

6 vragen om aan een testimonial te komen die voor je werkt

1. Als je een bezwaar had om te investeren in [NAAM PRODUCT], wat was dan dat bezwaar?
2. Wat heeft [NAAM PRODUCT] je opgeleverd?
3. Welke specifieke eigenschap heeft je het meeste opgeleverd?
4. Noem 3 andere voordelen voor jou van [NAAM PRODUCT].
5. Zou je [NAAM PRODUCT] aanraden aan anderen? En zo ja: waarom?
6. Is er nog iets dat je zou willen toevoegen?

1. Bezwaar

Er zijn altijd bezwaren om iets te kopen. Jij als ondernemer, schrijver, probeert die bezwaren van tevoren in kaart te brengen. Dat lukt altijd maar ten dele.

Door de vraag te stellen aan iemand die je product heeft gekocht, kom je op nieuwe inzichten. En die kun je in je marketing weer gebruiken; je kunt de nieuwe bezwaren gaan weerleggen.

2. Resultaat

Door deze vraag te stellen, maak je het bezwaar van zojuist 'lichter'. Want je product heeft resultaat opgeleverd en dat weegt (ruim) op tegen het bezwaar.

In testimonials gaat het om resultaten. Met deze vraag krijg je die naar boven. Je kunt om getallen vragen, bijvoorbeeld van gestegen omzet, maar niet iedereen wil dat zomaar geven. Getallen werken echter uitstekend in testimonials.

3. Specifiek

Hier ga je de diepte in. En dat is nodig, want zou je aan je klant vragen naar het hele product te kijken, dan zou je waarschijnlijk een wat vage response krijgen. “Ik vond dat wel goed, en dat wel goed. En o: dat vond ik ook wel goed.”

Maar door te focussen op dat ene grote voordeel, en te vragen wat dat heeft opgeleverd krijg je gedetailleerde informatie en feedback over dat ene specifieke onderwerp.

4. Nog 3...

Je hebt al je specifieke info over de belangrijkste feature voor je klant. Je kunt nu gaan verbreden. Moet je iemand dwingen om nog drie voordelen te noemen? Tuurlijk niet.

Je kunt ook vragen: Wat waren in jouw ogen nog andere belangrijke voordelen?

5. Aanbevelingen

Dit is psychologisch gezien een belangrijke vraag. Als een klant iets aanbeveelt, gaat dat niet alleen over je product maar ook over de geloofwaardigheid van je klant. Over zijn integriteit.

En alleen als je klant een goed gevoel heeft over je product, een goede ervaring heeft (gehad) met je product gaat hij het aanbevelen. Met het waarom erbij. Als iemand die aanbeveling geeft weet je zeker dat deze klant een fan is.

6. Anders nog iets?

Je klant heeft alles al gezegd over het product. Toch is het slim om deze vraag te stellen. Mensen willen vaak nog een compliment geven. Iets vertellen dat niet goed ging.

Toestemming

Vergeet niet om toestemming te vragen de testimonials te gebruiken. Vraag naam en toenaam en uiteraard de linkruil. Ideaal is een foto of een video – vergeet die ook niet te vragen.