

## Marketing door verleiden

**Mensbeeld:** mensen hebben extrinsieke prikkels nodig om in beweging te komen. Zij moeten daarom verleid worden om tot koop over te gaan.

Doel: zoveel mogelijk klanten

Gericht op de massa.

Focus op ontvangen

Acties zijn voornamelijk gericht op conversie.

Manipuleert

De dienstverlener laat alleen zijn successen zien/ heeft een perfect leven.

De dienstverlener is 'de held'.

Doet (onrealistische) beloftes

Verkoopt de droom

Zenden

Zet potentiële klanten in de pijn.

Zaait angst

Gratis content weggeven om te verkopen.

Dienst als koopje presenteren.

Maakt gebruik van Fear Of Missing Out (FOMO)

Presenteert oplossing als 'simpel'.

De dienstverlener maakt zichzelf exclusief

Maakt gebruik van kunstmatige schaarste

Is enigszins mysterieus over wat je als klant precies krijgt.

Gericht op korte termijn resultaat

*Trekt voornamelijk klanten die extrinsiek gemotiveerd zijn en aan de hand genomen willen worden.*

## Intrinsiek Marketing®

**Mensbeeld:** mensen zijn intrinsiek gemotiveerd om in beweging te komen. Zij hebben alleen de juiste informatie nodig, zodat ze zelf kunnen beslissen of de dienst aansluit op hun behoefte.

Doel: de juiste klanten

Gericht op ideale klant.

Focus op geven

Acties zijn voornamelijk gericht op opbouwen van een relatie.

Informeert

De dienstverlener laat zichzelf zien/ is authentiek.

De klant is 'de held'.

Communiqueert realistische resultaten

Verkoopt het proces

Contact maken

Benoemt het verlangen en/of de pijn waar de dienst een oplossing voor is.

Geeft vertrouwen

Gratis content weggeven om te empoweren.

Realistische prijzen vragen.

Oefent geen enkele druk uit.

Is realistisch over wat er voor nodig is om het probleem op te lossen.

De dienstverlener is toegankelijk

Communiqueert alleen ethisch over schaarste

Is transparant over wat je als klant krijgt.

Gericht op lange termijn resultaat

*Trekt voornamelijk klanten die intrinsiek gemotiveerd zijn en die begeleid willen worden.*