

# TOUCH PROFESSIONAL TRAJECT

WERKBOEK 4.0



Speciaal voor  
interieurprofessionals

JAIMY SCHENK

*Touch*  
Interieur • Business • Advies

# Introductie

Yes! Wat supergaaf dat je aan de slag gaat met de fundering van jouw business. In dit werkboek vind je 8 verschillende modules. Je kunt alle modules doorlopen, maar je kunt er ook uitpakken wat voor jou (op dit moment) het beste aansluit op jouw situatie en jouw te behalen doelen. Wel zit er een logische volgorde in, dus raad ik je aan om bij het begin te beginnen.

Ook vind je QR codes en linkjes naar videolessen, aanvullende documenten en mijn favoriete systemen. Deze QR codes kun je openen door ze te scannen met de camera van je telefoon of er op te klikken in het digitale werkboek.

Neem rustig de tijd om de hoofdstukken door te nemen en de opdrachten te maken.

Heel veel succes met dit werkboek en vergeet niet om te genieten van deze reis!



*Liefs, Jaimy*

# Inhoudsopgave



1. Branding, website en juridische zaken  
Pagina 4
2. Mindset en persoonlijke ontwikkeling  
Pagina 18
3. Jouw ideale klant bepalen  
Pagina 27
4. Jouw ultieme interieuraanbod bouwen  
Pagina 32
5. Salesstrategieën bepalen  
Pagina 43
6. Het kiezen en inzetten van social media  
Pagina 49
7. Automatisering en e-mail marketing  
Pagina 57
8. BONUS: Overige verdienmodellen  
Pagina 64



Als je doet wat je deed, krijg je wat je kreeg.

-Einstein

# MODULE 1

Branding, website en juridische zaken



# Branding

Branding komt van het woord 'brandmerken'. Jouw interieurbusiness herkenbaar maken en onderscheiden van de rest.

Wij mensen zijn altijd opzoek naar herkenning, herhaling en routines.

We moeten er dus voor zorgen dat jouw bedrijf herkenbaar is en opvalt tussen alle andere interieurbedrijven.

Heb je al eens nagedacht over wie je wilt zijn, wat je wilt uitstralen en waar je voor wilt staan?

Het is belangrijk om dit helder te hebben voordat je verder gaat met het 'branden' van je bedrijf.

Uiteraard ben je vrij om altijd bij te schaven aan jouw branding, maar zorg dat je een stukje herkenbaarheid behoudt.

Uiteindelijk willen we dat jouw potentiële klant bij het zien van een bepaalde kleur, het horen van een liedje of het zien van een interieuritem aan jou denkt, dát is herkenbaarheid (en draagt bij aan meer sales!)

Jouw bedrijf is een merk. Probeer dit ook zo te gaan zien!



Wie onvervangbaar wil zijn,  
moet zich blijven onderscheiden.

-Coco Chanel

# Kernwaarden

Heb jij helemaal helder waar jij voor staat?

Welke kernwaarden zijn op jou en jouw onderneming van toepassing?

Kernwaarden kunnen zijn:

- Aandacht
- Doelgericht
- Plezier
- Betrouwbaar
- Eenheid
- Samenwerken
- Betrokken
- Eerlijk
- Vertrouwen
- Creatief
- Effectief
- Vitaal
- Daadkracht
- Enthousiast

In de volgende opdracht gaan we hiernaar opzoek.