

Naam: _____

Datum: _____

SCHRIJF JE EIGEN MERKVERHAAL

Een sterk merkverhaal helpt je als startende ondernemer om jezelf te onderscheiden en een verbinding te maken met je doelgroep. Het vertelt wie je bent, waarom je doet wat je doet, en wat jouw product of dienst uniek maakt. In dit werkblad ga je stap voor stap je eigen merkverhaal schrijven, zodat je jouw unieke waarde duidelijk kunt communiceren naar je klanten. Volg de vragen en richtlijnen om een authentiek en inspirerend verhaal te creëren.

Stap 1: Jouw Achtergrond en Reden om te Ondernemen

Begin met het vertellen van je eigen verhaal. Wat heeft jou gemotiveerd om je eigen onderneming te starten?

Wat heeft je geïnspireerd om ondernemer te worden?

(Bijv. "Na jaren in loondienst te hebben gewerkt, wilde ik meer vrijheid en mijn eigen ideeën realiseren.")

Welke ervaring of gebeurtenis heeft je geholpen om deze beslissing te nemen?

(Bijv. "Ik merkte dat ik meer voldoening zou halen uit het starten van mijn eigen bedrijf.")

Wat is de grootste verandering die je verwacht door ondernemer te worden?

(Bijv. "De vrijheid om mijn eigen tijd in te delen en iets te bouwen waar ik trots op ben.")

Naam: _____

Datum: _____

SCHRIJF JE EIGEN MERKVERHAAL

Stap 2: De Pijnpunten van je Doelgroep

Denk na over de problemen of uitdagingen waarmee jouw doelgroep wordt geconfronteerd. Dit helpt je om duidelijk te maken waarom jouw product of dienst hen kan helpen.

Wat is het grootste probleem dat je klanten ervaren?

(Bijv. "Mijn klanten hebben moeite om een balans te vinden tussen werk en privé.")

Welke pijn voelen ze als ze dit probleem niet oplossen?

(Bijv. "Ze blijven worstelen met stress en vinden geen tijd om te groeien.")

W·W·H·Y!

Naam: _____

Datum: _____

SCHRIJF JE EIGEN MERKVERHAAL

Stap 3: De Oplossing die je Biedt

Beschrijf hoe jouw product of dienst het probleem van je klanten oplost. Dit is de kern van je toegevoegde waarde.

Hoe helpt jouw product of dienst je klanten hun probleem op te lossen?

(Bijv. "Mijn product helpt klanten om hun werk efficiënter te organiseren en meer tijd te vinden voor wat echt belangrijk is.")

Welke specifieke resultaten kunnen klanten van jou verwachten?

(Bijv. "Mijn klanten ervaren meer rust, minder stress en een betere balans tussen werk en privé.")

W·W·H·Y!

Naam: _____

Datum: _____

SCHRIJF JE EIGEN MERKVERHAAL

Stap 4: Jouw Missie en Waarden

Hier vertel je wat jou drijft als ondernemer en welke waarden je belangrijk vindt in je werk en je bedrijf.

Wat is jouw missie als ondernemer? (herhaling)

(Bijv. "Mijn missie is om mensen te helpen meer tijd te vinden voor wat er echt toe doet in hun leven.")

Welke waarden zijn belangrijk in jouw werk?

(Bijv. "Efficiëntie, klantgerichtheid en transparantie staan centraal in mijn bedrijf.")

Naam: _____

Datum: _____

SCHRIJF JE EIGEN MERKVERHAAL

Stap 5: Wat maakt jou Uniek?

Hier beschrijf je wat jou anders maakt dan je concurrenten. Dit is jouw Unique Selling Proposition (USP).

Wat doe jij anders dan anderen in jouw branche?

(Bijv. "Mijn product is eenvoudig in gebruik en biedt directe resultaten zonder lange leercurve.")

Waarom kiezen klanten voor jou in plaats van voor een ander?

(Bijv. "Ik bied persoonlijke ondersteuning en zorg ervoor dat mijn klanten zich gehoord voelen.")

W·W·H·Y!

Naam: _____

Datum: _____

SCHRIJF JE EIGEN MERKVERHAAL

Stap 6: Inspirerende Toekomstvisie

Beschrijf de positieve toekomst die jouw klanten kunnen bereiken door jouw product of dienst te gebruiken. Dit inspireert en motiveert hen om actie te ondernemen.

Hoe ziet de toekomst eruit voor je klanten als ze jouw product of dienst gebruiken?

(Bijv. "Mijn klanten zullen een gezonder evenwicht vinden tussen werk en privé, waardoor ze zowel professioneel als persoonlijk kunnen groeien.")

Wat verandert er voor hen op de lange termijn?

(Bijv. "Ze zullen efficiënter en gelukkiger zijn, met meer tijd voor de dingen die echt belangrijk zijn.")

W·W·H·Y!

