

AANBOD VERKOPEN

BUSINESS EXPANSION SUITE



BUSINESS EXPANSION SUITE

CHECKLIST

COPYRIGHT BY PEGGYLEENDERS.COM



COPYRIGHT, JURIDISCHE KENNISGEVING EN DISCLAIMER

Deze publicatie is beschermd onder de Nederlandse Auteurswet, en alle rechten zijn voorbehouden, inclusief wederverkooprechten: het is niet toegestaan deze gids aan iemand anders te geven of te verkopen. Als je deze publicatie van iemand anders dan Peggy Leenders of via academy.peggyleenders.nl hebt ontvangen, heb je een illegaal gekopieerd exemplaar ontvangen. Neem dan contact met ons op via e-mail en support via support@peggyleenders.nl en geef de situatie aan ons door.

Houd er rekening mee dat veel van deze publicatie is gebaseerd op persoonlijke ervaring. Hoewel de auteur en uitgever alle redelijke pogingen hebben ondernomen om de inhoud van deze handleiding volledig nauwkeurig te maken, aanvaarden zij geen verantwoordelijkheid voor fouten of weglatingen. U dient deze informatie ook naar eigen goeddunken en op eigen risico te gebruiken. Uw specifieke situatie is misschien niet helemaal geschikt voor de hier geïllustreerde voorbeelden; het is zelfs waarschijnlijk dat ze niet hetzelfde zullen zijn, en u dient uw gebruik van de informatie en aanbevelingen dienovereenkomstig aan te passen.

HOE KAN IK DEZE CHECKLIJST LEGAAL GEBRUIKEN?

De planners op Peggy Leenders zijn alleen voor persoonlijk gebruik, wat betekent dat u dit bestand of een van de bestanden (gekocht) niet mag gebruiken voor commercieel gebruik; ze mogen voor geen enkel doel worden gedeeld, opnieuw gemaakt, gekopieerd, herverdeeld of gereproduceerd zonder de uitdrukkelijke toestemming van Peggy Leenders.

Om de waarde van ons werk en onze producten waarin hardwerkende ondernemers investeren te behouden, nemen we dit zeer serieus.

Tegen eventuele overtredingen zullen juridische stappen worden ondernomen.

Alle ontwerpen, inhoud en teksten zijn eigendom van Peggy Leenders.

Plagiaat wordt niet getolereerd.



INTRODUCTIE

AANBOD VERKOPEN CHECKLIST

ALLES WAT JE NODIG HEBT OM SUCCESVOL JE NIEUWE DIENST OF AANBOD TE VERKOPEN

Ga je een nieuw product, dienst of cursus lanceren? Dan weet je vast: er komt veel meer bij kijken dan alleen “verkopen”. Denk aan automatisering, content, klantenonboarding, techniek, e-mails en nog zoveel meer...

Met deze ultieme checklist hou jij overzicht, weet je precies wat je wanneer moet doen, en vergeet je geen enkele stap in jouw lancering.

- ✓ Van voorbereiding en strategie...
- ✓ Tot verkoop, support en optimalisatie

👉 Perfect voor coaches, online ondernemers en dienstverleners die next level willen lanceren!



FASES ONLINE

CHECKLIJST

CHECKLIJST



CHECKLIJST

CHECKLIJST

VERKOPEN



FASE 1

VOORBEREIDING & STRATEGIE

Doel: Het bepalen van een onweerstaanbaar aanbod, een duidelijke doelgroep en een concreet lanceringsplan.

WAT JE DOET:

- Je formuleert een helder aanbod met een duidelijke belofte, resultaat en doelgroep. Denk aan een specifieke transformatie, zoals "Van overweldigend naar structuur in 6 weken".
- Je brengt de ideale klant in kaart: waar liggen hun frustraties, verlangens, en waar bevinden ze zich in de klantreis?
- Je kiest een passend lanceermodel: bijvoorbeeld een webinarlancering, een challenge of een stille pre-sale voor je mailinglijst.
- Je maakt een concreet stappenplan inclusief deadlines, deliverables en communicatiemomenten.

Voorbeeld: Een mindfulnesstrainer besluit een 8-weekse online cursus te maken voor gestreste young professionals. Ze plant de lancering via een gratis masterclass en stelt als doel om 30 deelnemers te werven. Haar planning loopt van content creatie tot betaalde advertenties en e-mailsequenties.



FASE 1

VOORBEREIDING & STRATEGIE

PRODUCTONTWIKKELING & POSITIONERING

- ☐ DUIDELIJK AANBOD MET RESULTAAT & BELOFTE
- ☐ PRIJSSTRATEGIE EN WINSTBEREKENING
- ☐ USP'S EN ONDERSCHIEDEND VERMOGEN BEPALEN
- ☐ INCLUSIEF EXTRA'S OF BONUSSEN
- ☐ BEPALEN OF HET EEN SOFT OF HARD LAUNCH WORDT

DOELGROEP & KLANTREIS IN KAART BRENGEN

- ☐ IDEALE KLANT (BUYER PERSONA)
- ☐ KLANTPIJN EN VERLANGENS BENOEMEN
- ☐ WAAR ZITTEN ZE IN HUN KLANTREIS (BEWUSTWORDING TOT AANKOOP)?

LANCERINGSTYPE BEPALEN

- ☐ WEBINAR, CHALLENGE, WACHTLIJST, PRE-SALE, LIVE MASTERCLASS, BETA-ROUND?
- ☐ OPEN CART VS. EVERGREEN
- ☐ DATUMLANNING EN LOOPTIJD



FASE 2

TECHNIEK & SYSTEMEN

Doel: Alle systemen, tools en automatiseringen klaarzetten om de verkoop en levering vlekkeloos te laten verlopen.

Wat je doet:

- Je kiest je leeromgeving (zoals Huddle, Teachable of Kajabi) en uploadt alle modules, video's en werkboeken.
- Je bouwt een converterende salespagina met overtuigende teksten, visuals, klantvoordelen en testimonials.
- Je koppelt het betaalproces via Stripe, Mollie of Plug&Pay en maakt upsell/order bump mogelijkheden aan.
- Je bouwt je e-mailmarketing funnel (denk aan: aanmeldbevestigingen, onboardingmails, upsell e-mails, feedbackverzoeken).
- Je test de complete klantreis van aankoop tot toegang en checkt alle automatische triggers en e-mails.

Voorbeeld: Een businesscoach lanceert haar groepsprogramma via Plug&Pay, stuurt geautomatiseerde welkomstmails via ActiveCampaign, en heeft in Huddle een aparte module ingericht als 'start hier'. Ze test de complete flow met een testaccount voor een foutloze ervaring.



FASE 2

TECHNIEK & SYSTEMEN

ONLINE LEEROMGEVING / DELIVERY

- ☐ CURSUS UPLOADEN IN EEN ONLINE ACADEMY (BIJV. HUDDLE, TEACHABLE, PLUG&PAY ACADEMY, KAJABI)
- ☐ MODULES, LESSEN, DOWNLOADABLES, VIDEO'S, QUIZZEN
- ☐ MOBIELVRIENDELIJKHEID & TOEGANKELIJKHEID CHECKEN

WEBSITE / SALESPAGE

- ☐ SALESPAGINA SCHRIJVEN (MET ALLE OVERTUIGINGSELEMENTEN)
- ☐ CHECKOUTPAGINA INRICHTEN (MET UPSELL/ORDER BUMP?)
- ☐ BEDANKPAGINA + VERVOLGSTAP

BETAALSYSTEMEN

- ☐ KOPPELING MET BETAALPROVIDER (STRIPE, MOLLIE, ETC.)
- ☐ BTW-INSTELLINGEN
- ☐ TERMIJNEN OF ÉÉNMALIG BETALEN?

E-MAILMARKETING & AUTOMATISERING

- ☐ AUTOMATISCHE MAILFUNNELS OPZETTEN (WELKOMSTMAIL, REMINDER, UPSELL, KLANTONBOARDING)
- ☐ TAGGING EN SEGMENTATIE
- ☐ INTEGRATIE MET WEBSHOP OF FORMULIER

CRM / KLANTBEHEER

- ☐ LEAD-TRACKING & OPVOLGING
- ☐ ONBOARDING TRIGGERS EN WORKFLOWS
- ☐ KOPPELING MET ANDERE TOOLS (NOTION, SLACK, WHATSAPP, ETC.)



FASE 3

MARKETING & SALES AANZETTEN

Doel: Je publiek opwarmen, waarde delen en een betrokken groep geïnteresseerden verzamelen vóór de verkoop open gaat.

Wat je doet:

- Je deelt waardevolle content via social media, podcasts, nieuwsbrieven en eventueel blogs.
- Je zet een lead magnet of gratis event in (bijv. een quiz, checklist of live training) om je e-maillijst te laten groeien.
- Je start een opbouw van autoriteit en vertrouwen door storytelling, klantresultaten en behind-the-scenes te delen.
- Je kondigt regelmatig aan dat er 'iets aankomt', waardoor er nieuwsgierigheid en anticipatie ontstaat.
- Je bouwt een wachtlijst of verzamelt e-mails via een tijdelijk pre-launch aanbod.

Voorbeeld: Een voedingscoach start een gratis 5-daagse Instagram challenge, promoot haar e-book 'Voeding voor Energie' als freebie, en stuurt een warming-up mailserie met inzichten en persoonlijke verhalen. Ze krijgt 300 nieuwe leads op haar lijst voor de lancering start.



FASE 3

MARKETING & SALES AANZETTEN

CONTENTSTRATEGIE PRE-LANCERING

- ☐ TEASERS EN BEHIND-THE-SCENES DELEN
- ☐ WAARDEVOLLE CONTENT PUBLICEREN RONDOM PIJNPUNTEN
- ☐ AUTORITEIT OPBOUWEN (POSTS, STORIES, REELS, BLOGS, PODCAST)

E-MAILLIJST OPBOUWEN / ACTIVEREN

- ☐ FREEBIE, QUIZ OF WACHTLIJST GEBRUIKEN OM LEADS TE VERZAMELEN
- ☐ VOORVERKOOP NAAR WARME LEADS
- ☐ RE-ENGAGEMENT MAILS STUREN NAAR BESTAANDE LIJST

SOCIAL MEDIA & STORYTELLING

- ☐ AANKONDIGING & AFTELPOSTS
- ☐ KLANTVERHALEN OF EIGEN VERHAAL DELEN
- ☐ ANTWOORDEN OP BEZWAREN & FAQ IN CONTENTVORM
- ☐ ACTIEVE ENGAGEMENT OP DM'S

BETAALDE ADVERTENTIES (INDIEN VAN TOEPASSING)

- ☐ META ADS, GOOGLE ADS OF PINTEREST ADS
- ☐ LANDINGSPAGINA'S KOPPELEN AAN CAMPAGNES
- ☐ RETARGETING INSTELLEN
- ☐ BUDGETBEPALING



FASE 4

VERKOOP EN LANCERING LIVE

Doel: De verkoop openen, zichtbaar zijn en klanten converteren met overtuiging, urgentie en helderheid.

Wat je doet:

- Je opent je verkoop officieel (via mail, webinar of social post) met een duidelijke call-to-action.
- Je stuurt dagelijks e-mails met extra informatie, bezwaren, FAQ's, bonussen en succesverhalen.
- Je beantwoordt vragen via DM's, Q&A's of comments, zodat twijfels weggenomen worden.
- Je maakt gebruik van urgentie (tijdslimiet, beperkte plekken) en bonussen voor snelle beslissers.
- Je monitort en stuurt bij waar nodig (denk aan open rates, advertentieresultaten, conversies).

Voorbeeld: Een online trainer opent haar programma op maandag met een webinar. Ze stuurt elke dag een e-mail met waarde, klantverhalen en tips. Op vrijdag volgt een 'last chance' mail met de eindtijd en bonussen. De meeste aanmeldingen komen binnen op de laatste dag.



FASE 4

VERKOOP EN LANCERING LIVE

VERKOOPMOMENT ZELF

- ☐ OPEN CART AANKONDIGEN
- ☐ STORIES, LIVES, E-MAILS: DAGELIJKS ZICHTBAAR ZIJN
- ☐ URGENTIE EN SCHAARSTE OPBOUWEN (BONUSSEN, TIJDSLIMIET)

VERKOOPGESPREKKEN (OPTIONEEL)

- ☐ INTAKE OF STRATEGIEGESPREKKEN VOEREN
- ☐ SCRIPTS OF INTAKEFORMULIER KLAARZETTEN
- ☐ SALES OBJECTIONS MANAGEN



FASE 5

KLANTEN ONBOARDING & NAZORG

Doel: Je klanten goed verwelkomen, begeleiden en zorgen voor een fijne start en hoge tevredenheid.

Wat je doet:

- Je stuurt direct na aankoop een welkomstmail met inloggegevens, uitleg en een eerste actiepunt.
- Je biedt een duidelijke startmodule of introductievideo waarin je klanten helpt op weg.
- Je begeleidt ze naar de community (indien van toepassing) en moedigt interactie aan.
- Je checkt regelmatig in via mail of DM om betrokkenheid en vragen op te vangen.
- Je nodigt klanten actief uit om hun voortgang te delen en successen te vieren.

Voorbeeld: Een cursusmaker stuurt een persoonlijke welkomstvideo, activeert een besloten Facebookgroep en plant een gezamenlijke online kick-off. Haar deelnemers voelen zich direct ondersteund en starten gemotiveerd.



FASE 5

KLANTEN ONBOARDING & NAZORG

KLANTONBOARDING

- ☐ WELKOMSTMAIL + PRAKTISCHE INFO
- ☐ COMMUNITYLINK OF LOGIN INFO DELEN
- ☐ EXTRA VIDEO / VOICE / Q&A MET UITLEG OVER GEBRUIK

SUPPORT & OPVOLGING

- ☐ KLANTCONTACT VIA MAIL OF WHATSAPP
- ☐ MOGELIJKHEID TOT PERSOONLIJKE BEGELEIDING?
- ☐ VOORTGANGSCHECK OF FEEDBACKMOMENT

TESTIMONIAL-VERZAMELING

- ☐ AUTOMATISCHE MAIL OM FEEDBACK TE VRAGEN
- ☐ VRAAG OM GOOGLE REVIEW / VIDEO TESTIMONIAL
- ☐ SCREENSHOT GEBRUIKEN VOOR SOCIALS



FASE 6

ANALYSEREN & BIJSTUREN

RESULTATEN METEN

- ☐ VERKOOPCIJFERS & CONVERSIEPERCENTAGES ANALYSEREN
- ☐ WAAR HAAKTEN MENSEN AF?
- ☐ WELKE KANALEN WERKTEN HET BEST?

OPTIMALISATIE

- ☐ FUNNELS BIJSTELLEN
- ☐ E-MAILS HERSCHRIJVEN
- ☐ NIEUWE BONUS OF INSTAPAANBOD TOEVOEGEN

EVERGREEN MAKEN (OPTIONEEL)

- ☐ REPLAY EVERGREEN MASTERCLASS MAKEN
- ☐ AUTOMATISCHE FUNNELS BOUWEN
- ☐ STRUCTUREEL VERKEER AANZETTEN VIA ADS OF PINTEREST



HULP NODIG HIERBIJ?

DE VOLGENDE STAP

Misschien heb je net een cursus gemaakt. Of een nieuw 1:1 traject samengesteld. Je hebt maanden gewerkt aan je idee. Maar dan komt de volgende vraag:

- ☛ Hoe ga je het verkopen?
- ☛ Hoe bereik je de juiste mensen?
- ☛ Hoe regel je de technische kant – je website, je e-mails, je leeromgeving?
- ☛ Hoe zorg je dat je klanten een goede onboarding krijgen?

Veel ondernemers blijven hier hangen. Ze raken overweldigd. Of stellen het uit. En dat is zonde – want met de juiste structuur, begeleiding en actieplan, kan jouw aanbod wél bij de juiste mensen terechtkomen.

Deze checklist laat je precies zien wat er allemaal bij komt kijken. Niet om je af te schrikken, maar om je te helpen. Want al deze onderdelen kun je slim en strategisch aanpakken.

Daarom wil ik je graag uitnodigen om een vrijblijvende call te boeken, waarin we samen kunnen kijken:

- Waar je nu staat
- Waar je naartoe wilt
- En welke fases jij het beste kunt optimaliseren voor meer rust, overzicht en resultaat

We kijken of ik je verder kan helpen met het implementeren van alle stappen uit deze planner. Want een strategie bepalen is de eerste stap, de uitvoering de tweede. Vaak helpen coaches met de bepaling van de juiste strategie en oppervlakkig met de implementatie ervan. Echter, is goede implementatie van groot belang om ervoor te zorgen dat jij kan opschalen.

In mijn aanbod, gaan we samen kijken naar een passende strategie voor je aanbod, en ga ik vervolgens alles vormgeven en implementeren. Meer weten?

BOEK HIER JE VRIJBLIJVENDE GROEI CALL