**Zo bepaal je de inhoud van je weggever**

We vinden het lastig: bij het maken van de weggever hinken we constant op twee benen:

*Wanneer geef ik teveel en is het nu niet té waardevol?*

Vul de onderstaande vragen in om te bepalen welke inhoudelijke content je gaat delen.

1. Wat is het grote probleem waar jouw ideale klant mee rondloopt?

Type hier je antwoorden in

 **Split het probleem verder uit**

Als voorbeeld: Om zakelijk online succesvol te worden is het van belang dat je een e-maillijst hebt en continu laat groeien. In mijn e-book 25 tips voor groei van je e-maillijst geef ik tips om je e-maillijst te laten groeien.

Dit is echter maar een heel klein stukje van de oplossing. Om klanten te krijgen online is het ook nodig je zichtbaarheid te pakken op Social Media. Een echt goed doordachte salesfunnel te hebben en misschien online workshops te geven.

Nu jij: wat een gedeelte van het grotere probleem dat je kunt oplossen? Je hoeft ook echt niet mijn 25 tips te modeleren, ik was een beetje te veel op dreef. Als je er 5 hebt is het al waardevol genoeg!

1. In welke onderdelen kun je dit probleem knippen?

* Gedeelte van het probleem
* Gedeelte van het probleem
* Gedeelte van het probleem
* Gedeelte van het probleem
* Gedeelte van het probleem
1. Kies 1 deelprobleem waar je tips over kunt geven. Kies iets waar ze echt wat aan hebben maar ga niet het héle probleem oplossen. Less is more. We willen maar wat graag ‘overdeliveren’ maar dat is niet de bedoeling ín de weggever

Het deel probleem waar ik mee aan de slag ga is:

 **Onderzoek en check of het klopt**

1. Ga online op zoek en check of mensen hier echt iets aan hebben.

Dit kun je doen door bijvoorbeeld op Instagram of Facebook een poll in te zetten.

Herkent jouw ideale klant dit als probleem? Zouden ze het willen oplossen?

Als het antwoord ja is heb je een **GO** Is het *mwah* en is het wel je ideale klant? Ga dan verder met ze in gesprek en vraag ze verder uit. Zo krijg je goud in handen en de meest waardevolle weggever.