

## *Systems for the Strategic Self*

Je lanceert waar je maandenlang aan hebt gebouwd, opent het document voor je verkooppagina en je bevriest. Elke truc die zogenaamd werkt (de neptimer die aftelt, "nog maar 3 plekken", de onderwerpregel met een vleugje schaamte) voelt als iets wat je iemand aandoet die je respecteert. Dus zwak je het af, of je slaat het over, en de lancering landt fluisterzacht. Je zit klem tussen marketing die werkt en marketing waar je mee kunt leven.

Het standaardadvies luidt: "wees authentiek" en vertrouw erop dat goed werk zijn publiek vindt. Dat gebeurt zelden, want authenticiteit zonder architectuur is enkel ruis in een lawaaierige markt.

Dit boek biedt de derde weg: een marketingsysteem gebouwd op het TRUST-raamwerk: Transparency, Respect, Utility, Selectivity en Time. Het behandelt de klant als een intelligente beslisser in plaats van een prikkel die je moet activeren, en het laat zien waarom positionering op vertrouwen manipulatie overtreft op elke termijn die langer is dan een kwartaal.

Je leert:

- Benoemen wat je aanbiedt, wat niet, en wat het kost, zonder enige ruimte voor twijfel
- Teksten schrijven die overtuigen zonder valse urgentie, gefabriceerde schaarste of schaamte
- Kiezen welke klanten je bedient en welke je afwijst, en waarom afwijzen je sterker maakt
- Content bouwen die opleidt in plaats van uitknijpt, en verwijzingen die zich opstapelen
- Marketing meten aan verdiend vertrouwen, niet alleen aan binnengehaalde conversies

Het resultaat is duurzaam: passende klanten die langer blijven, vaker doorverwijzen en je reputatie verdedigen als je er zelf niet bij bent. Geen piek die wegebt: een bezit dat zich opbouwt.

Heb je ooit een zin geschreven om iets te verkopen en daarna de behoefte gevoeld je handen te wassen, dan is dit boek geschreven voor de operator die je bent wanneer integriteit en groei geen ruil meer hoeven te zijn.

---

### **drs. Len P. van der Hof**

Hij bouwt besturingssystemen voor het strategische zelf. Behandelt ondernemerschap, AI en machine learning, marketing, filosofie, psychologie en gezondheidsoptimalisatie als één engineeringprobleem. MSc in Strategic Entrepreneurship, Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit.