertenties. Probeer ze allemaal want wat voor de één goed werkt, werkt voor een ander misschien minder goed.

Sommige AI agency eigenaren hebben enorm succes met cold calling, terwijl anderen meer resultaat zien met LinkedIn of betaalde advertenties. Probeer het allemaal en zet vervolgens in op wat voor jou het beste werkt.

VERDUBBEL JE BEDRIJF MET DEZE 3 STRATEGIEËN

Zodra je je AI agency hebt gestart, een paar lokale bedrijven als klant hebt en je jouw opleveringsproces hebt uitgevogeld, is het een goed moment om de balans op te maken en jezelf af te vragen hoe je het beter kunt maken. Het verbeteren van een situatie die al een beetje werkt is VEEL makkelijker dan iets vanaf nul beginnen. Ik zeg dat omdat je ongetwijfeld soms gefrustreerd zult raken en dan misschien droomt van het starten van iets nieuws. Iets waarvan je jezelf wijsmaakt dat het geen van de problemen heeft die jouw huidige agency wél heeft. Maar dat is simpelweg niet waar. Er bestaat geen perfect bedrijf, ze hebben allemaal hun problemen. Meestal is de snelste weg naar je dromen het verbeteren van je min-of-meer werkende bedrijf, in plaats van opnieuw beginnen.

Wat volgt in dit hoofdstuk is een zeer nuttige oefening die ik een paar keer per jaar in mijn eigen bedrijf doe. Dit heb ik van de briljante marketeer Jay Abraham, die het verdienen van meer geld in je bedrijf heeft opgedeeld in 3 simpele taken:

1. Meer lokale bedrijven als klant krijgen
2. Klanten meer laten afnemen
3. Vaker bij klanten inchecken en uitbreiden

Elke strategie en tactiek om je omzet te verbeteren valt onder één van deze drie categorieën. Je zou dit boek vanaf nu zelfs kunnen dichtslaan en alleen deze 3 taken onthouden, dan kun je overal en altijd een brainstormsessie houden. Laten we elk punt wat beter bekijken.

MEER LOKALE BEDRIJVEN ALS KLANT KRIJGEN

De meest voor de hand liggende manier om meer geld te verdienen is meer klanten krijgen. Pak een pen en een vel papier en begin met brainstormen. Tijdens het brainstormen is het belangrijk om je ideeën niet te beoordelen, daar is later genoeg tijd voor. Je wilt gewoon zo veel mogelijk ideeën op papier krijgen.

Dus hoe kun je meer klanten krijgen? Maak een lijst. Enkele voorbeelden: samenwerken met een andere agency waarvan de klanten mogelijk ook AI automations willen, betaalde advertenties draaien, je closing ratio verhogen, je aanbod nog aantrekkelijker

maken. Maak je eigen lijst en houd je niet in.

KLANTEN MEER LATEN AFNEMEN

Dit is de makkelijkste manier om je omzet te verhogen als je al wat momentum hebt. Als je op consistente basis nieuwe klanten krijgt, dan garandeer ik je dat ze meer geld te besteden hebben en het graag bij jou zouden besteden. De vraag is: wat hebben ze nodig zonder dat ze dat zelf al beseffen?

Lokale bedrijven die al jouw automations draaien willen vaak ook lokaal beter gevonden worden. Dat is precies waar lokale SEO om de hoek komt kijken. Dit zodat ze bovenaan verschijnen in Google en Google Maps wanneer iemand zoekt op "kapper Amsterdam" of "fysiotherapeut Utrecht."

Daarnaast kun je betaalde advertenties aanbieden. Bijvoorbeeld Google Ads zodat ze bovenaan staan bij relevante zoekopdrachten of Social Media Advertenties zodat ze voorbij komen op de socials van hun doelgroep.

En voor de klanten die nog een stap verder willen: custom AI oplossingen. Zoals een AI-chatbot die bezoekers op hun website direct omzet in afspraken, een AI-receptionist die oproepen afhandelt of andere op maat gemaakte AI-oplossingen die specifiek voor hun bedrijf zijn gebouwd.

Dus wat kun je nog meer aanbieden? Wat kopen lokale bedrijven voordat ze bij jou komen? Wat kopen ze bij

anderen in? Dit is het makkelijkste geld dat je ooit in je bedrijf zult verdienen.

KLANTEN INCHECKEN EN UITBREIDEN

Het mooie van een AI agency is dat je klanten maandenlang bij je blijven omdat de automations voor ze blijven draaien. Check een keer in de zoveel tijd inchecken hoe het met ze gaat en dan vragen of je nog ergens anders mee kunt helpen. Dit is een krachtige manier om je omzet per klant te verhogen zonder nieuwe klanten te hoeven werven.

Een simpel telefoontje of berichtje: "Hé, hoe gaat het met de automations? Zie je al resultaten?" is genoeg om een gesprek op gang te brengen. En je zult versteld staan hoe vaak dat gesprek uitmondt in een uitbreiding van de samenwerking.

Gratis omzet uit een gesprek van 10 minuten. Brainstorm dus hoe je systematisch bij je klanten kunt inchecken.

Zodra je al deze 3 hebt doorlopen en voor elk ideeën hebt gebrainstormd, kies je per categorie 1 tot 3 ideeën waarvan je denkt dat ze het beste resultaat opleveren. Implementeer die vervolgens direct. Wacht niet.

Doe deze oefening elke 3 maanden en ik beloof je dat je agency enorm zal blijven groeien.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Er zijn maar 3 manieren om je AI agency te laten groeien. Meer lokale bedrijven als klant krijgen, klanten meer laten afnemen en regelmatig inchecken bij bestaande klanten. Maak er een gewoonte van om elk kwartaal ideeën te brainstormen voor elk van de 3, kies de taken die het beste rendement bieden met de minste moeite en voer ze uit. Deze oefening zal je altijd helpen uitvogelen wat de volgende taak is op je takenlijst.

VERVANG JEZELF (AUTOMATISEER & DELEGEER)

Dit is een belangrijk onderwerp! Als alles min of meer volgens plan verloopt terwijl je AI agency snelheid oppikt, dan zul je steeds drukker worden en beseffen dat "dit niet is waarvoor ik me had aangemeld". De eerste stap is om je agency op het punt te krijgen waar je consistent nieuwe klanten krijgt. De volgende stap is om jezelf overbodig te maken door automatisering en delegatie.

Het is een beetje alsof we een grote wolkenkrabber bouwen. En nu dat ie klaar is, moeten we de bouwzone opruimen, het stof van de ramen halen en de zaak efficiënt laten draaien.

De kans is groot dat het je een tijdje kost om op het punt te komen waar dit hoofdstuk relevant is, maar het is ZEER belangrijk. Als je alles andere doet en dit deel

overslaat, eindig je met gewoon nog een baan. Je wordt dan een werknemer in je eigen bedrijf wiens aandacht constant opgeëist wordt door je klanten. Dat is geen leuke situatie om in te verkeren, vandaar dat het implementeren van dit hoofdstuk belangrijk is.

Ik ga je laten zien hoe je alle terugkerende taken in je bedrijf kunt laten uitvoeren door software of in het slechtste geval delegeert aan een parttime medewerker. Ik heb mensen geholpen tot 30 uur per week te besparen door de dingen te implementeren die je in dit hoofdstuk gaat leren.

HOE JE JE BEDRIJF AUTOMATISEERT

Je (op)leveringsproces bestaat uit veel kleine stappen die we moeten systematiseren en automatiseren. We doen dit door het hele proces op te splitsen van het eerste klantcontact tot de actieve AI automations die draaien voor het lokale bedrijf.

Leveren aan klanten wordt al snel een fulltime baan. Het is makkelijk om het vaste aanspreekpunt te worden voor je klanten en freelancers. Dit is echter onhoudbaar op de lange termijn.Het is onmogelijk om een bedrijf te laten groeien terwijl je de hele dag bezig bent met de dagelijkse gang van zaken. We moeten je hieruit halen zodat je je kunt richten op groei.

De makkelijkste manier om dit te doen is een pen en papier te pakken en ELKE taak op te schrijven die

plaatsvindt in het (op)leveringsproces. Naast elke taak wil ik dat je opschrijft of die taak gedaan kan worden door een mens of door software. Dit is hoe een AI Agency lijst eruit kan zien van klantcontact tot actieve automations die draaien voor het lokale bedrijf:

Taak	**Huidige Status**	**Ideale Status**
Zoek op Google / zie advertentie op Facebook	Geautomatiseerd/ gedelegeerd	Geautomatiseerd/ gedelegeerd
Klik op website	Geautomatiseerd/ gedelegeerd	Geautomatiseerd/ gedelegeerd
Inboeken van een verkoopgesprek	Geautomatiseerd/ gedelegeerd	Geautomatiseerd/ gedelegeerd
Doen van een verkoopgesprek	Geautomatiseerd/ gedelegeerd	Geautomatiseerd/ gedelegeerd
Bouwen van AI Automations	Handmatig	Geautomatiseerd/ gedelegeerd
Opleveren van AI Automations	Geautomatiseerd/ gedelegeerd	Geautomatiseerd/ gedelegeerd
Feedback op AI Automations verwerken	Handmatig	Handmatig
Implementeren van Ai Automations op klantwebsite	Geautomatiseerd/ gedelegeerd	Geautomatiseerd/ gedelegeerd
Plannen van eerste incheck moment	Handmatig	Geautomatiseerd/ gedelegeerd
Voeren van eerste incheck moment	Handmatig	Geautomatiseerd/ gedelegeerd

Zodra je klaar bent, begin je met de softwaretaken en identificeer je welke software je nodig hebt om die taak te automatiseren. In ons geval werken we met

GoHighLevel als centrale tool voor alle automations, communicatie met de klant van de klanten en opvolging. Voor interne teamcommunicatie gebruiken we Slack. Klantcommunicatie verloopt via WhatsApp en e-mail. Simpel, overzichtelijk en schaalbaar.

Het is belangrijk dat je een lijst maakt van elke functionaliteit die je nodig hebt voordat je software kiest. We willen niet dat je systemen opbouwt die je 3 maanden later weer moet ombouwen omdat je een belangrijke functie mist.

Zodra de softwaretaken geregeld zijn, wil je waarschijnlijk twee mensen aannemen. Een klantmanager die het aanspreekpunt is voor al je klanten. En iemand die het team aanstuurt en de installatie en het beheer van de automations voor zijn rekening neemt.

HOE JE JE BEDRIJF DELEGEERT

Helaas zul je waarschijnlijk niet in staat zijn om je hele bedrijf door software te laten draaien. De kans is groot dat je enkele parttime medewerkers of freelancers moet inhuren om je te helpen wanneer je nieuwe klanten krijgt. Laten we kort praten over mijn wervingsproces.

Mijn wervingsproces is eenvoudig. Ik maak een vragenlijst met enkele basisvragen, evenals enkele situaties die de persoon die ik inhuur zal tegenkomen en vraag hen hoe ze daarmee zouden omgaan. Zodra ik ongeveer 20 sollicitaties heb ontvangen, maak ik een

shortlist van mijn 5 favoriete kandidaten. Vervolgens heb ik een Zoomcall met die kandidaten en ik interview ze. Daarna doe ik een betaalde testklus met mijn nummer 1 keuze en als het niet uitpakt, ga ik naar mijn nummer 2.

Heel eerlijk: het kan me niet schelen wat er in hun cv staat. Het gaat me om hun uitstraling. Hoe ze me laten voelen op het gesprek. Want hoe ik me voel tijdens het praten met hen is waarschijnlijk ook hoe mijn klanten zich over hen zullen voelen.

Raak niet te veel verstrikt in welke vragen je 'moet' stellen. Focus meer op het vormen van een goed gevoel door zoveel mogelijk tijd met hen door te brengen als mogelijk is. Online via Zoom werkt prima. Voor het vinden van kandidaten begin ik met jobboards en vacaturebanken, daar vind je snel genoeg sollicitanten. Zodra ik 20 aanmeldingen heb, kies ik mijn top 5 om mee verder te gaan.

Het 'bewijs' komt pas wanneer ze voor je beginnen te werken. Doe dus je best om de beste kandidaat te vinden, maar besef dat de echte persoon pas wordt onthuld nadat je een tijdje met hen hebt gewerkt. Als ze geen goede match zijn: jammer dan, doorloop het wervingsproces opnieuw.

Let op: je krijgt waarvoor je betaalt. De laagste prijzen leveren medewerkers op die niet zelfstandig kunnen denken. Zoals je eerder hebt gelezen kostte het werken met goedkope freelancers uit het buitenland uiteindelijk

meer tijd en geld dan het bespaarde. Investeer in kwaliteit, dat betaalt zich altijd terug.

Het gezegde luidt: "Als je denkt dat het inhuren van een professional duur is, probeer dan eens een amateur in te huren".

Ik heb mijn hele team vervangen door Nederlandstalige mensen. Dit zorgt voor een stuk minder hoofdpijn dan werken met goedkope freelancers uit het buitenland. Je kunt hierdoor freelancers in direct contact zetten met klanten. Mijn freelancers bellen zelfs met potentieel geïnteresseerde klanten.

Wat je moet beseffen is dat ja, ik 3x meer betaal voor mijn freelanders, maar mijn manager werkt veel minder omdat hij niet meer als tussenpersoon hoeft op te treden. Bovendien is het opgeleverde werk over het algemeen van hogere kwaliteit en is de opleveringstijd aanzienlijk afgenomen. Dit betekent dat onze dienst beter is, onze klanten blijer zijn en we sneller klaar zijn zodat we meer ruimte hebben voor nieuwe klanten. Het werd me vrij snel duidelijk dat vooraf 3x meer betalen me op de lange termijn meer geld oplevert.

Je bent misschien doodsbang bij de gedachte om iemand in te huren, vooral als je denkt aan het inhuren van iemand fulltime. Daar heb ik het gelukkig niet over, want daar is hoogstwaarschijnlijk geen behoefte aan. Ik heb het simpelweg over het inhuren van iemand om een paar uur per week op te pakken. Je begint klein, zoals met alles. Ik huurde mijn klantmanager in voor 5 uur

per week toen ze begon. Ik kon me haar niet fulltime veroorloven en dat was ook niet mijn bedoeling.

Zie het zo: als je iemand inhuurt voor 5 uur per week, dan heb je nu 5 extra uren die je kunt besteden aan het laten groeien van het bedrijf.

Zodra de oplevering eenmaal goed geautomatiseerd is en je een goed team hebt, heb je ineens tijd over. Precies dat probleem wil je hebben, want nu kun je je richten op groei.

Kijk verder dan je eigen sociale kring en huur iemand in die uitzonderlijk goed presteert in een simpel baantje. Niemand die dit boek leest doet raketwetenschap in zijn bedrijf. Als iemand de juiste mindset heeft dan kun je diegene makkelijk trainen om te doen wat jij nodig hebt.

Een persoon trainen voor de taak is veel makkelijker dan een gekwalificeerde medewerker vinden. Zoek dus niet alleen naar iemand die al uitstekend werk levert, maar specifiek naar iemand die dat doet in een simpel of onderbetaald baantje. De kans is groot dat diegene maar wat graag op je aanbod ingaat."

HOE JE ON-DEMAND MEDEWERKERS INHUURT

Ik besef dat mensen in paniek raken wanneer ik begin te praten over het inhuren van medewerkers. We hebben het niet over het inhuren van een fulltime medewerker van €50.000 per jaar. Jouw agency is waarschijnlijk een

volledig remote operatie. Je medewerkers kunnen in principe overal wonen. Maar het is wel handig als ze in dezelfde tijdzone zitten als je klanten, zeker wanneer ze klantinteracties hebben.

We huren mensen per uur in en ze werken alleen wanneer we ze nodig hebben. Als we geen nieuwe klanten hebben, werken ze niet en betalen we hen niet. Alles is op aanvraag. Begin klein: ik raad aan te starten met iemand voor slechts 2-3 uur per week. Dit is genoeg tijd om ze op te leiden en een gevoel te krijgen of ze de klus aankunnen. Je geeft ze stapje voor stapje meer uren naarmate je agency groeit.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Zodra je wat momentum hebt gekregen in je agency is het essentieel dat je jezelf vervangt in het bedrijf. We willen op een punt komen waar je een maand op vakantie kunt gaan en klanten nog steeds worden aangetrokken en bediend. Dit wordt gedaan door elk proces op te splitsen in onderdelen, te automatiseren met GoHighLevel en andere software en de rest te delegeren aan betrouwbare freelancers en medewerkers.

Je zult merken dat sommige taken misschien nooit volledig geautomatiseerd of gedelegeerd kunnen worden, dat is oké. Lukt het je om 95% van je taken uit handen te geven? Dan heb je het al ontzettend goed gedaan.

HOE JE ULTRA PRODUCTIEF WORDT

Wanneer niemand je vertelt wat je moet doen, dan is het jouw taak om jezelf te vertellen wat je moet doen. Ik weet zeker dat je je ervan bewust bent dat wij mensen hier over het algemeen slecht in zijn. Hoeveel dagen ben je wakker geworden zonder planning? Hoe vaak heb je de sportschool overgeslagen omdat je er geen zin in had? Dit zijn normale menselijke gedragingen waar we iets aan moeten doen, want één ding is zeker: niemand gaat jouw AI agency voor je opbouwen.Als je iets wilt bereiken in het leven, dan moet je het zelf doen.

We zijn allemaal geneigd tot uitstelgedrag en om productief te blijven heb je een systeem nodig. Ik heb veel dingen geprobeerd, maar het enige wat consistent werkt en mijn productiviteit omhoog schroeft is het hebben van een accountability-groep. Maar alleen een accountability-groep hebben is niet genoeg. Je moet een bewezen methode volgen.

Dit is mijn methode. Stel een groep samen van 3-4 mensen. Niet meer, niet minder. Als je met zijn tweeën bent, dan wordt het te makkelijk om de boel te laten vallen. Als er meer dan 2 mensen zijn, dan gaan de meetings door zelfs als jij er een keer niet bij kunt zijn.

Meer dan 4 mensen zorgt voor te lange accountability-gesprekken en heeft het tegenovergestelde effect van wat je beoogde. Plan een

wekelijks gesprek op dezelfde dag, op hetzelfde tijdstip elke week.

Gebruik een spreadsheet om je doelen bij te houden. Stel 1-3 doelen in die je de komende 12 weken wilt bereiken. Denk bijvoorbeeld "5 nieuwe lokale bedrijven als klant" of "een vast (op)leveringsproces opzetten."

Bekijk dan vervolgens per week wat je gaat doen om dit doel te bereiken. De taken van deze week zijn het enige wat telt. Zorg dat je ze af hebt voordat je het accountability-gesprek hebt.

Tijdens het gesprek vertelt elk lid wat ze die week hebben gedaan, wat goed ging en wat slecht ging en wat hun taken zijn voor de volgende week.

Zorg ervoor dat je wekelijkse taken meetbaar zijn. Stel je doelen procesgericht in, niet resultaatgericht. Zet jezelf niet als doel: "1 nieuwe klant" maar: "10 outreach-berichten versturen naar lokale bedrijven". Je kunt het aantal berichten namelijk controleren, je hebt geen 100% invloed op het feit of iemand ‘ja’ of ‘nee’ tegen je aanbod zegt.

Tot slot, om dit allemaal te laten werken moet je straffen hebben om je te motiveren je taken te doen. Ik heb hier veel mee geëxperimenteerd en ontdekt dat de beste straffen dingen zijn die goed voor je zijn maar die je absoluut niet wilt doen. Denk aan fitness gerelateerde straffen.

Onlangs zat ik in een accountability-groep waar we niet alle regels goed hadden ingesteld. In de eerste 3 weken hadden we helemaal geen straffen, ondanks dat ik elke week mijn taken miste in die periode. Zodra ik fitness straffen als mijn straf toevoegde, werden al mijn taken wonder boven wonder elke week afgevinkt. Wat een toeval...

HOE IK MEERDERE KEREN IN DE KRANT KWAM EN (GRATIS) HONDERDEN NIEUWE KLANTEN KREEG

Ik heb dit hoofdstuk toegevoegd om je een aantal ideeën te geven over hoe ik gratis publiciteit heb gekregen voor van afslank business. Besef dat dit hoofdstuk je niet instrueert om exact te doen wat ik deed. Ik vertel je simpelweg wat ik deed en hoe jij dat kunt vertalen naar jouw eigen AI agency.

HOE HET BEGON

Een van mijn eerste klanten was Vanessa, een vriendin uit Arnhem. Met onze hulp was ze 20 kilo kwijtgeraakt. We hadden haar gratis geholpen en in ruil daarvoor kregen we een testimonial voor onze website.

Haar resultaat was echter zo goed dat ik dacht: hier moeten we wat mee. Omdat wij zelf ook uit Arnhem

komen en net waren begonnen met ons bedrijf, leek het me een interessant verhaal voor de lokale krant. Ik benaderde de redactie zelf, legde het verhaal uit en de krant vond het inderdaad interessant genoeg om een journalist en fotograaf te sturen.



▲ Bas (links) en Jeroen Meijerink met in hun midden Vanessa Grijpma-Janssens, die met hulp van de broers liefst 20 kilo afviel. © Gerard Burgers



▲ Vanessa voor (links) en na haar afvalchallenge. © Eigen foto

Vanessa valt 20 kilo af dankzij Arnhemse broers: 'Ik ga richting de 75 kilo'

Wij dachten dat het
gewoon wat leuke publiciteit zou opleveren. Maar zodra het artikel verscheen, ging het viraal en plaatste het bedrijf achter de krant (DPG Media) het verhaal door in de andere (lokale) kranten die zij bezitten. Zo ook het Algemeen Dagblad.

Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

Opeens kregen duizenden mensen ons verhaal op hun nieuwsfeed en hadden we plotseling honderd nieuwe klanten erbij. Dat was het moment waarop we besefte dat dit niet zomaar een leuk extraatje was. Het was een serieuze tactiek om nieuwe klanten en meer geloofwaardigheid te krijgen.

HET SYSTEEM ERACHTER

Vanaf dat moment werd het onderdeel van onze strategie. Elke keer dat een klant een mooi succesverhaal had, zochten we een lokale krant op en stuurden we de redactie het verhaal. Niet elk verhaal werd opgepikt, maar genoeg om het de moeite waard te maken. Zo zijn uiteindelijk 7 tot 10 van onze klanten in verschillende regionale kranten verschenen zoals De Gelderlander, PZC, Brabants Dagblad, AD, BN De Stem en meer.

Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

AD NIEUWS REGIO SPORT SHOW VIDEO PODCAST FUN



Marga verloor in een half jaar ruim veertig kilo door anders te gaan eten: 'Mijn doel is 79,9 kilo, dat lijkt me echt gaaf!'

Marga den Besten (55) woog 122 kilo, maar past nu weer in maat 42. 'Ik wil mijn succesverhaal vertellen om anderen te inspireren'.

Met verbazing bekijkt ze een spijkerbroek die ze vorige zomer droeg. „Wat een enorm ding", zucht ze.

BD REGIO NIEUWS SPORT KIJK PODCAST



▲ **Saskia Nagel (53) viel meer dan 30 kilo af en blijft nu ook op gewicht.** © Mere Klijzing

PREMIUM

Saskia woog 116 kilo en nu ruim 30 kilo minder: 'Veel energieker en geen dutjes meer voor ik in de auto stap'

AD NIEUWS REGIO SPORT SHOW KIJK PODCAST PUZZ



▲ **Jerney Nieuwets is 23 kilo kwijt.** © Fred Leeflang

PREMIUM

Jerney (37) viel ruim twintig kilo af: 'Niemand heeft mij ooit verteld dat ik te dik was, zelfs mijn man niet'

BD REGIO NIEUWS SPORT KIJK PODCAST



▲ **Yvonne Vervoort uit Veghel viel in anderhalf jaar 30 kilo af. Ze droeg eerst damesmaat 46 en nu 38.** © Jeroen Appels/Van Assendelft

PREMIUM

'Hé varkentje, ga aan de kant Yvon (40) was overgewicht be en viel 30 kilo af

[Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken]
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

En als klap op de vuurpijl werd onze methode opgepikt door het AD. Het artikel stond anderhalve dag lang op nummer 1 als meest gelezen artikel op de hele AD-website. Je kunt je voorstellen wat voor impact dat had op onze geloofwaardigheid en instroom van nieuwe klanten.



▲ De broers Bas en Jeroen Meijerink helpen vrouwen met 'Een Maatje Minder' om af te vallen.

PREMIUM 3 TIPS

Judith (57) viel 20 kilo af door de methode van Bas en Jeroen: 'Er ging een wereld voor me open'

HOE JIJ DIT KUNT TOEPASSEN OP JOUW AI AGENCY

Als je net begint met je bedrijf, willen mensen je graag helpen, ook journalisten. Lokale kranten zijn altijd op zoek naar regionaal relevante verhalen en jij hebt er twee tot je beschikking.

Ten eerste: het simpele feit dat jij een AI agency start in jouw regio kan al nieuwswaardig genoeg zijn. AI is een actueel onderwerp en "lokale ondernemer helpt andere lokale ondernemers met AI" is precies het soort menselijk, herkenbaar verhaal dat een regionale krant aanspreekt. Zeker als jij nog jong bent of een opvallende achtergrond hebt.

Ten tweede: heb je een lokaal bedrijf ontzettend goed geholpen met je automations? Heeft een kapper of fysiotherapeut dankzij jouw werk veel meer klanten gekregen of een opvallend resultaat behaald? Dan is dat een nog sterker verhaal.

In beide gevallen geldt: zoek het e-mailadres van de redactie van de lokale krant op en stuur ze het verhaal. Als de redactie het interessant genoeg vindt, nemen ze het op.

Het voordeel is tweeledig. Je krijgt gratis exposure bij potentiële nieuwe klanten in je regio en je kunt vanaf dat moment zeggen dat je bedrijf is gezien in [naam van de krant]. Dit draagt enorm bij aan je geloofwaardigheid wanneer je nieuwe lokale bedrijven probeert te overtuigen.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Lokale kranten zijn voortdurend op zoek naar regionaal relevante verhalen en jij hebt er twee. Het feit dat jij een AI agency start in jouw regio kan al genoeg zijn voor een krantartikel. En als een klant dankzij jouw automations een opvallend resultaat heeft behaald, dan is dat een nog sterker verhaal. Benader zelf de redactie van een lokale krant per e-mail. Het kost je niets behalve tijd en de potentiële opbrengst (nieuwe klanten en geloofwaardigheid) is enorm. Doe dit structureel bij elke mogelijkheid en bouw zo gestaag je reputatie en geloofwaardigheid onder je doelgroep op.

Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

HOE JE GRATIS BUSINESSCLASS VLUCHTEN, EVENT TICKETS EN ANDERE DINGEN KRIJGT

Er zijn een aantal echt toffe voordelen die komen met het bezitten van je eigen bedrijf. En als je het mij vraagt moet je er volledig van profiteren. Als bedrijf geef je veel meer geld uit dan als privépersoon. Geld uitgeven is een goed ding en andere bedrijven vinden het fijn wanneer je geld bij hen uitgeeft. In dit hoofdstuk wil ik je een aantal ideeën geven over hoe je je levensstijl kunt upgraden nu dat je een bedrijf hebt om je daarbij te helpen.

Je hebt het vast weleens gezien op Instagram: ondernemers die foto's posten vanuit de business class cabine met een glas champagne, op weg naar een of andere bestemming. De kans is groot dat zij niet de volle mep hebben betaald, maar hebben gevlogen op punten.

HOE JE BUSINESSCLASS VLUCHTEN VAN €10.000+ VOOR EEN FRACTIE VAN DE PRIJS KRIJGT

Travel hacking is een fulltime baan voor sommigen en eerlijk gezegd ben ik er zelf geen expert in. Ik ken echter de 20% die 80% van de resultaten oplevert, dus laten we het hebben over hoe je dit kunt toepassen op je leven en bedrijf.

Klik Hier Om Je Gratis Doorbraakgesprek te Boeken
Klik hier om je aan te melden bij onze Facebookgroep

De manier om gratis vluchten te krijgen (economy, business of zelfs eerste klas) is door punten te verzamelen. Die punten zet je vervolgens om naar vliegtuigmiles, waarmee je 'award'-vluchten boekt. Je verzamelt deze punten door een creditcard te nemen die je punten geeft voor je aankopen.

In Nederland is American Express vrijwel de enige serieuze speler op dit gebied. De meest gebruikte route is de American Express Platinum Card of de Flying Blue American Express Gold Card.

Met de Platinum Card spaar je Membership Rewards punten. Die zet je vervolgens om naar KLM Flying Blue miles of naar een van de andere acht luchtvaartmaatschappij-partners die Amex in Nederland aanbiedt.

De Flying Blue American Express Gold werkt simpeler: daarmee spaar je direct Flying Blue miles zonder verlies bij het omzetten.

PUNTEN VERDIENEN DOOR GELD UIT TE GEVEN

Voor elke euro die je uitgeeft, geeft je kaartuitgever je een x-aantal punten die je kunt gebruiken voor award-vluchten. Wat je wilt doen is zoveel mogelijk van je zakelijke (en misschien persoonlijke) uitgaven via je creditcard laten lopen.

Een van de beste manieren om snel punten te verzamelen is via je advertentie-uitgaven. Stel dat je jouw aanbod adverteert op social media. Geef je daar maandelijks €1.000 aan uit via je creditcard? Dan zijn dat duizenden extra punten die je anders had laten liggen.

Je grootste zakelijke uitgave is waarschijnlijk personeel of freelancers. Als je deze betalingen via je creditcard kunt laten lopen, dan stapel je vanzelf snel punten op zonder dat het je extra geld kost.

HOOFDSTUK SAMENVATTING

Als bedrijfseigenaar geef je sowieso geld uit. Gebruik dat in je voordeel door een Nederlandse creditcard met een puntenprogramma, zoals American Express, in te zetten voor al je zakelijke uitgaven.

Dit is precies hoe veel ondernemers die je op Instagram in een businessclass cabine zien zitten daar terechtkomen. Niet door de volle prijs te betalen, maar door slim gebruik te maken van hun zakelijke uitgaven.

AFSLUITENDE WOORDEN

Ik heb je voorzien van de tools en de mindset om een niche te vinden en je AI agency op te zetten. Ik heb je laten zien hoe je je eerste testimonials kunt krijgen. Ik heb meerdere strategieën voor klantenwerving uitgelegd om de bal aan het rollen te krijgen. Van cold calling en LinkedIn tot videoberichten, koude e-mails en betaalde advertenties. Ik heb je laten zien hoe je een belachelijk goed aanbod creëert en een verkoper-website bouwt die bezoekers direct omzet in geboekte gesprekken.

Ik heb je laten zien hoe je hulp kunt krijgen door een klantmanager en teammanager op aanvraag in te huren. En ik heb je laten zien hoe je elke stap in je bedrijf kunt opsplitsen, automatiseren of delegeren Dit zodat de machine blijft draaien zonder jou.

Als je alles in dit boek toepast, dan kun je een leven van vrijheid opbouwen voor jezelf en je familie. Ik geloof in jou.

Nu je het boek hebt uitgelezen, ga deze video bekijken over de nieuwste geheime strategieën voor het starten van je AI Agency en het vermenigvuldigen ervan!

Klik hier om je vandaag gratis doorbraaksessie in te boeken