MARKETING SYLLABUS

Op weg naar een inside-out marketingstrategie

Jeanne Roefs

WWW.JEANNEROEFS.COM

HET IS NIET DE BEDOELING DAT JE MIJ VOLGT

LAAT MIJ JOU VOLGEN OP WEG NAAR JE OER-ZIJN

JEANNE ROEFS

WAT ME AL JAREN RAAKT

Als gerenommeerde expert in je vak met een uitmuntende staat van dienst is je impact zichtbaar. Klanten zijn tevreden. En toch... als je eerlijk bent:

- Gaat het werven en aantrekken van juiste klanten lastiger.
- Voel je aversie tegen de online marketinggehaktmolen, waar ondernemers als eenheidsworst uit komen.
  "Dit moet anders kunnen", denk je stiekem.
- Kun je een nóg grotere impact maken en meer mensen bereiken als jij jouw sublieme inside-out marketing-strategie maar helder zou hebben.

Jij verlangt er naar om:

- Ultieme vervulling te vinden, in lijn met je zielsmissie.
- Minder onnodige arbeidsinspanningen te leveren.
- Je belangrijkste vrijheden terug te claimen.
- Alleen te werken met zielsverwanten.
- Meer te verdienen.

> Immers, de 3 hoofddoelen van je business zijn:
> - Ultieme zielsvervulling door te excelleren binnen je speelveld.
> - Van waarde zijn en impact maken.
> - Groeiende winstcijfers.

WAAROM DEZE MARKETING SYLLABUS?

Je voelt 'm wellicht al aankomen. Niet alleen maak je alvast kennis met mij en mijn werk maar krijg je ook onmiddellijk duidelijkheid over waar je op dit moment in je marketing, binnen je bedrijf, staat.

Ik help je met deze syllabus heel graag op weg zodat je bedreven raakt in het formuleren van antwoorden op de volgende vragen:

- **Waar zijn mijn klanten te vinden die exact bij mijn actuele ondernemersprofiel op dit moment aansluiten?**
- **Hoe zet ik mezelf zó in de markt dat de juiste klanten me vinden?**
- **Hoe dient mijn aanbod eruit te zien?**
- **Voor welke prijs zet ik mijn aanbod in de markt?**
- **Welke prijs sluit exact aan bij de waarde die ik lever, de impact die ik maak inclusief de voorinvesteringen?**

Want sinds 2005 hebben we een gigantische verschuiving omtrent marketing gezien. Deze behelst inmiddels veel meer dan alléén een website, visitekaartjes uitdelen, nieuwsbrieven versturen, lezingen houden en hopen op mond-op-mond reclame. Jezelf en je bedrijf heden ten dage onderscheidend in de markt positioneren vraagt om hele andere kennis, specifieke vaardigheden maar vooral volharding en consistentie.

De overload aan marketingtools en technieken vereist dat je heel dicht bij jezelf blijft en je eigen marketingmix en marketingkit afstemt op een zorgvuldig ontwikkelde inside-out marketingstrategie die exact bij jouw ondernemersprofiel aansluit. Het duidelijk krijgen van het ondernemersprofiel maakt deel uit van het vaststellen van de huidige situatie. Als ik je persoonlijk JR Levensscript™ bereken, decodeer en voor je uitschrijf, wordt daarmee ook jouw ondernemersprofiel duidelijk.

Ik neem je mee naar een praktijkvoorbeeld.

EEN PRAKTIJKVOORBEELD

Ik sprak onlangs een arts die enkele jaren terug de moedige beslissing nam om zich op holistische geneeswijzen toe te leggen. Daar ligt zijn hart en zijn overtuiging is dat hij mensen daar écht mee helpt.
Deze beslissing is hem echter, naar eigen zeggen, duur komen te staan. Reden voor een **kantelgesprek** met mij.

Zijn huidige situatie
Door zijn beslissing om als holistisch arts verder te gaan riskeerde hij zijn BIG registratie. Hij is blij dat hij zijn BIG registratie terug heeft kunnen bevechten voor behoud van zijn basisinkomen. De mensen waar hij als holistisch arts het liefste mee werkt stromen langzaam uit zijn praktijk weg. Zijn nieuwsbrieven worden niet gelezen en op zijn lezingen schrijft amper iemand in. Hij ziet als enige oplossing, fullime doorgaan als basisarts.

Het op orde brengen van de huidige situatie:
Waarom werkt deze oplossing voor hem averechts? Om te beginnen omdat zijn praktijk steeds drukker wordt en hij dus niet alleen harder moet werken. Maar ook blijvend moet investeren in zijn team en het up to date houden van zijn huisartsenpraktijk. Zijn grootste frustratie is dat zijn aandacht meer uitgaat naar de angst voor verlies van inkomen en dus naar hard werken met zieke mensen dan naar het maken van een verdiepingsslag in het verder vormgeven van zijn praktijk als holistisch arts. Dit energielek vraagt om onmiddellijke actie.

De gewenste situatie

- Hij wil zijn levensopdracht, gaven en missie uitleven door een definitieve keuze te maken met een `JA`.
- Hij wil met mensen werken die geholpen willen worden in het herstel en het behoud van hun gezondheid.
- Hij heeft hiervoor een kant en klaar programma waar hij trots op is en wat hem vrijheid biedt.
- Hij wil zich de kennis en vaardigheden eigen maken die ervoor zorgen dat de juiste mensen hem weten te vinden, waardoor hij naar ultieme zielsvervulling en een gezonde inkomensstroom kan uitkijken.

15 MARKETINGSTELLINGEN MET 15 VRAGEN OM JE HUIDIGE SITUATIE TE VERHELDEREN

Handreiking voor een authentieke professionele inside-out marketingstijl

Bij deze bied ik je een korte handreiking om langzaam naar een authentieke professionele marketingstijl toe te groeien waarbij de online zichtbaarheid een natuurlijk onderdeel vormt van jou inside–out marketingstrategie. Zelfreflectie is één van de tools die direct zelfkennis oplevert. Vandaar deze handreiking.

15 stellingen

Ik poneer hieronder 15 stellingen. Door bij jezelf hierop af te stemmen breng je alleen al de nodige duidelijkheid omtrent hoe jij je tot je bedrijf verhoudt. Deze afstemming is een intern proces en een eerste aanzet tot het ontwikkelen van je inside-out marketingstrategie.

15 vragen

De stellingen worden gevolgd door 15 vragen. Wanneer je die voor jezelf beantwoordt ontdek je niet alleen wat voor jou überhaupt een reden was om je bedrijf te starten maar ook de motivatie om die verdiepingsslag met je bedrijf te maken. Je inside-out marketing met liefde en plezier omarmen gaat je dan veel beter af waardoor je marketingmix en marketingkit helder wordt.

Jezelf zichtbaar maken door te volharden om jezelf consistent voor het voetlicht te brengen leidt tot zichtbare resultaten.

STELLING 1

Je intentie om jouw bedrijf te starten is de volledige persoonlijke vrijheid ervaren om de beste versie van jezelf te verwerkelijken.

Vraag 1: Met welke intentie ben jij je bedrijf gestart?

STELLING 2

Jij realiseert je dat je eigen bedrijf niet los staat van jezelf. Het is de manifestatie van je zielsopdracht, van jouw gaven en talenten die je ontwikkelt om tot meesterschap te komen.

Vraag 2: Hoe manifesteert jouw bedrijf je zielsopdracht, gaven en talenten?

STELLING 3

Een bedrijf dat gebaseerd is op het vergroten van persoonlijke vrijheid bevat onderdelen die dienen voor het leiden van een authentieker leven.

Vraag 3: Wat was je belangrijkste motivatie om je bedrijf te starten? Wat motiveert je op dit moment? Op welke manieren geef jij hier uiting aan?

STELLING 4

De sleutel tot een succesvol bedrijf en carrière is het besef dat je bedrijf niet op zichzelf staat maar je OER-zelf binnen jouw bedrijf weerspiegelt. Je bedrijf is het verlengde van jouw Ziels-DNA.

Vraag 4: Hoe leef jij de boodschap van je bedrijf in het leven van alledag. Hoe komt dat terug in de boodschap van je merk, de branding van je bedrijf?

STELLING 5

Wanneer we tot de kern van ons bedrijf doordringen komt het hierop neer: "Je biedt diensten aan waar anderen hun voordeel mee doen."

Als in deze basiseigenschap jouw zielsopdracht zit verweven waarbinnen jij je talenten, vaardigheden en passies ten behoeve van anderen uitleeft, spreken we niet meer van **HANDELSWAAR** maar van een **LEVENSWERK**. De betekenis overstijgt dan het doel van je bedrijf, je werk en je eigen persoonlijke gewin.

Vraag 5: Welke omwenteling wil jij verwerkelijkt zien in het grotere geheel, de samenleving? Welk instrument voor meer persoonlijke vrijheid bied jij de wereld aan, wil jij de mensen leren en met ze delen?

STELLING 6

De continuïteit van ons bedrijf hangt af van het lenig meebewegen op de actualiteit waarbij we ons onophoudelijk en niet aflatend blijven bezinnen op het “waarom” we “wat” binnen ons bedrijf doen.

Vraag 6: Waarom doe jij op dit moment wat je doet?

STELLING 7

Online zichtbaarheid is niet meer weg te denken als hedendaagse marketingtool. Toekomstige klanten vinden je via Social Media.

Vraag 7: Op welke wijze heb jij je online zichtbaarheid op dit moment in je bedrijf ingericht?

STELLING 8

Online zichtbaarheid weerspiegelt je OER-zelf en je missie waarmee jij je ten diepste verbonden voelt.

Vraag 8: Op welke wijze geef jij in je online zichtbaarheid uiting aan je OER-zelf en je missie? Wat is je strategie, je plan? Hoeveel plezier ervaar jij hierin?

STELLING 9

Authenticiteit is niet te faken.

Volgens **Michael White, Narrative Therapy**, zijn we ‘an association of life´. Dus menen we al onze persoonlijkheden, rollen en uiterlijkheden te moeten verknutselen tot één onderscheidend geheel dat opvalt en bijzonder is.

Méér nog … dan gewoon écht te zijn. We proberen overdreven en hoogdravend te voldoen aan wat van een succesvol persoon verwacht wordt en vervolgens probeert iedereen datzelfde te doen. Hoe kun jij je dan nog onderscheiden, zonder overweldigd of wanhopig te worden?

Vraag 9: Wat is jouw persoonlijke verhaal, dat je heeft geleid naar hetgeen wat je nu doet? Hoe en wanneer, in welke omstandigheid ben jij voor je gevoel je meest authentieke zelf?

STELLING 10

Wanneer de intentie en het doel van je bedrijf louter en alleen “geld vergaren” is, dan raakt in deze tijd van verhoogde frequenties je creativiteit geblokkeerd om nieuwe antwoorden te formuleren op de nood en vragen waarvoor klanten zich gesteld zien.

Geld vergaren bij je klanten dat niet in verhouding staat tot de waarde die ze ervoor terugkrijgen wordt universeel en energetisch niet meer ondersteund.

Vraag 10: Waar zit je klem in je bedrijf? Waar voel jij je schuldig over? Waar mag jij je binnen je bedrijf van ontdoen? Waar mag de stekker uit? Hoe kun jij jezelf vrijer voelen binnen je bedrijf?

STELLING 11

Een succesvol persoon is niet iemand die nooit omvalt. Het is iemand die uit zijn of haar as herrijst en datgene doet wat nodig is om zijn positie in het groter geheel weer in te nemen.

Vraag 11: In welk uitstelgedrag hou jij jezelf nog gevangen waardoor je bevriest en niet doet wat je te doen hebt? Welke volgende stap mag je nemen om daar te komen waar je wilt zijn en waar je thuis hoort?

STELLING 12

Wanneer we enkel en alleen voor het vergaren van geld werken, om rekeningen te kunnen betalen, is de onderliggende intentie: “meer ontvangen dan geven”.

Aangezien dit een doodlopend spoor is, is een verschuiving van een verkoopmentaliteit naar een servicementaliteit de enige wonderbaarlijke transitie die een antwoord vormt op dit handelsdilemma.
Maar met de financiële druk en een teruglopend klantenbestand worden we bang voor verlies, omdat we met ons hele wezen nog gevangen zitten in de oude financiële structuren gebaseerd op rente en kosten.
Totdat we ons bewust worden van de mogelijkheid tot een omwenteling, handelen we ongemerkt nog vanuit het ego in de overlevingsmodus binnen de zelf opgebouwde structuren, in plaats vanuit liefde, vrijheid en een oneindig vertrouwen in dat alleen het allerbeste ons toekomt.

Echter deze afgoderij leidt ons naar buitenaards emotionele grondgebied, waar we altijd bang zijn. We zijn dan zelfs bang voor zowel mislukking als succes.

Vraag 12: Wat is jouw persoonlijke doorbraak? Datgene waarvan je zou willen dat iedereen het kon voelen? Gewoon omdat het oneindige potentieel aan mogelijkheden je verrijkt?

STELLING 13

Het is zoveel gemakkelijker om te dromen over je doelstellingen en je bestemming dan die eerste stap te zetten om daar te komen.

Vraag 13: Wat stel je telkens uit? Hoe weet je wat je te doen staat om ervoor te zorgen dat jouw bedrijf jouw kernwaarden en eigen levensstijl belichaamt?

STELLING 14

Er bestaat geen enkele baan of activiteit die meer potentiële impact op de planeet heeft dan alle andere banen of activiteiten.

Wij zijn als mens altijd van invloed in de wereld waarin we leven, door onze aanwezigheid, onze energie, onze interacties met anderen. De vraag is, wat voor soort impact hebben we op de wereld om ons heen?

Vraag 14: Wat vertegenwoordig jij werkelijk binnen jouw bedrijf? Wie ben jij? Wat is het gevoel, de transformatie, de kwaliteit dat jouw bedrijf vertegenwoordigt en anderen helpt bereiken?

STELLING 15

De hoogste kunst is het leiden van een goed en waardig leven. Een levenskunstenaar informeert de wereld over de mogelijkheden die achter de maskers die we allen dragen, schuilgaan en wat er beschikbaar is.

De grootste schat ligt nog altijd onder je eigen bed! En wat wij, ieder van ons, uiteindelijk hier te doen hebben is die schat uitgraven en onder dat bed vandaan halen.

De belangrijkste reden dat zo velen van ons geobsedeerd zijn door mensen met een sterrenstatus is omdat we zelf zo'n slechte acteurs in ons eigen leven zijn.
Sterker nog: Aan de zijlijn toekijken met een wazige bril en enkel meningen uiten over de ruggen van hen die wél het eigen podium pakken, leidt tot helemaal niets!

Ontspruit dit gedrag enkel en alleen uit pure jaloezie omdat jijzelf niet in de spotlights op het podium staat? Of uit diepe angst dat je het niet waard bent om in de spotlights op het podium te staan? Of zijn er andere redenen? Jij weet hierop zelf het antwoord!

Het volgende helpt je wellicht uit de droom:
De kosmische spotlight zal NOOIT op jou gericht zijn. Het kosmische licht straalt namelijk van binnenuit! Jij bent het zelf die ervoor kiest het te laten stralen en jouw eigen podium te pakken!

Ken je het gevoel dat je zit te wachten tot iemand ontdekt hoe goed je bent en wat je te bieden hebt?

Uiteindelijk, na verloop van tijd en een afgeslankte bankrekening, realiseer jij je dat jij zelf degene bent die op jezelf hebt zitten wachten tot je voor je bestemming klaar zou zijn om de wereld te laten weten wat je hier te doen hebt. Ben je daar eenmaal klaar voor? Dan volgt er actie!

En in deze tijd met verhoogde frequenties zullen deze acties altijd worden ondersteund. ALTIJD! En acties leiden nu eenmaal naar resultaten.

Vraag 15: Wat en wie binnen jouw op vrijheid gebaseerde bedrijf sta je toe om nog veel meer uit jezelf te halen. Waar en hoe vindt de volgende stap plaats om je volledig uit te drukken zoals je bent?

TIJD VOOR DE VOLGENDE STAP!

De volgende stap!

Herken jij je in enkele van deze stellingen en ben je ertoe gekomen om de vragen voor jezelf te beantwoorden?
Dan feliciteer ik je nu van harte!

Jij bent klaar om acties voor te bereiden voor jouw persoonlijke inside–out Marketing Strategie.

Hoe ziet jouw volgende stap er voor je uit?

Ik neem je graag mee naar de JR Marketing Checklist voor nóg meer duidelijkheid!

MARKETING CHECKLIST VOOR KENNISONDERNEMERS

JEANNE ROEFS
BUSINESS ALCHEMY

Als je jezelf als kennisondernemer een ultra high-end business gunt.

Deze checklist omvat de belangrijkste zaken om jezelf, inclusief je aanbod, in de wereld neer te zetten.

Mocht je overweldigd raken van de lijst? Weet dan dat dit een afspiegeling is van de structuren waaruit de hedendaagse markt bestaat.

Die markt is er nu eenmaal en er staat je inderdaad het een en ander te doen om die te bewerken.

Althans....wil je échte resultaten behalen door je enkel en alleen op de hoofdzaken te richten.
Zónder aan inkomstenderving te lijden, die vaak het gevolg is van onnodig tijdverdrijf in het verrichten van nevenactiviteiten.

1 Ik versta en doorgrond het begrip marketing

Marketing bestaat uit doelen, regels en structuur. Voordat je aan marketing begint, is het handig eerst de spelregels en de gebruiksaanwijzing te bestuderen om het spel tot in haar essentie te begrijpen.
Dat vergroot de kans dat je er plezier in houdt en het je zelfs de allerbeste klanten brengt!

"Ik *doorgrond het marketingspel en begrijp waar de bal ligt en waar mijn allerbeste relaties te vinden zijn."*

2 Ik beheers de 6 ondernemers principes

Deze 6 ondernemers principes zijn het fundament van je business mindset en bepaalt hoe je in het marketingspel staat. Het is de drijfveer achter je volharding en discipline om je marketing vaardigheden telkens te blijven verbeteren.

Deze 6 ondernemers principes zijn de grondleggers van jouw ondernemersprofiel en bepalen de uitkomst van de resultaten van je marketinginspanningen en dus daarmee de mate waarin jij je gewenste situatie realiseert en het succes van je bedrijf.

De resultaten van het beheersen van de 6 ondernemers principes zijn:

- Door het JR Levensscript™ ken ik mijn marketing- en ondernemersprofiel en de mix die daar perfect bij aansluit.
- Ik heb kennis genomen van verscheidene inside-out marketinginzichten en de diverse methodes bestudeerd om mezelf succesvolle marketinggewoonten eigen te maken.
- Ik heb positieve marketinggewoonten en systemen succesvol geïntegreerd in mijn bedrijf en ondernemerschap om er zeker van te zijn dat ik mijn marketing in mijn business implementeer.
- Ik heb me succesvol toegelegd op het bestuderen, praktiseren en integreren van een positief en creatief marketing denkframe.
- Ik ben vertrouwd en vindingrijk waar het mijn marketing betreft. Ik laat me niet van mijn spoor afbrengen door kritiek, een gebrek aan zelfvertrouwen, angst en negativiteit.
- Ik ben een ster in het bedenken van creatieve ideeën om mijn business voor het voetlicht te brengen.

3 Ik heb de marketing-boodschap van mijn business rond.

Jouw essentiële marketingboodschap bestaat uit de kern waaruit je bedrijf bestaat.

Het is dan duidelijk:

- Wat jouw speelveld, je levensopdracht, is waarbinnen jij excelleert.
- Wie je beste klanten zijn.
- Voor welke uitdagingen zij staan.
- Naar welke oplossingen zij verlangen.
- Welke resultaten zij met je aanbod kunnen behalen.
- Wat jouw unieke handtekening hierin is.

Het rond hebben van de marketingboodschap van mijn bedrijf blijkt uit:

- Ik ken de demografische en psychische kenmerken van mijn allerbeste klanten.
- Ik heb de lijst met hun belangrijkste 5 uitdagingen paraat.
- Ik heb de lijst paraat met de 5 belangrijkste verlangens van mijn klanten.
- Ik heb de lijst paraat met de 5 belangrijkste intenties die zij willen manifesteren.
- Ik heb een aantal verhalen van mijn klanten paraat die succesvol waren in het manifesteren van hun intenties en het behalen van hun gewenste situatie.

4 Ik maak mezelf de nodige communicatieve vaardigheden eigen

Marketing is 100% toveren met taal. Of zoals Florence Scovel Shinn zegt : *"Your word is your wand!"*

Daarom is het belangrijk om je diverse verbale en schriftelijke communicatievaardigheden eigen te maken om je allerbeste klanten te werven en aan te trekken.
In eerste instantie is het handig om je verbale communicatie te trainen. Later komen andere communicatievormen aan bod.

Dat ik mezelf de verbale communicatieve vaardigheden heb eigen gemaakt blijkt uit:

- Ik heb een korte audio/video boodschap als mijn logo ingezet.
- Om mijn business uit te leggen spreek ik enkel over de intenties die mijn klanten manifesteren.
- Ik deel succesverhalen van mijn klanten.
- Ik beluister, hoor, ken en begrijp de diepste behoeften van mijn klanten.
- Ik vraag met gemak aan mijn allerbeste klanten om actie te ondernemen.
- Ik beheers de vaardigheid om emails te schrijven waarop wordt gereageerd.
- Ik beheers de vaardigheid om een relatie telefonisch op te volgen.
- Ik beheers de vaardigheid om een afspraak met mijn allerbeste relaties te maken.
- Ik beheers de vaardigheid om een verkoopgesprek te leiden.
- Ik beheers de vaardigheid om mijn allerbeste relatie ‘Ja’ te laten zeggen tegen mijn aanbod en de verkoopprocedure tot en met de betaling en het aanbieden van mijn eerste dienst positief te laten verlopen.

5 Ik heb de multi-media materialen voor mijn business paraat

Nauwkeurig gedocumenteerde marketing-materialen zijn de hoeksteen van je marketing en een unanieme uiting van je essentiële marketingboodschap.

Pas wanneer je deze marketingmaterialen compleet en paraat hebt heeft het zin om advertentiebudget vast te stellen en te gaan adverteren via Instagram, Youtube, LinkedIn, Facebook en Google Adwords.

De volgende gedocumenteerde marketing materialen heb ik voor mijn business gereed en paraat:

- Een website met een overzicht van mijn business.
- Een pagina met een samenvatting.
- Een pagina met diverse manieren om mijn allerbeste relaties gratis met mij kennis te laten maken.
- Mijn Linkedin profiel en samenvatting.
- Een korte wervende film (3 - 8 min) over mij en mijn business.
- Een powerpoint presentatie | webinar over mijn business.
- Een autoresponder serie van minstens 7 emails voor nieuwe optins.

Inzoomend op mijn website bevat die de volgende content:

- Een homepage met een kernachtige samenvatting van mijn business.
- Een ‘Over mij’ pagina over mijn allerbeste klanten in verhouding tot mijn business.
- Een landingspagina met mijn gratis aanbod.
- Een landingspagina met mijn aanbod.
- Een contactpagina met een formulier en doorlinks naar mijn social media kanalen.
- Mijn Algemene Voorwaarden.
- Mijn Privacybeleid.
- Emailrespondprogramma zoals enormail of autorespond.
- Een nieuwsbriefs template in mijn emailrespond programma.
- Een blog.

6 Het actieplan voor mijn marketingstrategie ligt uitgewerkt klaar

Het allerbelangrijkste is om je slechts één marketingstrategie compleet eigen te maken, die verder uit te bouwen en te implementeren, alvorens met een andere te beginnen.

Zo ontwikkel je zelfvertrouwen en genereer je kleine succesmomenten waardoor je groeit in je volharding om dóór te gaan als je marketinginspanningen niet meteen resultaat opleveren en het lastig voor je wordt.
Het geleerde kun je daarna weer toepassen in een volgende strategie.

Ik ken de volgende marketingstrategieën en weet welke bij mijn marketingtype aansluiten:

- Een netwerk strategie
- Een directe outreaching strategie (koud bellen, emails en opvolging)
- Een warmhoud strategie (ezine en blog)
- Een spreek strategie zoals het geven van lezingen en het houden van events
- Een webinar strategie
- Een direct email strategie
- Een social media strategie (Kies hoogstens 3 kanalen waarop je actief bent.)
- Een videostrategie
- Een pers strategie die zorgt voor je expertstatus en landelijke bekendheid. Denk hierbij aan radio, tv, glossy's, dagbladen en vaktijdschriften.

Alles draait nu om prioriteit en focus!

De punten **#1** tot en met **#4** zijn essentieel. Om jezelf en je business succesvol voor het voetlicht te brengen moet je de regels en de structuren kennen en de juiste grondhouding hebben. Vervolgens dien je effectief en bewogen over de resultaten van je business te spreken.

Vanaf **#5** en **#6** kijk je wat exact bij je marketingtype aansluit. Eenmaal voor een marketingstrategie gekozen, zorg er dan voor dat je deze helemaal beheerst en er een master in wordt. Anders behaal je nooit de resultaten die je wilt behalen.

IETS OVER MIJ

Als business alchemist faciliteer ik sinds 1999 ondernemers in het JR ExcelleerTraject PRO om een convergerend, ultra high–end business– en verdienmodel vorm te geven. Zelfkennis door het JR Levensscript™, je waardesysteem, niche én expertise komen samen in één compact (online/live) programma waarin jij uitblinkt en je onderscheidt. Zo onderneem je ultra high-end op basis van jouw zéér genuanceerd waardesysteem, vanuit een organisch vormgegeven inside–out marketingstrategie.

Ik weet me gedragen door het besef dat opereren vanuit een gezamenlijk kwantumveld (ook wel het universum of door sommigen God genoemd) er altijd die energie vrijkomt die nodig is om jouw volledige potentieel te onthullen en te benutten. Mijn klanten noemen dit magie.

Hierdoor ben ik, middels ultrakorte interventies, in staat om je te faciliteren in het innemen van jouw speelveld en ruimte waarbinnen jij optimaal excelleert en je te ondersteunen in je zelfvertrouwen, toewijding en volharding om naar de gewenst situatie toe te werken.

RELATIES OVER ONZE SAMENWERKING

RON VAN GILS

Trusted Creative Advisor

"Jeanne is in staat om écht naast je te staan en kijkt met humor, betrokkenheid en verwondering met je mee... jouw wereld in."

LOUISE VAN VLIET

Founder choice.expert

"Jeanne has a way of firstly listening with all her senses and then focusing on those aspects in your life that would benefit from her new insights."

ROGER KESTER

Talent Coach

"Door Jeanne ervaar ik, hoe verfijnder mijn energie, des te meer mogelijkheden er bij mijn cliënten ontstaan,"

Ga met me in gesprek

Tijdens het kantelgesprek ontvang je waardevolle inzichten om direct toe te passen en is het eerste contact gelegd.

ADRES

De Pompers 1
6027 RN Soerendonk

TELEFOONNUMMER

0495-595759

EMAIL

info@jeanneroefs.com