

Stem jouw boodschap af op je doelgroep

Pak je aantekeningen uit Deel 1: Wie wil je bereiken? erbij. In dit werkblad ga je jouw woorden, voorbeelden en teksten afstemmen op de wandelaar die jij écht wilt aanspreken.

Oefening 1: De Zodat-check

Doel

Van activiteit naar resultaat denken, zodat je niet vertelt wat je doet, maar wat het oplevert voor de wandelaar.

Oefening

Schrijf op wat jij doet als wandeltrainer. Zet daar steeds het woord “zodat” achter en herhaal dit minimaal drie keer. Elke stap brengt je dichterbij het echte resultaat voor jouw doelgroep.

Voorbeeld

Ik geef looptechniektraining...
 ...zodat je voeten efficiënter landen...
 ...zodat je minder energie verspilt op lange afstanden...
 ...zodat je zonder spierpijn die ene droomtocht volbrengt.

De laatste zin is je marketingboodschap.

Wat levert dit op?

Je leert communiceren vanuit resultaat en beleving in plaats van vanuit inhoud. Dat maakt je verhaal aantrekkelijker, begrijpelijker en overtuigender voor wandelaars.

Oefening 2: De verboden-woordenlijst

Doel

Jouw taal laten aansluiten bij de leefwereld van de wandelaar, in plaats van bij jouw vakjargon.

Oefening

Pak een tekst van je website, brochure of social media. Omcirkel woorden die vooral trainerstaal zijn (zoals biomechanica, interval, aerobe zone, pasfrequentie).

Stel jezelf per woord de vraag:

Zou mijn wandelaar dit zelf ook zo zeggen?

Zo niet: vervang het door woorden die jouw doelgroep gebruikt.

Tip: Schrijf op B1-niveau

Ongeveer 80% van de Nederlanders begrijpt teksten op B1-niveau. Door op B1-niveau te schrijven, vergroot je je bereik en zorg je dat je boodschap in één keer



duidelijk is. Twijfel je of een woord te moeilijk is? Check het woord op:

<https://www.ishetb1.nl/>

Wat levert dit op?

Je communicatie voelt toegankelijker en minder afstandelijk. Wandelaars herkennen zichzelf sneller in jouw teksten en voelen zich eerder aangesproken.

Oefening 3: De invulzin voor je bio

Doel

In één heldere zin verwoorden voor wie je er bent en waarom iemand voor jou zou kiezen.

Oefening

Vul de zin hieronder in vanuit jouw gekozen wandeltype:

Ik help [wandeltype] die [grootste frustratie of pijn] ervaren om [grootste verlangen] te bereiken door middel van [jouw aanpak].

Neem de tijd om met woorden te schuiven tot de zin echt klopt.

Wat levert dit op?

Je hebt een compacte kernzin die je kunt gebruiken op je website, socials en in andere communicatiemiddelen.

Oefening 4: Maak het resultaat visueel

Doel

De wandelaar zichzelf laten herkennen in het resultaat van jouw begeleiding.

Oefening

Schrijf één zin die begint met:

“Stel je voor dat...”

Beschrijf daarin een concreet gevoel, moment of situatie die past bij jouw wandeltype.

Voorbeelden

- Prestatiewandelaar: Stel je voor dat je na 30 km nog steeds die glimlach op je gezicht hebt.
- Natuurwandelaar: Stel je voor dat de ruis in je hoofd plaatsmaakt voor de geluiden van het bos.
- Vitale wandelaar: Stel je voor dat je iedere ochtend soepel opstaat en zonder nadenken je vaste ommetje maakt.
- Afleidingzoekende wandelaar: Stel je voor dat wandelen het fijnste pauzemoment van je dag wordt.

Wat levert dit op?

Je communicatie raakt minder het hoofd en meer het gevoel. Dat vergroot herkenning en aantrekkingskracht.



Oefening 5: Gebruik de woorden van jouw deelnemer

Doel

Twijfel wegnemen bij nieuwe deelnemers door herkenbare verhalen van anderen te laten spreken.

Oefening

Vraag (oud-)deelnemers expliciet naar twee momenten:

1. Hun twijfel voordat ze bij jou begonnen met trainen
2. Het resultaat dat ze nu ervaren

Gebruik hun woorden zo letterlijk mogelijk in je communicatie.

Wat levert dit op?

Nieuwe wandelaars herkennen hun eigen twijfels en zien het mogelijke resultaat al voor zich. Dat verlaagt de drempel om te starten enorm.