



Inhoud Ontbrandingstraject

- **Stap 1: Je waarde bewijzen aan je bezoekers**

Bezoeker helpen jouw waarde in te zien met behulp van een optin incentive en hem hiermee bereikbaar maken voor je marketing

- **Stap 2: Bezoekers binden en laagdrempelig aan ze verkopen**

De klant die 'koopklaar' is voorzien van een conversie moment. De overige potentiële klanten van meer waarde voorzien tot ze ook koopklaar zijn. Het instap product dient ter versteviging van je positie als expert en vormt een brug naar high-end producten.

- **Stap 3: High-end klanten meer laten spenderen**

Het toevoegen van een high-end product als upsell na je instap product om de klant te voorzien van de mogelijkheid direct meer te spenderen als hij hier behoefte aan heeft. Vervolgens voeg je dit high-end product toe aan je verkoop traject d.m.v. waardevolle email marketing.

- **Stap 4: Niet-kopers van waarde blijven voorzien en aanbiedingen geven**

Het creëren van een zgn. salesfunnel om leads die nog niet geconverteerd zijn in betalende klanten van waarde en conversiemomenten te blijven voorzien. Dit met de inzet van geautomatiseerde e-mail marketing voor schaalbaarheid.

- **Stap 5: Herinvesteren en schalen van de online omzet**

Het herinvesteren van je nieuw gewonnen online omzet in bezoekers via online advertenties om het salesfunnel maximaal te vullen en gebruik te maken van de schaalbaarheid ervan. Zo creëer je exponentiële groei in je eerst online omzetstroom.

- **Stap 6: Investeren in duurzame online omzet voor zekerheid**

Het herinvesteren van je hoge omzetten in bronnen van organische bronnen van bezoekers zoals de onbetaalde zoekmachine resultaten en sociale media.