

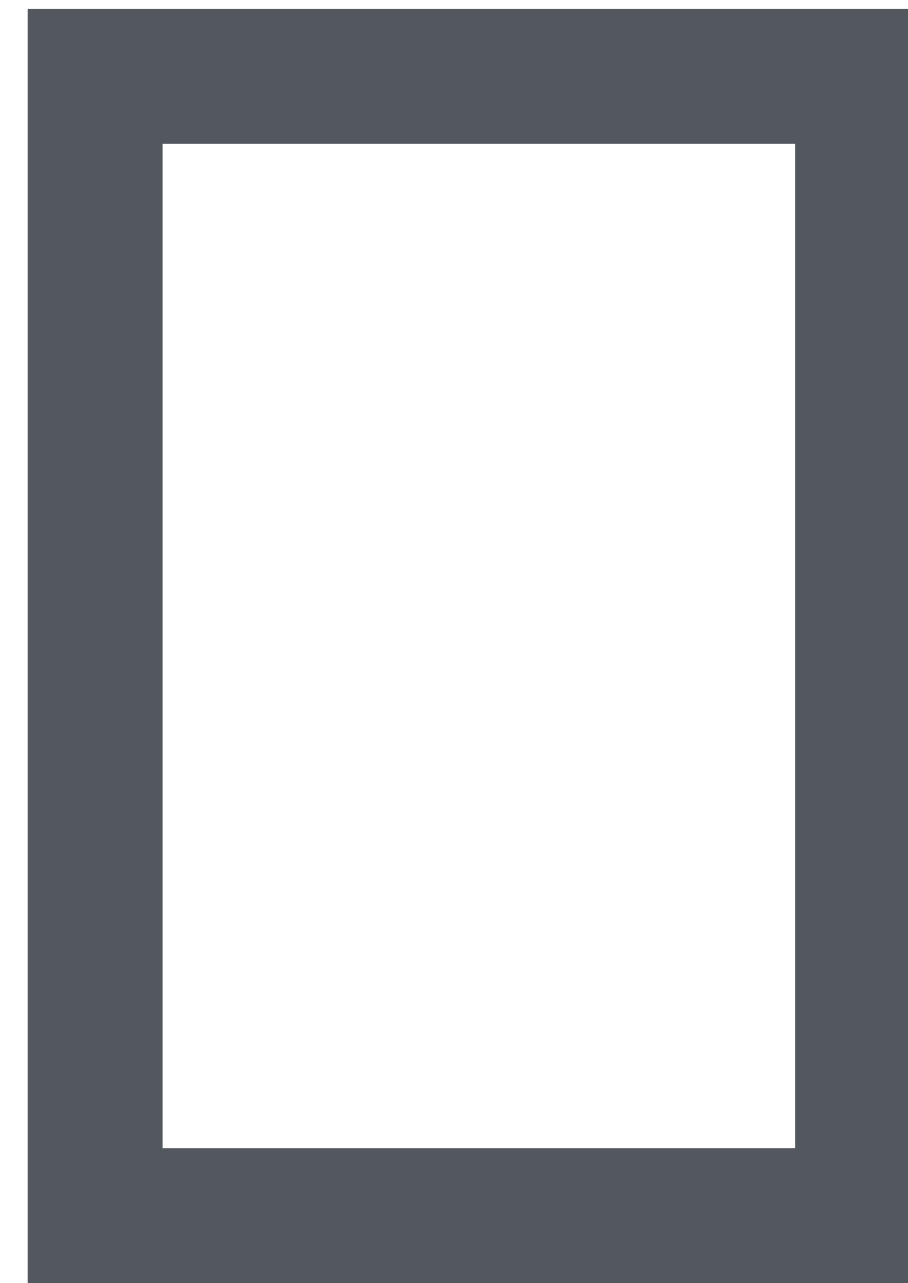
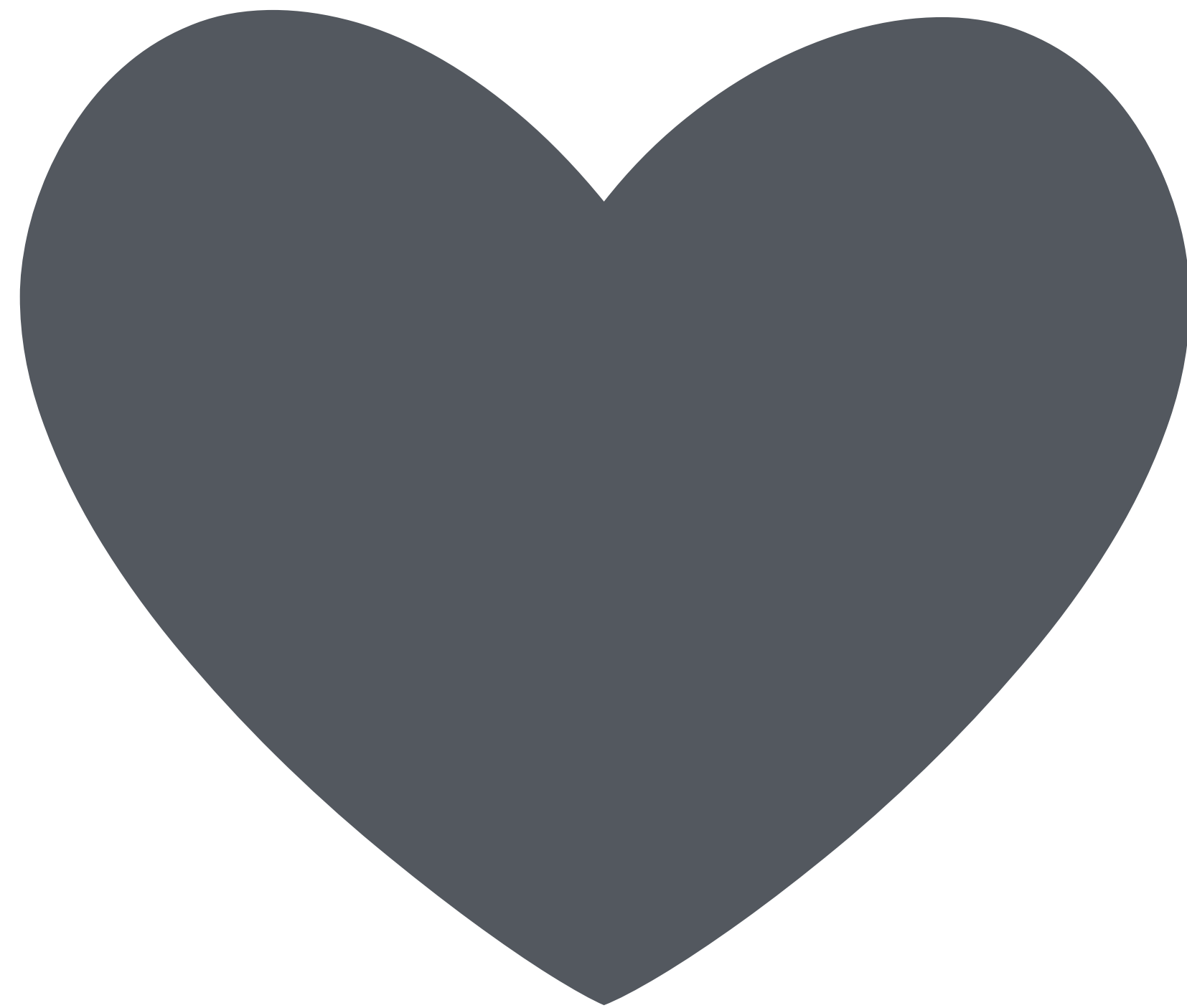


You ^{TOPIA} *HELP* *UP?*
**EEN NIEUWERE
STRATEGIE
VOOR JOUW
MARKETING**

In deze module

Gaan we samen jouw Content Marketing Strategie maken

TIJDENS deze module






“Boek hier je kennismakingsgesprek”

“Neem contact op voor een offerte”

*“Vraag hier meer informatie aan over onze
workshops”*





Elke dag zie je duizenden “opportunities”

... En toch ga je er maar op heel weinig in...

Waarom?



*People do business with
people they **Know, Like and
Trust***

Content Marketing



*The best marketing doesn't
feel like marketing*

~Tom Fishburne

Klaar voor jouw content marketing
strategie?

11 REDEKENEN OM STRATEGISCH AAN CONTENT MARKETING TE DOEN

1.

Hoe beter jij je denkwerk doet, hoe
minder mensen moeten nadenken
over klant worden

2.

... Maakt alles zo veel
gemakkelijker

3.

... Bespaart je tijd

4.

... maakt van jou een autoriteit

5.

... levert je meer klanten op

6.

... is helemaal niet zo moeilijk

7.

... Staat je toe om snel bij te
sturen

8.

... Maakt dat je je klanten beter
leert kennen

9.


... zorgt dat je meer mensen kan
bereiken en een groter publiek
kan uitbouwen

10.

... Leert je hoe je jouw verhaal
best kan brengen

11.

... Is kosten-efficient

A vibrant, high-angle night view of Times Square in New York City, filled with illuminated billboards and a dense crowd of people and traffic. The scene is a classic representation of a major commercial hub. The text is overlaid on a semi-transparent pink background.

Content marketing is de beste manier
om mensen mee te nemen in jouw
wereld



Zodat de juiste mensen op jouw
opportunity wél ingaan



*People do business with
people they **Know, Like and
Trust***



*Content Marketing provides
4x the ROI of our traditional
marketing spend*

~Julie Fleischer

Opdracht

- Wat zijn jouw doelen voor deze Stand Up?
- Waarom is het voor jou belangrijk om strategisch marketing te gaan doen?
- Wat zal het jou opleveren als je strategisch aan marketing gaat doen?

Ge zijt hier nu toch,
Dus ge kunt maar beter doorgaan,
toch?

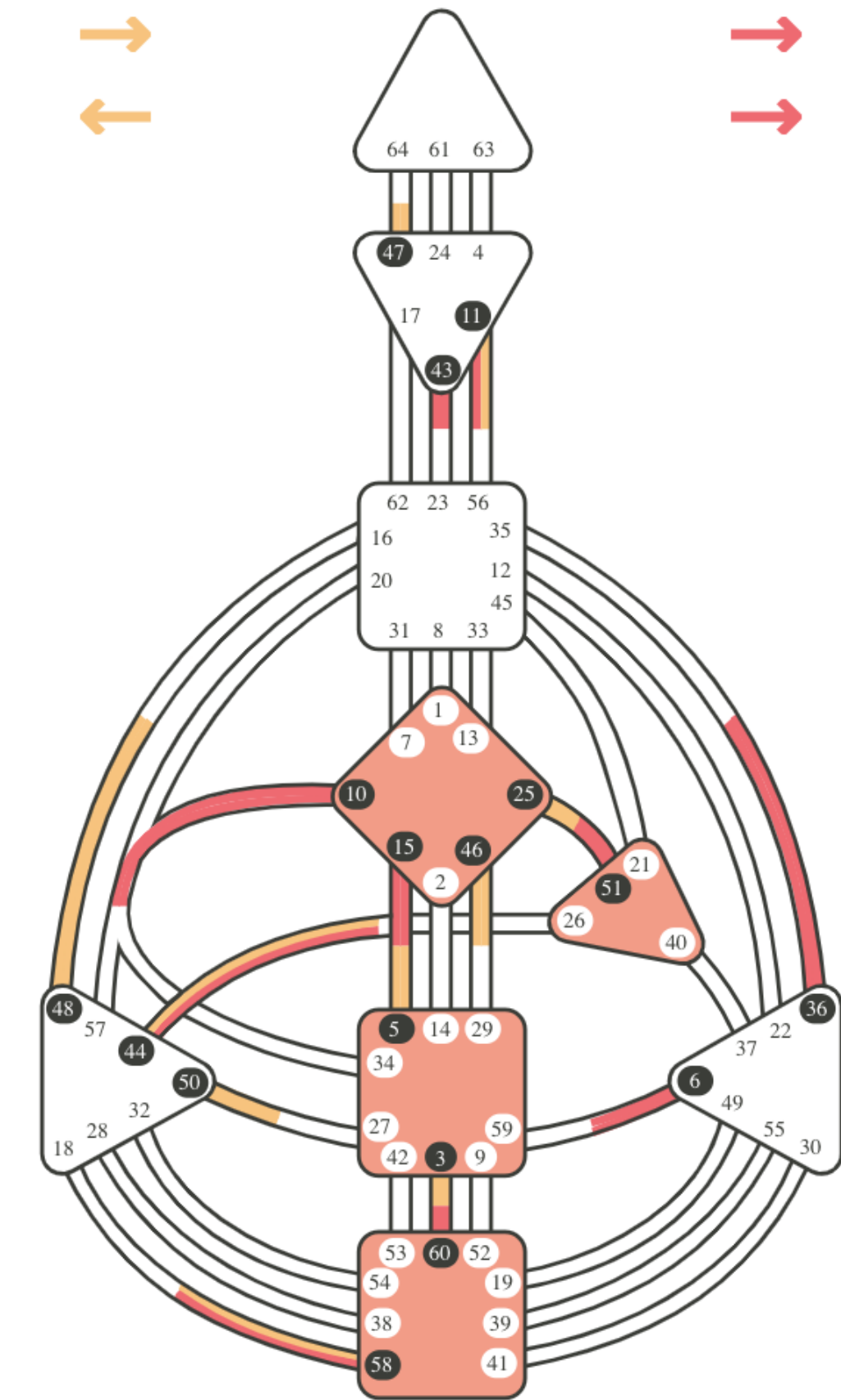
WAT ALS JE NIET STRATEGISCH
BENT?

Strategisch “zijn” in HD?

- De 4 pijlen
 - Naar rechts: vrouwelijke energie, flow, creatief
 - Naar links: mannelijke energie, structuur, strategie, routine
- Waarschuwing: hiervoor moet je geboorte uur heel correct zijn! Check wat er gebeurt met 5 minuten vroeger of later

Onbewust

☉	46.5
⊕	25.5
♊	25.5
♋	46.5
☾	44.2
♀	50.1
♏	48.3
♍	47.6
♌	3.2
♎	5.5
♁	11.1
♃	58.2
♐	44.1



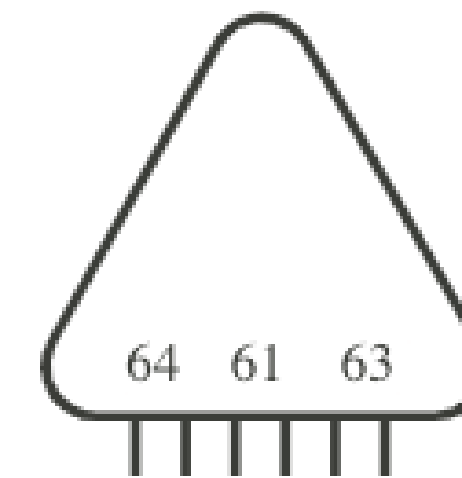
Bewust

☉	10.3
⊕	15.3
♊	36.5
♋	6.5
☾	60.6
♀	10.3
♏	60.5
♍	43.1
♌	51.6
♎	11.2
♁	11.5
♃	58.4
♐	44.5

Strategisch “zijn” in HD?

- Linksboven: determination

- Hoe je informatie verwerkt
- Active of passive brain



- Rechtsboven: motivation

- Hoe je herinneringen/kennis naar buiten brengt
- Strategic of Receptive mind

Ongeacht je type en autoriteit, strategie en visie is altijd goed idee.

Minstens omdat het je gaat uitdagen uit je comfortzone
Je gaat confronteren met je not-self en alle beperkende gedachten



Strategy.

*A plan of action designed to
achieve a long-term or
overall aim*

~ Oxford Dictionary



Strategy.

Where to play and how to win

~Braintraffic



Strategy.

*Wat je gaat doen om je doelen
te behalen*

Je hebt altijd een strategie. Zelfs al is het
“Ik zie wel waar ik zin in heb die dag”

Je kan dus niets tegen een strategie hebben...

Maar misschien wel tegen een strategie maken

En daarom is dat exact wat we in deze
module samen gaan doen

Opdracht

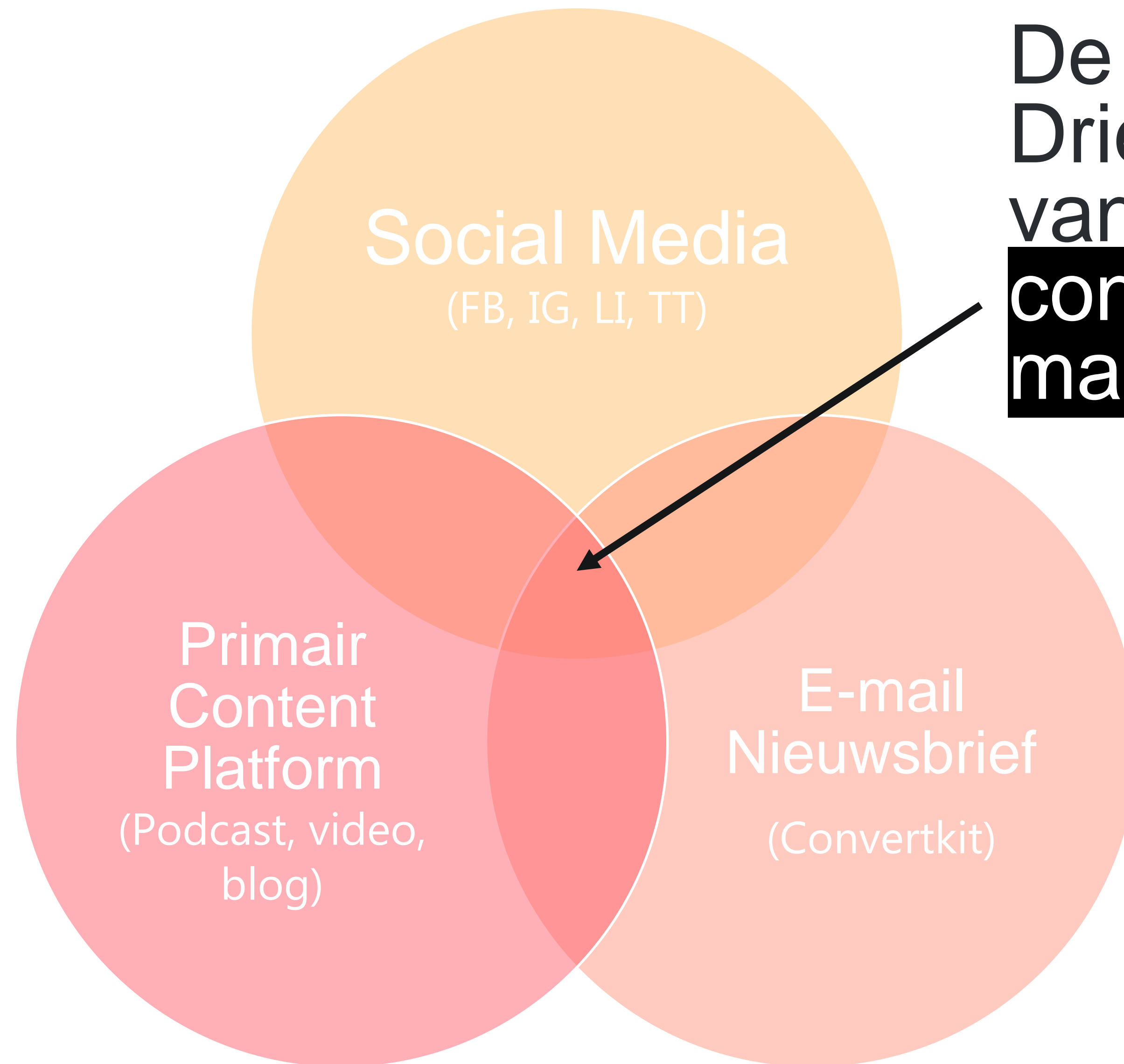
- Wat was je strategie tot nu toe?
- Wat heeft je dat tot nu toe gebracht?
- Wil je dat zo blijven doen of mag het anders vanaf nu?

CONCLUSIE:

JE BENT WEL STRATEGISCH.
LATEN WE DAAR NU EEN
BEWUST GEKOZEN STRATEGIE
VAN MAKEN.

THE BIG CONTENT MARKETING PICTURE

De heilige
Drievuldigheid
van
**content
marketing**



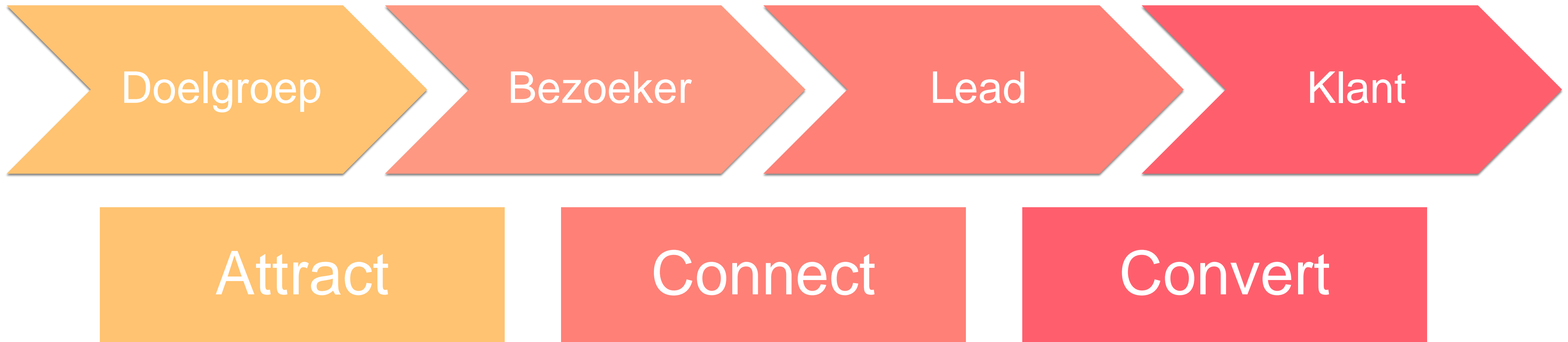


*People do business with
people they **Know, Like and
Trust***

Content Marketing



Content Marketing



#Backwards

Content Marketing



Attract

Connect

Convert

- Onweerstaanbaar aanbod
- Sales mechanisme

Convert (Lead → Klant)

Onweerstaanbaar aanbod: Hoe je overbrengt wat je doet

- Is niet zomaar "coaching" of een "workshop"
- Is niet zomaar wat het is en de prijs...
- Maar een oplossing voor een probleem. Een proces. Neemt bezwaren weg. Garantie. Urgentie. Story.

Convert (Lead → Klant)

Sales mechanisme: De manier waarop je verkoopt wat je aanbiedt

- Salesgesprek (Kennismakingsgesprek, intake call, ...)
- Infosessie (ontbijtsessie, ...)
- Webinar, Funnel, Challenge, Salespagina, Launch

Content Marketing



Attract

Connect

- Social Media
- E-mail

Convert

- Onweerstaanbaar aanbod
- Sales mechanisme

Connect (Bezoeker → Lead)

Social Media

- Dagelijks posten op je eigen social media
- Interactie aangaan
- Relatie & connectie opbouwen

Connect (Bezoeker → Lead)

E-mail marketing

- Consistent interessante mail sturen
- Beste manier om goede relatie op te bouwen
- Best converterende kanaal voor sales

Content Marketing



Attract

- Primaire Content Platform
- Website
- Social Media

Connect

- Social Media
- E-mail

Convert

- Onweerstaanbaar aanbod
- Sales mechanisme

Attract (Doelgroep → Bezoeker)

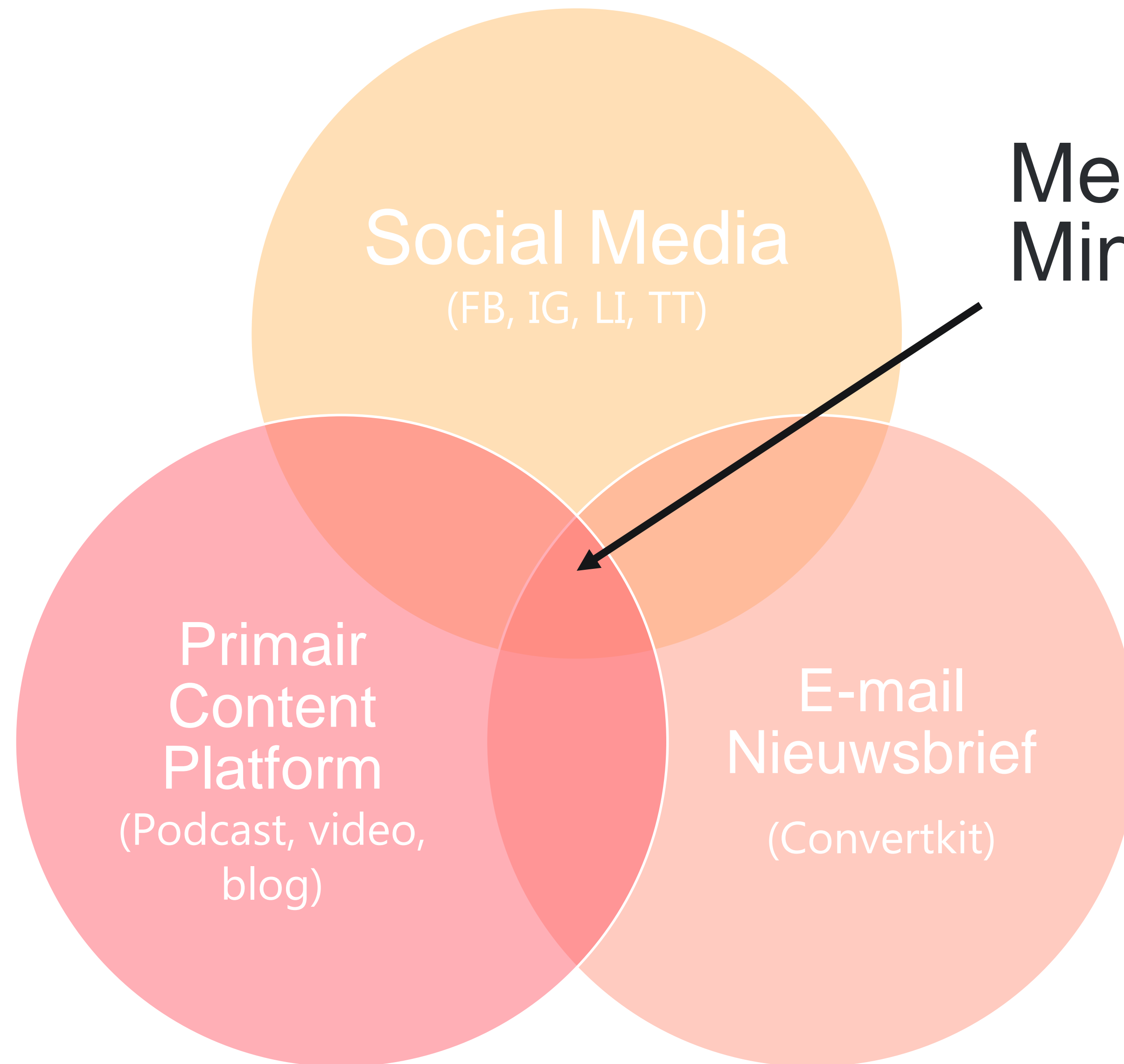
Primaire Content Platform

- Content waarin je écht mensen helpt
- Blog, podcast, video-show, livestream
- Extra voordeel: SEO, advertenties, ...

Is dat niet gigantisch veel
werk?

Niet als je het slim aanpakt

FLIP IT!



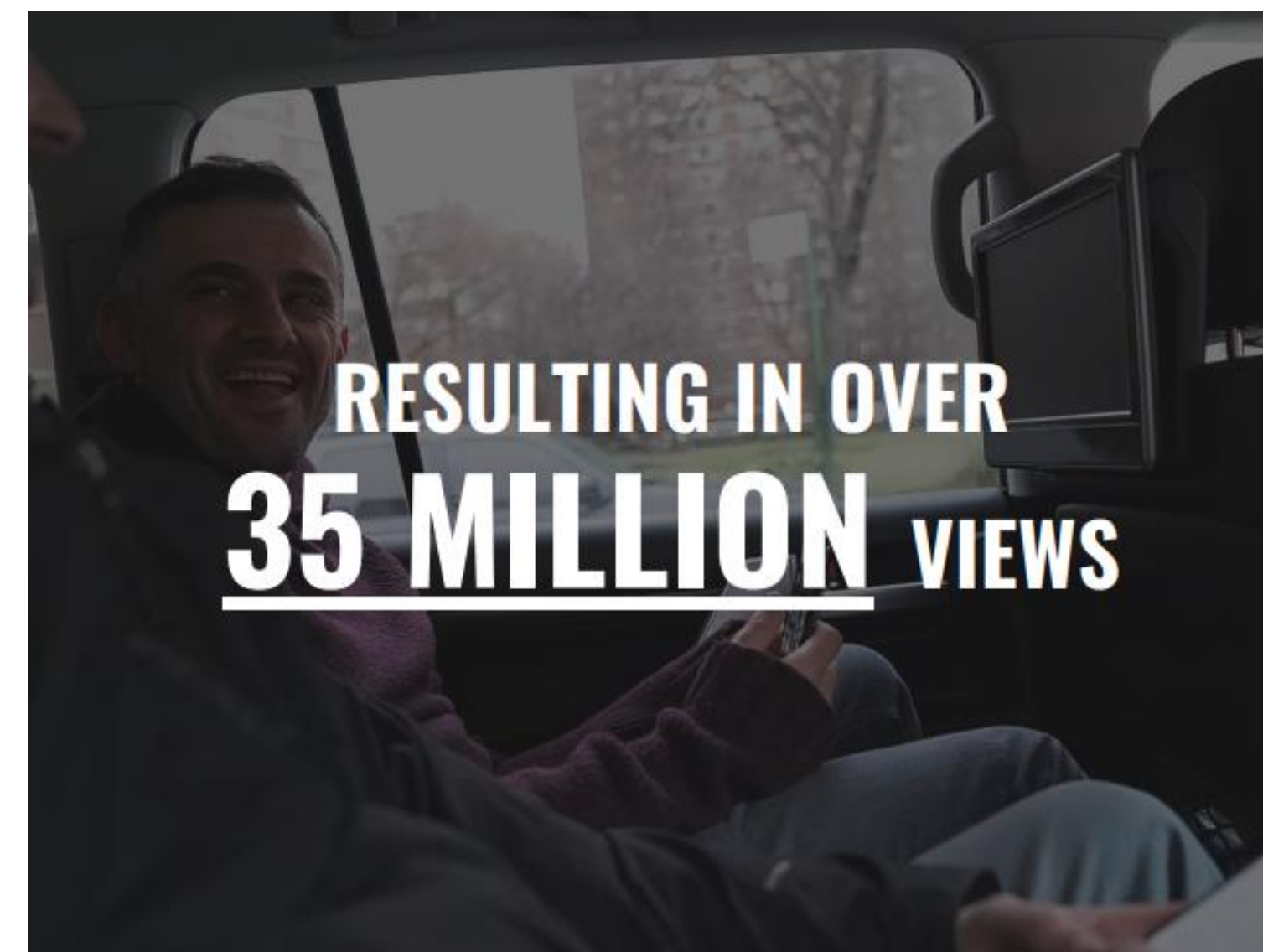
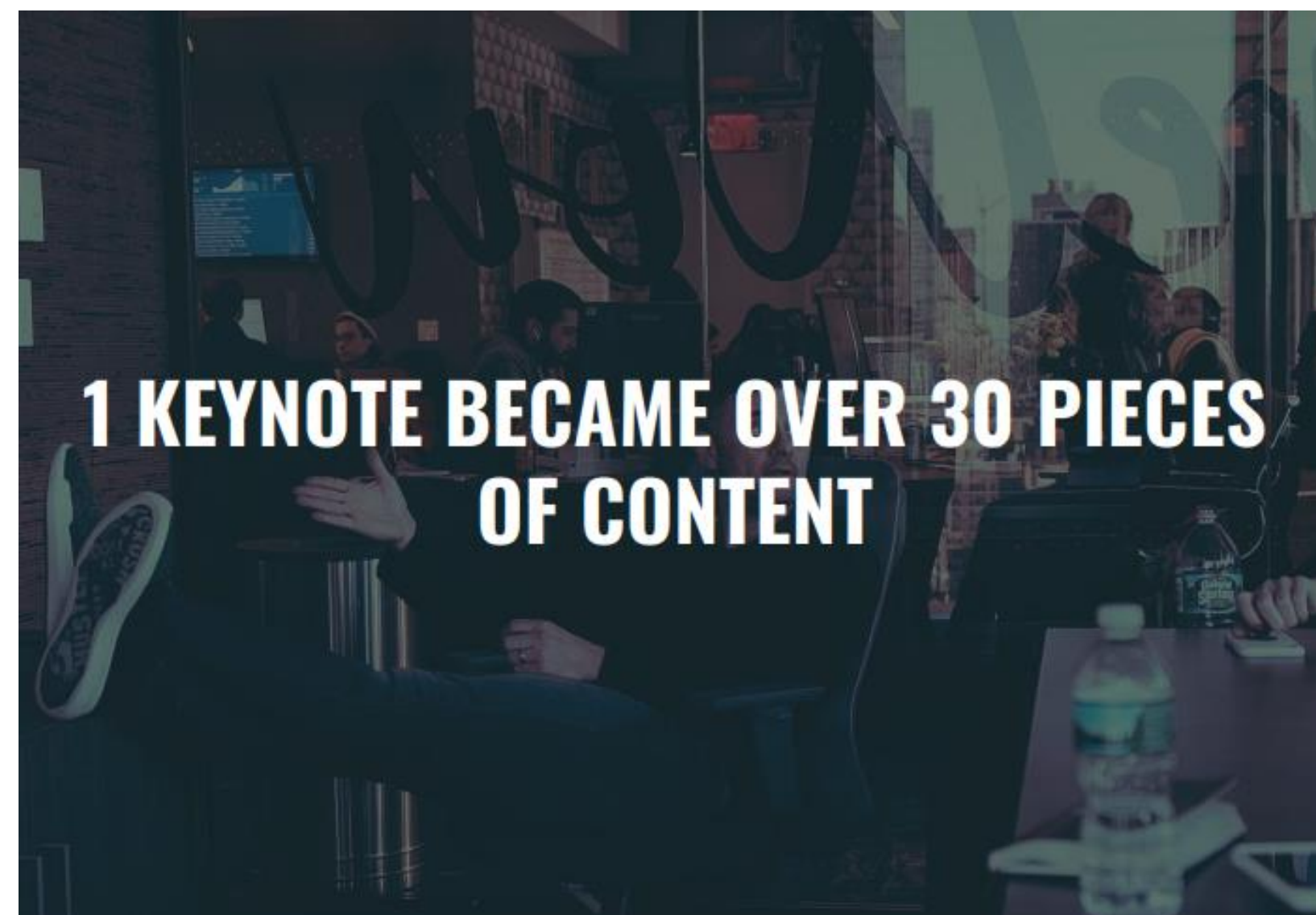
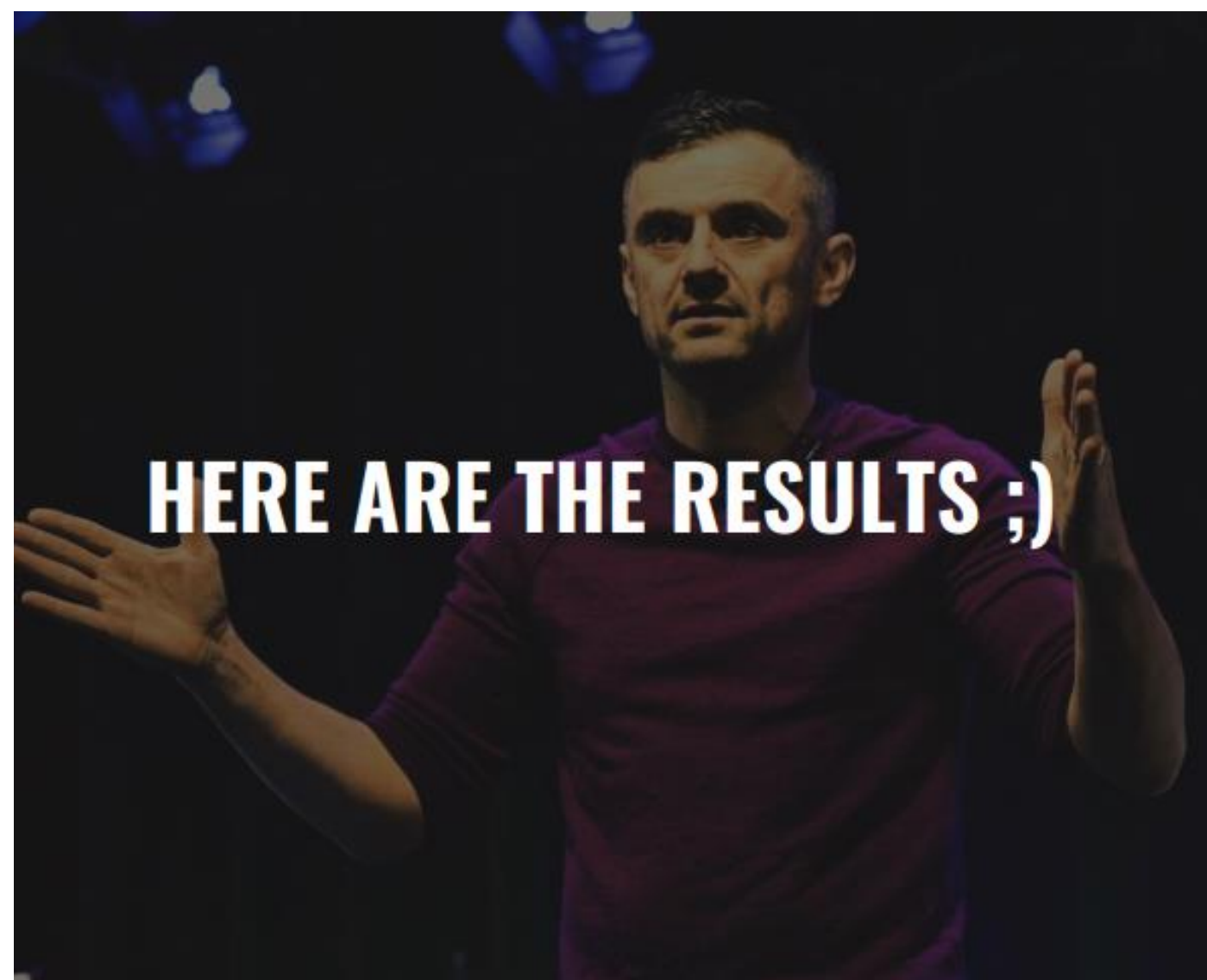
**Meer resultaat
Minder werk**

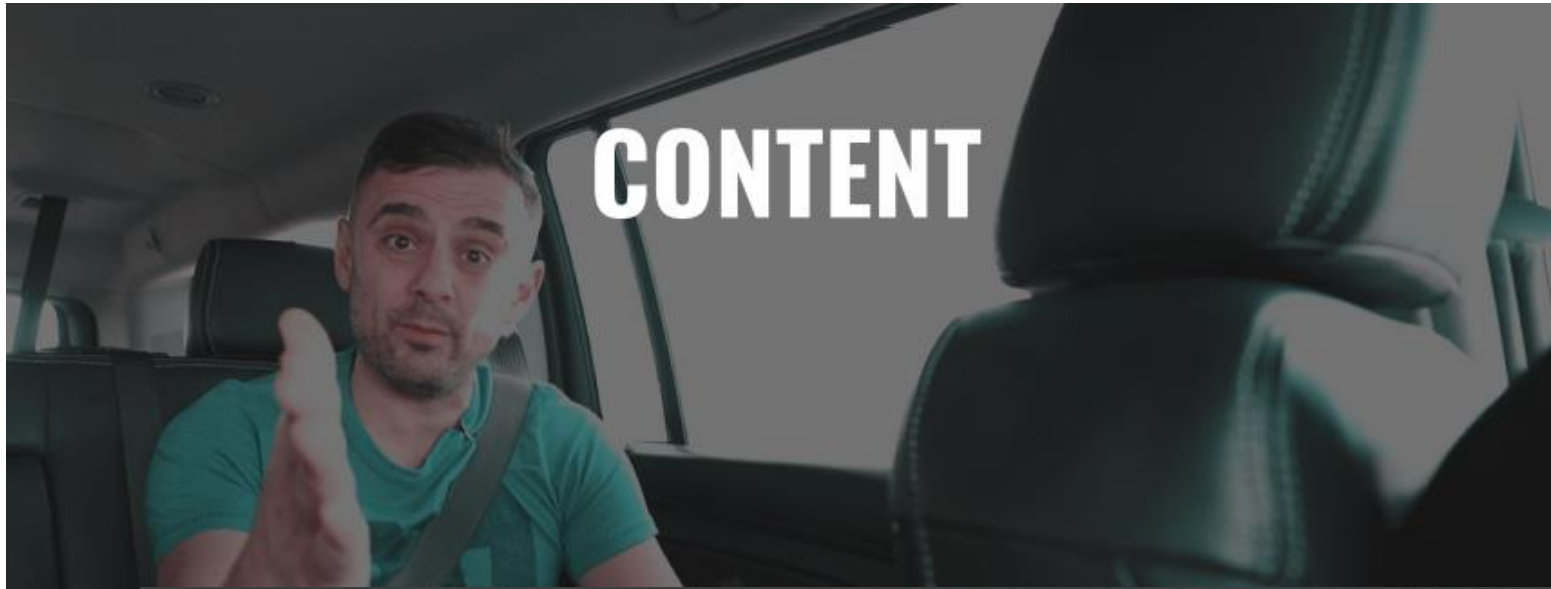


THE GARYVEE CONTENT MODEL

HOW I MAKE 30+ PIECES OF CONTENT
FROM A SINGLE KEYNOTE









*These days, people want to learn
before they buy, be educated
instead of pitched*

~Brian Clark

Opdracht

- Naar wie kijk jij op en wat doen zij?

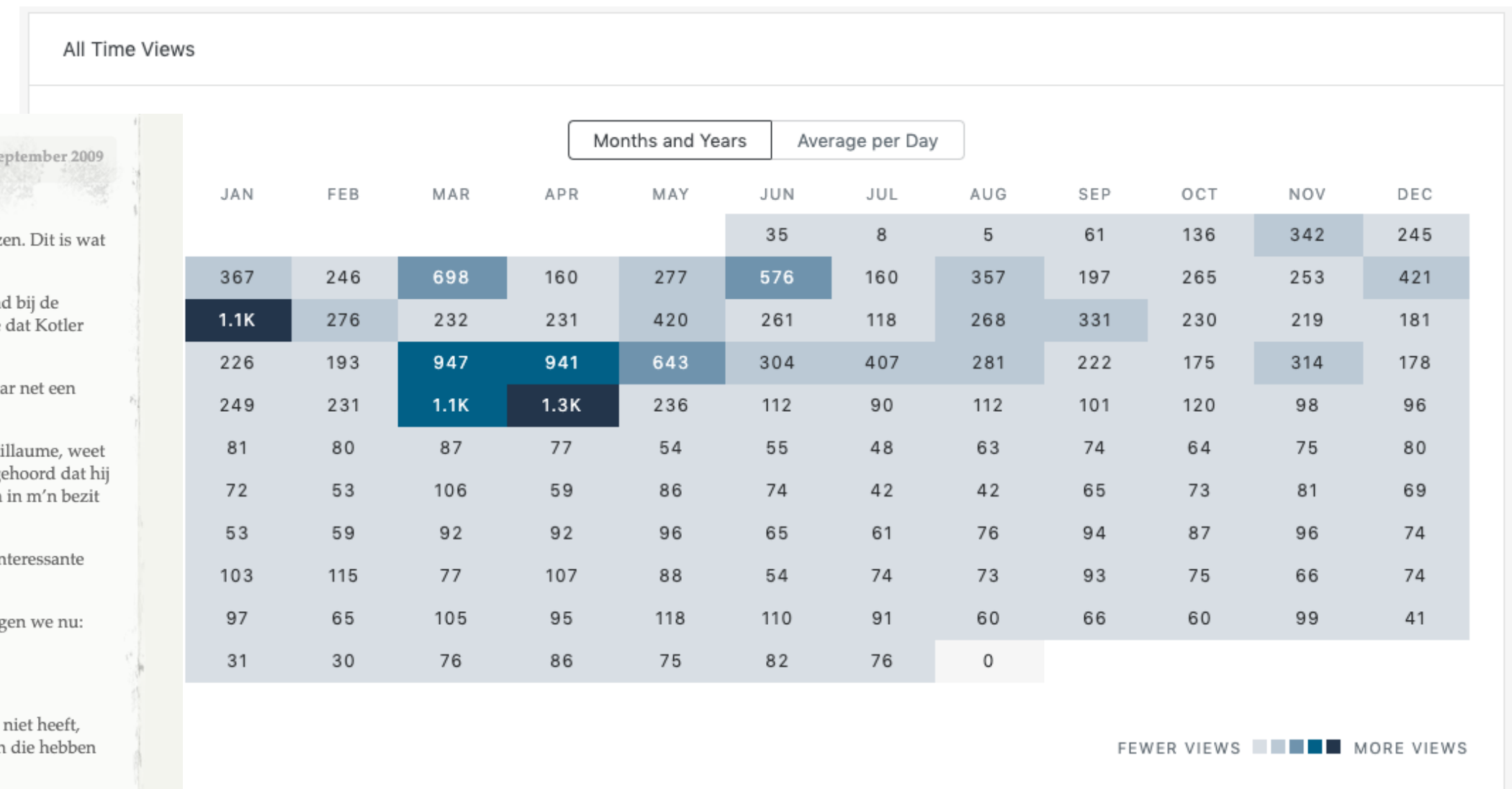
APPELTJE EITJE, TOCH?

IS CONSISTENTIE NU ECHT HET
GOUDEN EI IN MARKETING?

Consistentie

Gerrit zoekt een vakantiejob
 Door Gerrit Vromant
 Beste,
 Met de eerste blogpost vliegen we er meteen in: **Ik zoek een vakantiejob**.
 Terwijl ik nog steeds wacht op de resultaten van mijn examens, wordt het toch wat tijd om een vakantiejob voor deze zomer. Ik ben beschikbaar gedurende heel de maand augustus, e september. Ik zoek een vakantiejob/stage in de communicatiesector, in of rond Brussel of O
 Het nuttige aan het aangename combineren zou leuk zijn, dus een vakantiejob waarbij ik ie geheimen van de Delhaize ken ik allemaal al.
 Waarom zou u mij als jobstudent aannemen?
 • Student marketingcommunicatie EhB (volgend jaar 3e en laatste jaar)
 • Werkervaring door 6 weken stage bij Brand Activation bureau Yes Sir!
 • Ze zeggen wel eens dat ik een vlotte pen heb, en goed kan schrijven
 • Ik leer snel en werk graag
 • All-round marcomstudent
 Geïnteresseerd? Vragen? Opmerkingen?
 Bekijk dan zeker eens mijn cv in bijlage bij deze post, of de 'about' pagina van deze blog. U altijd antwoorden op deze blogpost, of mij mailen op gerrit.vromant@gmail.com.
 Om mij te amuseren heb ik om mezelf te verkopen er meteen ook een Direct Mail van gema bijlage.
 Groeten,
 Gerrit Vromant
 Bijlagen:
[CV Gerrit Vromant 2009](#)
[DM + cv Gerrit Vromant 2009](#)

Marketing/reclameboeken
 Door Gerrit Vromant
 Ik vroeg vandaag aan m'n Twittervrienden welke marketing/reclameboeken de moeite waren om eens te lezen. Dit is wat uit de bus kwam:
Principes van Marketing, Kotler (Via @Joke): Heb van dit gigantische boek zo'n 3 jaar geleden examen gehad bij de cursus Marketing aan de VUB. Ik gebruik het trouwens nog vaak om dingen op te zoeken. Joke geeft wel toe dat Kotler wat verouderd is.
 *, **Seth Godin** (Via @Joke & @Bartclaes): Anything by Seth Godin volgens Bartclaes. Seth Godin heeft blijkbaar net een nieuw boek uit, genaamd "Tribes", @Joke stelde "Purple Cow" voor.
Heldenmerk, Guillaume (Via @Lievens): Guillaume Van Der Stighelen, als mede-oprichter van Duval Guillaume, weet duidelijk waarover hij praat. Hij is vorig jaar in onze klas een presentatie komen geven over zijn boek. Heb gehoord dat hij bezig is aan een nieuw boek (klasgenoot heeft bij hem stage gelopen). Heb Guillaume's boek al eens 2 weken in m'n bezit gehad, maar had het wat te druk om het te lezen.
LUON's Sales & Marketing resources (Via @OnnoHesselink): Bij LUON Houden ze een mooie lijst bij van interessante resources. Misschien kan ik de boeken zelfs is bij hun gaan lenen? :)
Blogs (via @Joke): Jawel jawel, Joke beweert het meeste te leren uit allerhande blogs die ze volgt. En dan vragen we nu: Welke Blogs dan zoal, Joke? Laat de suggesties maar achter in de comments :).
 Zoveel reactie was er dus ook niet op mijn vraag, maar ben toch blij met de gekregen antwoorden. Dank u.
 Mijn plan: Heldenmerk halen uit de bib. Blijkt echter dat de Gemeentelijke Bibliotheek van Overijse dit boek niet heeft, dus zal ik eens naar Brussel moeten gaan. Op school hebben ze het zeker. De HUB zal het ook wel hebben, en die hebben een langer uitleentermijn.
 Nu weet ik meteen wat ik morgen ga doen. Heb verder toch niets te doen tijdens deze vakantiedagen.
 Gelieve suggesties voor blogs of andere boeken/auteurs in de comments achter te laten aub. Ik wil meer! Meer!
 Beoordeel dit:
 Sharing is Caring:
 Tweet [Meer](#)



Consistentie



Home / **Blog** / MAC Cursus / Spark / Ervaringen / Over ons / Contact / Login



Hoe ik mijn Instagram groei in 1 u/week + 15 min/dag

5 stappen en een boel inspiratie om consistent goede content te creëren op Instagram. [Lees verder](#)



7 essentiële vragen die je helpen meer klanten aan te trekken

Voor je gaat communiceren over jouw (al dan niet nieuwe) dienst, stel jezelf eerst deze belangrijke vragen. [Lees verder](#)



Wat elke coach zou moeten weten over marketing in 2019

Hou je vast, want er verandert een en ander in marketingland. En wij weten zeker dat je het leuk zal vinden! [Lees verder](#)



Waarom een kennismakingsgesprek



Online zichtbaarheid: de mindset & de



Waarom je zo moeilijk kan uitleggen

GERRIT VROMANT

MAC Spark Samenwerken Blog Over Gerrit

Nieuwste blogposts



Waarom je zo moeilijk kan uitleggen wat je doet (en hoe je dat fixt)

Heel veel coaches die ik spreek hebben moeite met uitleggen wat ze exact doen. Niet onlogisch ook, want wat je[...]

[Lees verder >](#)



Hoe mijn lief Elke haar hekel aan marketing overwon

Vanaf het moment dat ik marketing ontdekte wist ik dat de combinatie sociale media en marketing mijn ding was. Maar[...]

[Lees verder >](#)



Online zichtbaarheid: de mindset en de tacties



Haat-liefde verhouding met facebook? Zo steek je weer vuur in je relatie

	Months and years												Average per day
	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	
2016		770	810	1.1K	338	1.2K	744	888	4.5K	1.6K	1.8K	1.9K	
2017	7.9K	3.7K	3.3K	2.4K	5.9K	5.4K	9.0K	11.0K	4.5K	9.7K	5.0K	9.0K	
2018	1.1K	2.2K	4.2K	3.9K	3.9K	4.8K	3.1K	6.8K	6.0K	4.0K	10.4K	4.3K	
2019	7.0K	7.3K	5.5K	5.2K	4.8K	6.3K	4.2K	2.5K	2.5K	2.9K	4.2K	6.6K	
2020	7.6K	6.1K	8.4K	12.7K	10.6K	9.4K	5.3K	4.3K	7.8K	8.1K	5.7K	9.0K	
2021	6.9K	4.0K	4.2K	3.3K	2.1K	425	391	328	318	302	247	246	
2022	344	263	264	164	151	151	71						

FEWER VIEWS MORE VIEWS

Consistentie

LUISTER JIJ AL?

Abonneer je op de 100% Possible Podcast:

Een eerlijke podcast voor coaches over marketing, ondernemen & mindset - Door Gerrit Vromant & Elke Gunst.

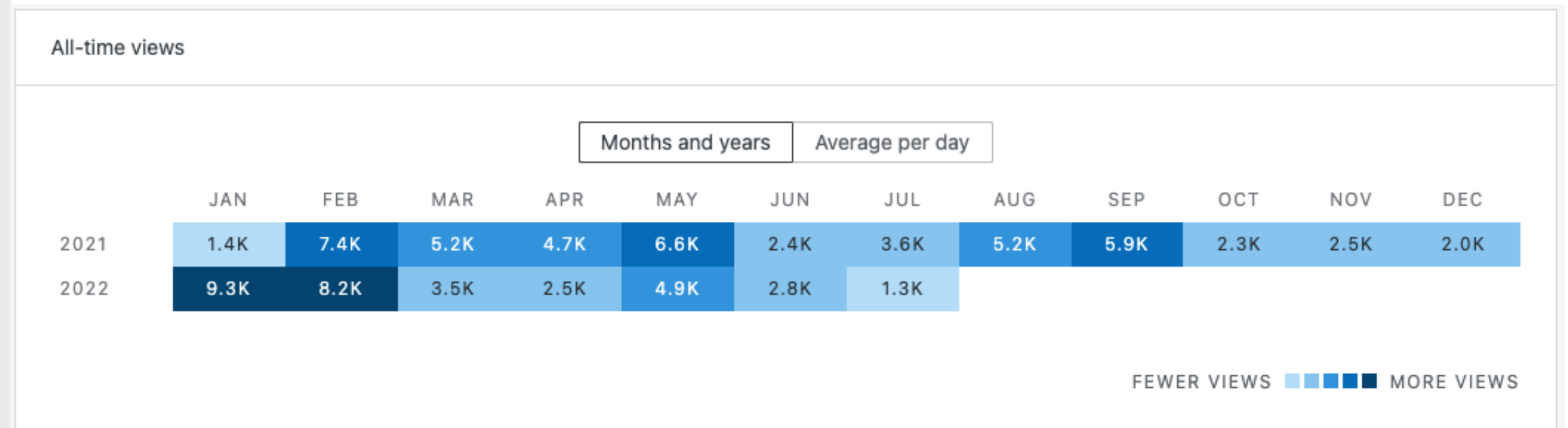
Luister elke week naar een nieuwe aflevering van de 100% Possible Podcast via je favoriete podcast app, of schrijf je in om wekelijks een nieuwe aflevering in je mailbox te ontvangen.



Jouw voornaam

Jouw emailadres

Yes, hou me op de hoogte! 



Consistentie

De Human Design Junkies Show

Abonneer je op het Youtube kanaal 

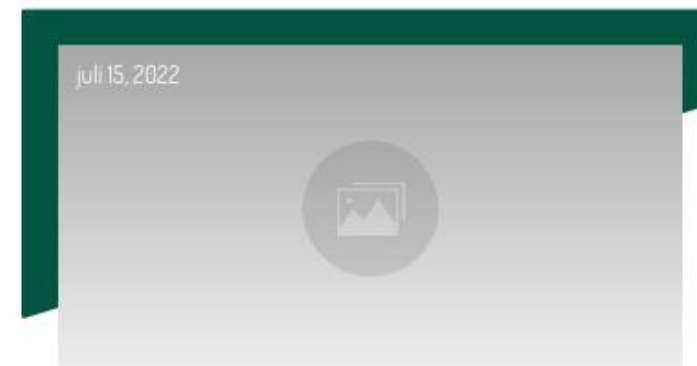
Luister via Spotify 

Luist



2. Je onzekerheid loslaten, expertise omarmen en intuïtie vertrouwen dankzij Human Design, met 1/4 Sacral Generator Wendy Lasseel

— Kijk of luister nu



1. Hoe mijn intuïtie mij bij Human Design bracht, en wat de impact is op mijn leven

— Kijk of luister nu

HUMAN DESIGN JUNKIES
ELKE GUNST
www.humandesignjunkies.be

Human Design Junkies

Human Design Junkies | Elke Gunst
6 subscribers

SUBSCRIBED

HOME VIDEOS PLAYLISTS CHANNELS ABOUT

Uploads ▶ PLAY ALL

2. Interview met Wendy Lasseel, 1/4 Sacrale Generator
48:59
6 views · 1 day ago

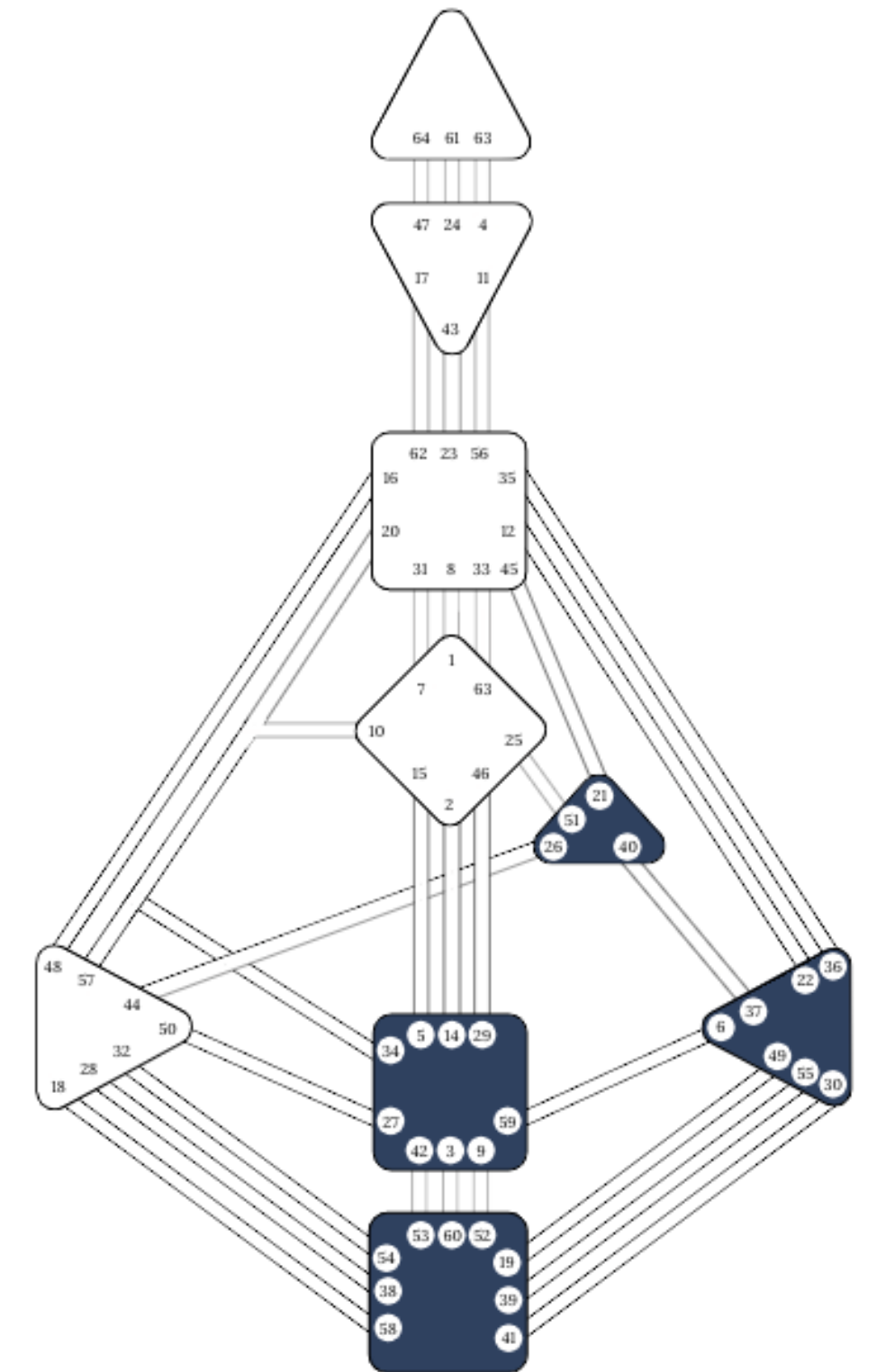
1. Gerrit interviewt Elke
1:07:09
8 views · 1 day ago

Consistentie

- Consistentie → Frequentie
- Is niet per se dagelijks/wekelijks!
- Kwaliteit boven kwantiteit
- Maar geen kwaliteit zonder kwantiteit
- Tip: batchen voor consistente output

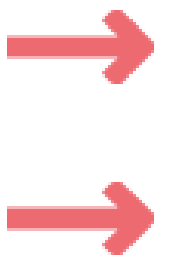
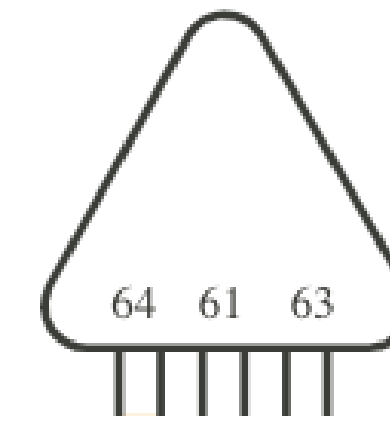
Consistentie?

- Hoe meer gedefinieerde motor centers, hoe meer je consistent energie ervaart



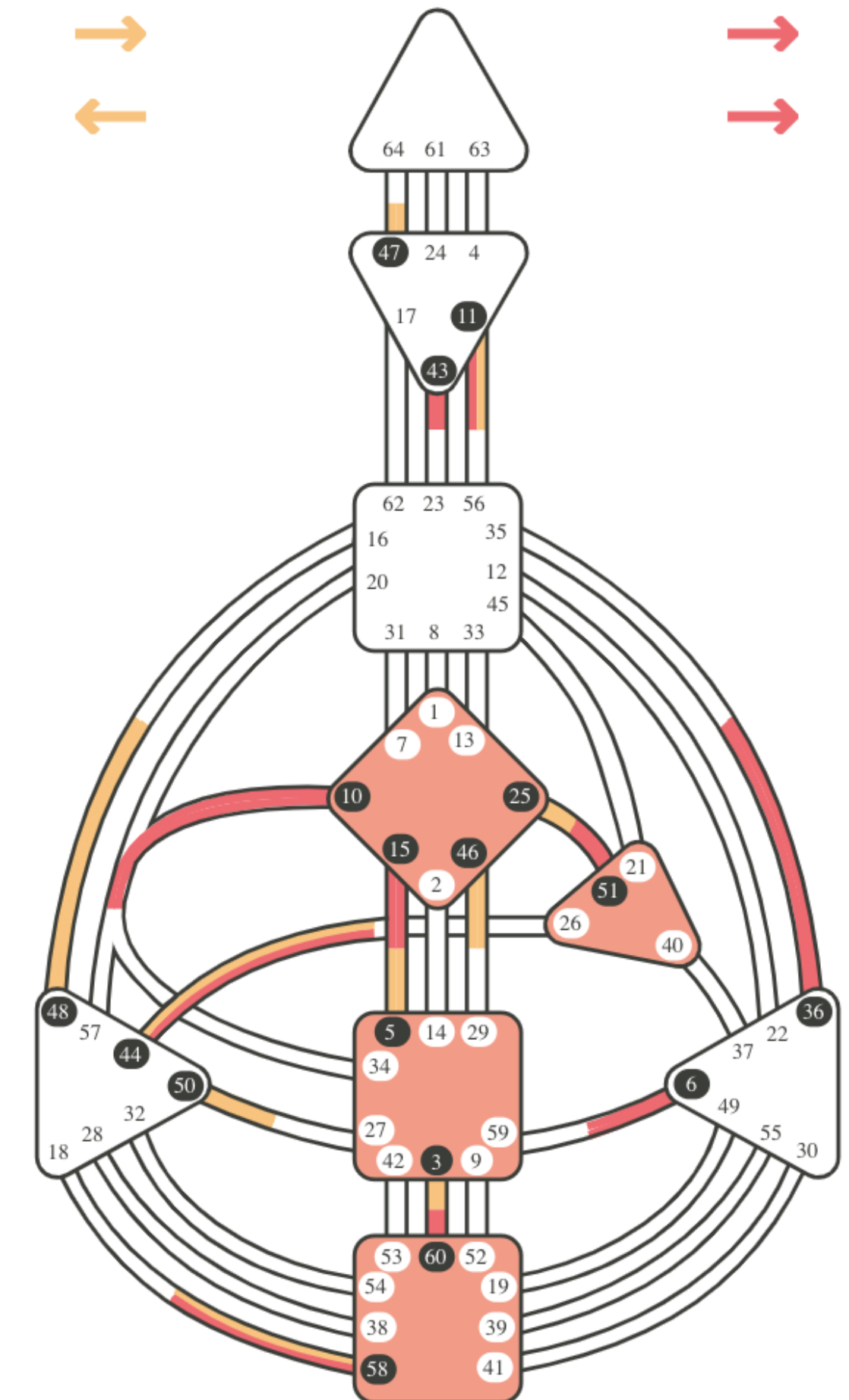
Consistentie?

- Hoe meer gedefinieerde motor centers, hoe meer je consistent energie ervaart.
- Linkerpijl bovenaan: Active (naar links) or passive brain (naar rechts)?



Consistentie?

- Hoe meer gedefinieerde motor centers, hoe meer je consistent energie ervaart.
- Linkerpijl bovenaan: Active (naar links) or passive brain (naar rechts)?
- Poort 5: houdt van routine
- Poort 15: hekel aan routine
- Kanaal 5-15: zoek je eigen ritme



Consistentie?

- Hoe dan ook: niemand is 100% consistent. Zelfs als je design kei consistent is – life happens. Batch content, zodat je altijd wat hebt klaarstaan.
- Vul je batch content aan met in het moment inspiratie en hou daar ook ruimte voor: reserveer bv creatietijd net na een coaching sessie, wanneer je nog “aan” staat en de inspiratie vers is.



*Content Marketing is a
commitment, not a
campaign*

~Jon Buscall

Opdracht

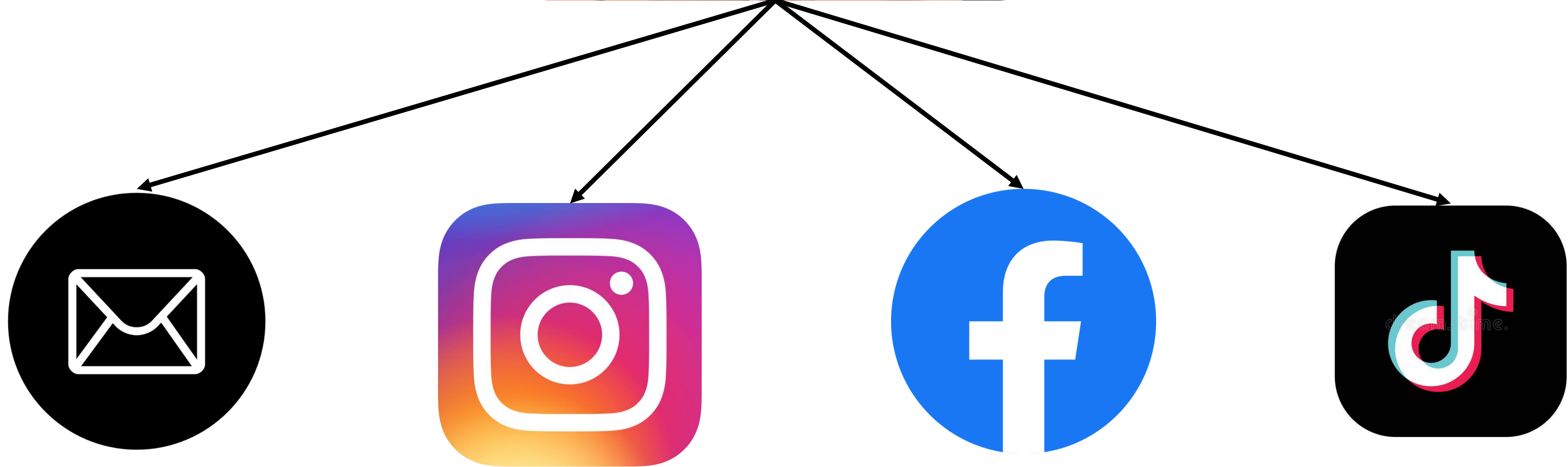
- Wat lijkt voor jou een goede frequentie? Aan welke frequentie wil jij committeren?

Conclusie:

Ken jezelf. Weet wat werkt voor jou. En experimenteer gerust eens.

DE INGREDIENTEN VAN JOUW STRATEGIE





Hoe?

De ingrediënten van jouw Strategie

1. Weten wie je bent
2. Weten wie je ideale klant is
3. Inhoud
4. Format
5. Holistische strategie + Frequentie
6. Kanalen

Lets get cookin

WETEN WIE JE BENT:
WAARVOOR WIL JIJ GEKEND
ZIJN?

DE MEESTE COACHES
PROBEREN ALLES TE ZIJN
VOOR IEDEREEN...



*When you try to be
everything to everyone,
you become **nothing to no
one***

A faded background image of Uri Geller, a well-known psychic, holding a metal wire in his hand. The wire is bent into a shape that resembles a house or a simple figure. He is looking directly at the camera with a serious expression.

*The key to success is
Originality*

~ Uri Geller

GOED NIEUWS:
JE BENT AL ORIGINEEL,
ALS JE DURFT TEN MINSTE



Hoe je onderscheiden?

- Bepaalde opleiding of een unieke mix aan opleidingen waardoor je een unieke combinatie van expertise hebt?
- Wat was je vorige professionele ervaring waardoor je unieke saus giet over deze expertise?
- Persoonlijke ervaringen en verhalen waardoor je unieke visie hebt die anderen niet hebben?
- Ervaring met klanten waardoor je er uitspringt?
- Hoe ben jij professioneel en persoonlijk?
- Welke dagelijkse gewoontes en obsessies maken jou weird? - mag zowel oppervlakkig als diep zijn - en nee - dit heeft NIKS te maken met je beroep.
- Uniek Verhaal: Waarom doe je wat je doet?
- Waarden: Wat vind jij belangrijk in je leven?

Opdracht:

- Doorloop alle vragen van zonet
- Wat is jouw Grote Thema?

T'is niet omdat mensen je in een vakje stoppen
dat je er niet weer uit mag stappen als je dat
wil hé

WEET JIJ AL TEGEN WIE JE HET
HEBT?



*When you try to be
everything to everyone,
you become **nothing to no
one***

“

complite & Utter
BULLSHIT



*Door te kiezen word je
gekozen*

Kiezen is winnen

- Hoe specifieker je kan gaan
- Hoe gericht je kan gaan
- En hoe beter je mensen dus kan aanspreken
- En dus hoe beter de connectie zal zijn.

Human Design Kanttekeningen

- **(Manifesting) Generators:** kies niet voor een ideale klant waarvan je denkt dat het een slimme zet is. Kies voor de ideale klant waarmee je werk kan doen dat je LEUK vindt.
- **Projectors:** Maak je niet te veel zorgen om de ideale klant. Je ideale klant is de persoon die jou erkent als DE coach die hen kan helpen en jou daarvoor uitnodigt. Focus in je marketing meer op WAT je doet dan WIE je helpt.

Human Design Kanttekeningen

- **Manifestors:** Hang niet te veel vast aan één ideale klant: die zal verschillen van het ene naar het andere aanbod. De leuksten groeien gewoon met je mee. Wacht niet op goedkeuring, maar ga gewoon luidop jezelf zijn.
- **Reflectors:** Jouw ideale klant is de community waarin jij je thuis voelt. De vraag is dus: waar voel jij je goed?

Dus wat we gaan doen

- Briefing Maken: 6 puzzelstukken die je nodig hebt om te weten wie je ideale klant is

Wat is een Ideale Klant Briefing?

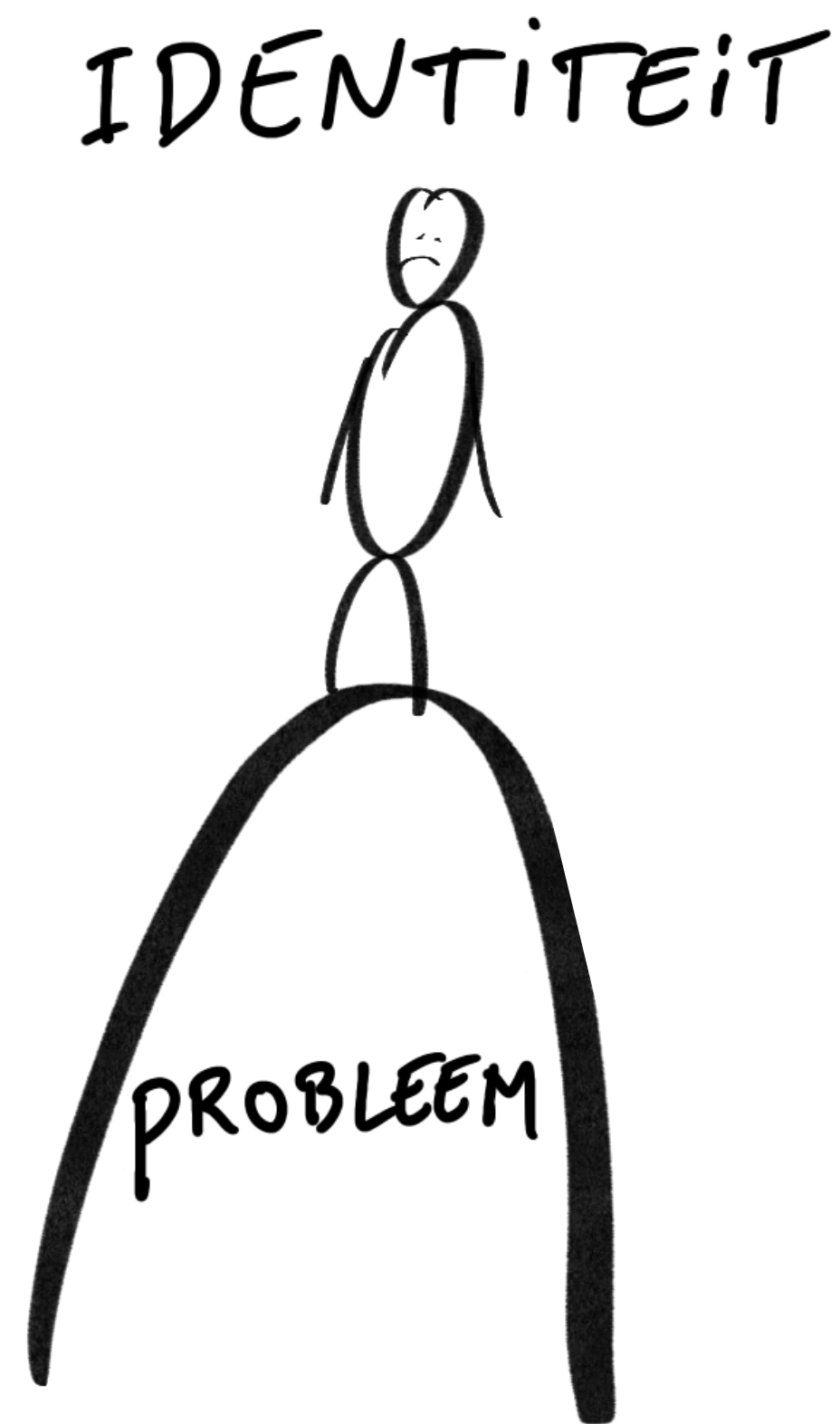
- Start van samenwerking in de reclamewereld
- Alle info over het project op 1 plek
- A4'tje met 6 elementen om straks te gaan puzzelen
- Essentieel voor focus
- Work in progress
- Voor elke aparte dienst / product

1. Identiteit

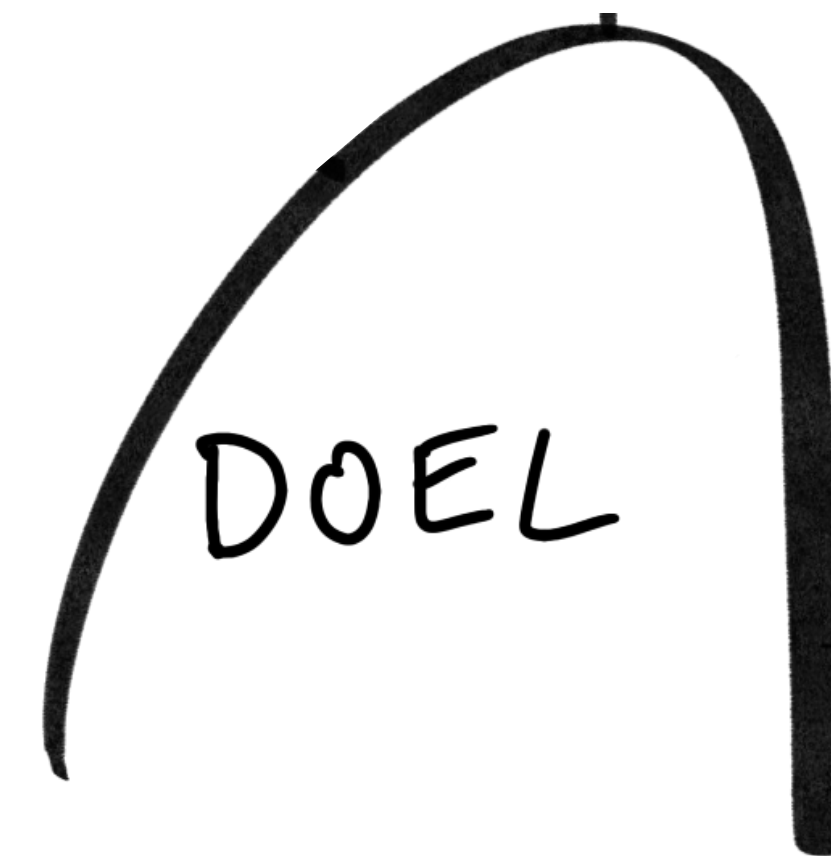
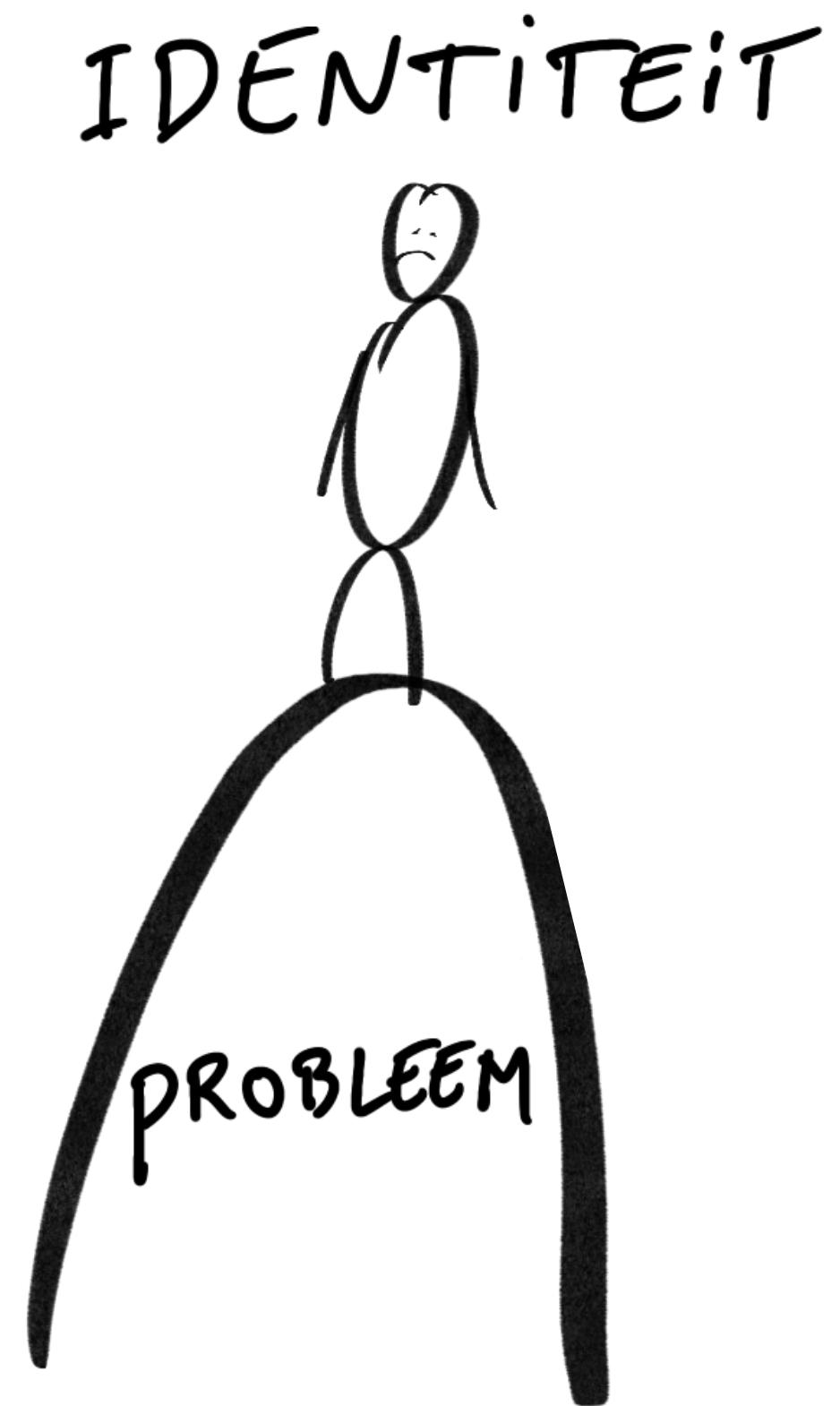
IDENTITEIT



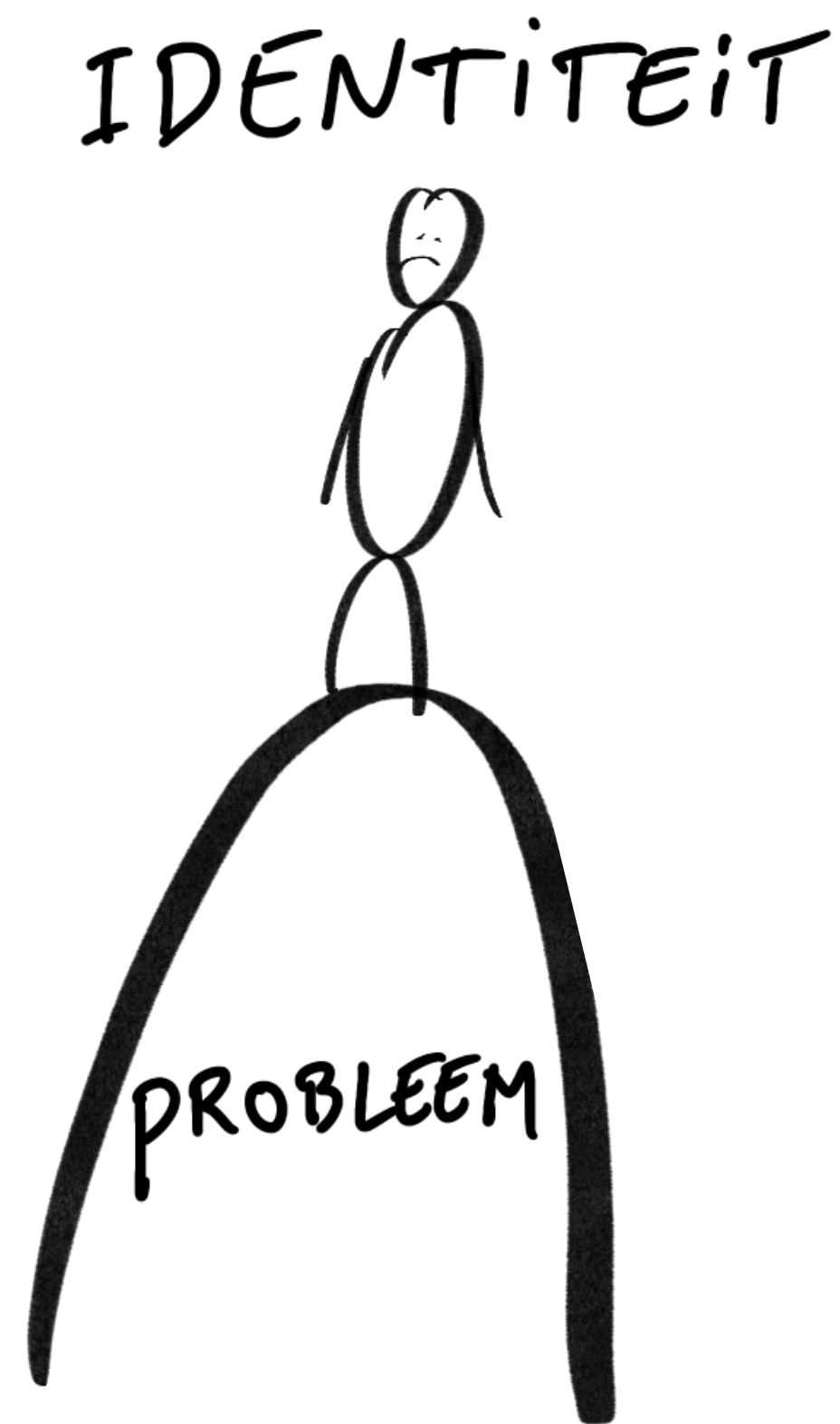
2. Het Probleem



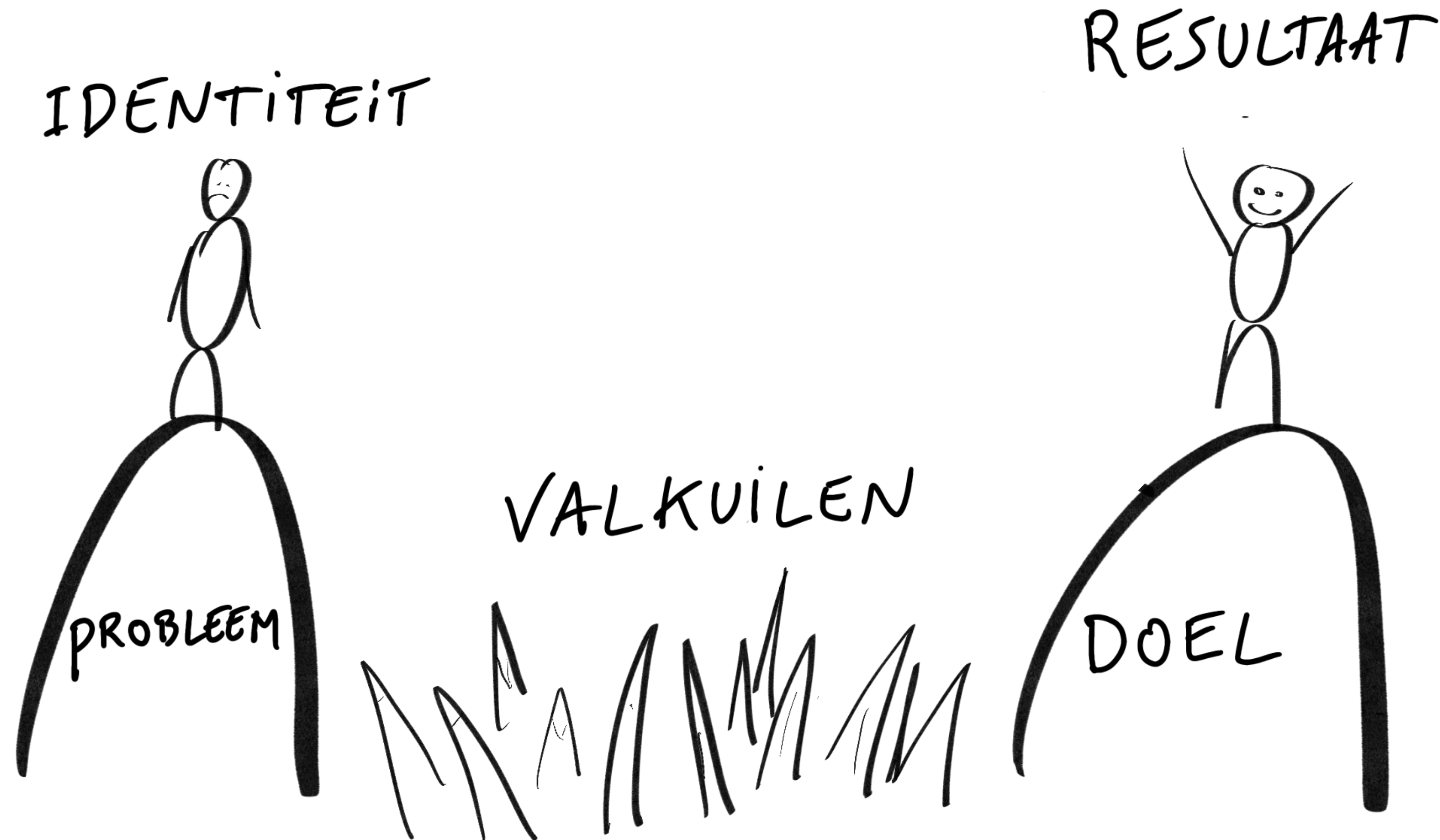
3. Het Doel



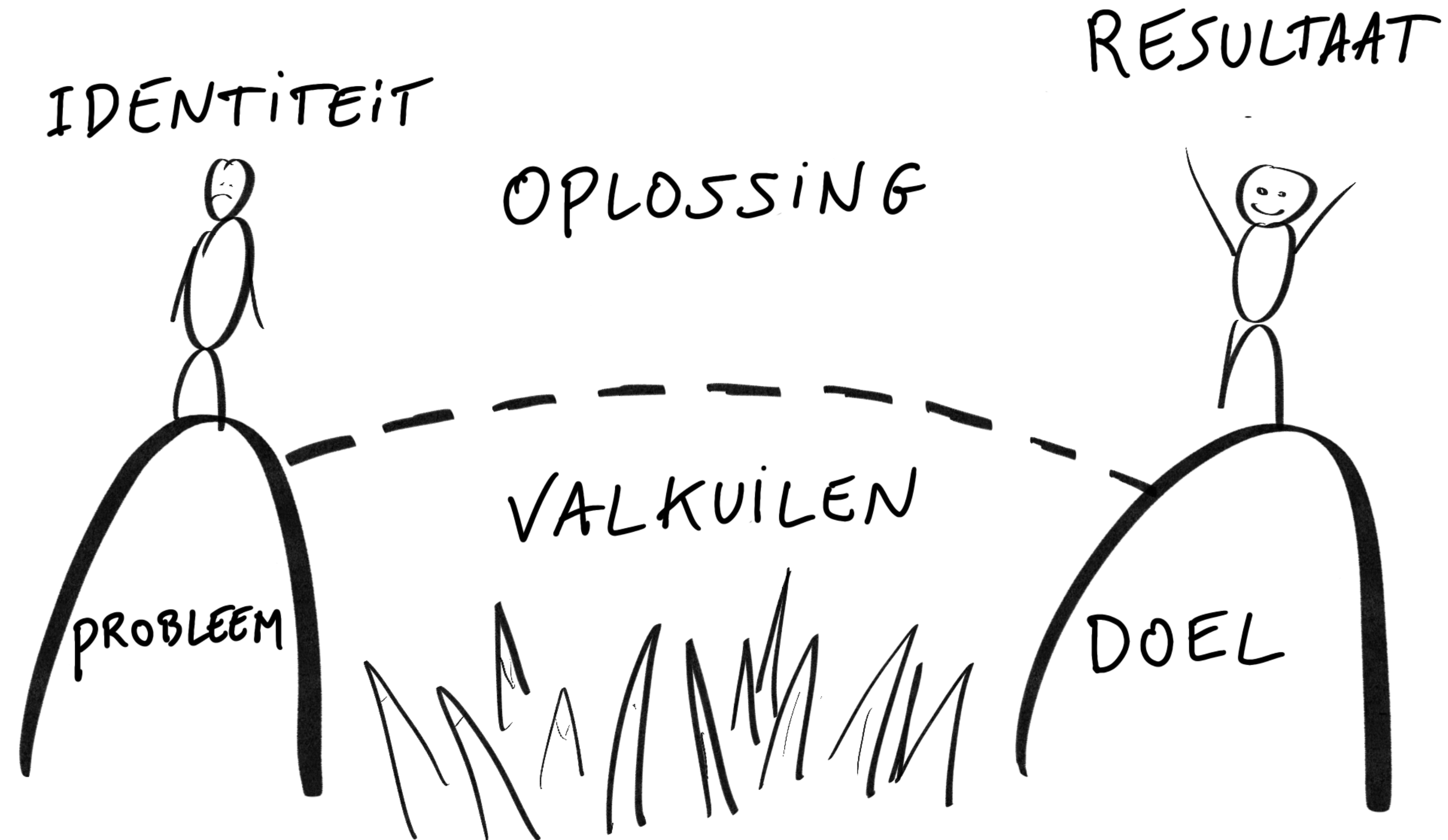
4. Resultaat



5. De Valkuilen



6. De Oplossing



Aanbod

1. Identiteit

IDENTITEIT



6. Oplossing

OPLOSSING

4. Resultaat

RESULTAAT



2. Probleem

PROBLEEM

5. Valkuilen

VALKUILEN

3. Doel

DOEL

1. Identiteit

Lagere en middelbare-school leerkrachten

6. Oplossing

Oorzaak van problemen = Perfectionisme
Oplossing = Perfectionisme Vaporizing Model:

1. Bewustzijn van perfectionisme
2. Erkennen van perfectionistisch gedrag
3. Op zoek gaan naar de échte oorzaak van dit gedrag
4. Via Time-Techniques en innerlijk-kind-healing de oorzaak aanpakken
5. Actieplan maken

4. Resultaat

Betere leerkracht voor de kinderen

Meer vertrouwen voor de ouders, omdat zij als leerkracht meer zelfvertrouwen heeft

Ruimte voor zelfontwikkeling, opleidingen,

Meer rust in het dagelijkse leven

Weer passie vinden in wat ze doen

2. Probleem

Angst voor de oudercontacten

Niet opspreken tijdens de team-meetings wegens onzekerheid

People pleasen tegenover collega's en directie (niet durven neen zeggen)

Te veel randtaken en verantwoordelijkheden, waardoor er amper nog tijd is voor wat écht telt (verlies van passie)

...

5. Valkuilen

Suck it up, dat is nu eenmaal hoe het is

Stressen bij oudercontacten (en ziek melden als het te erg wordt)

Toegeven aan de ouders, de directie, collega's, ...

Andere job zoeken

3. Doel

Leerkrachten willen steun en begrip van de ouders

Ze willen zich kunnen focussen op wat écht telt: de kinderen

Ze willen het zelfvertrouwen om zich uit te spreken of neen te zeggen

Ze willen erkenning voor hun job van de directie

1. Identiteit

"Oppervlakkige" info over wie je ideale klant IS. Eigenschappen. Waarmee kunnen ze instant identificeren (ja/nee)?

- Wat op iemands CV of Instagram bio zou staan.
- Geslacht, leeftijd, job-functie, woonplaats, status,
- Voorbeeld: man/vrouw, 40+ers, vrouwen in meno-pauze, vrouwelijke leidinggevendenden, coaches, moeders, singles, ondernemers, chronisch zieken, burn-outer...

6. Oplossing

Wat werkt wel? Wat is de échte oorzaak van het probleem? Wat is jouw manier om dit doel te behalen? Waarom werkt wat je doet?

- Dit is NIET je aanbod, je product of je dienst. En ook niet "coaching"
- Dit is WEL waarom wat je doet werkt (jouw methode, jouw techniek, jouw manier van werken, jouw stappenplan, jouw stijl, ...). Positioneer dat als "De beste / juiste manier"
- Voorbeeld: Verbindend Verkopen, StoryTeaching, bewustzijn, wandelen, spiegelen van paarden, aangeboren talenten ontdekken en ontwikkelen, Kennen > Betrappen > Corrigeren > Verankeren

4. Resultaat

Wie zullen ze daardoor worden? Wat zal dat doel voor hen opleveren? Hoe willen ze zich voelen? Wat zijn de neven-effecten op hen en hun omgeving?

- Denk aan het Ripple Effect: dit mag "vaag" en "out there zijn"
- Voorbeeld: elke dag opstaan met plezier, een goede ouder zijn, impact maken op deze wereld, geluk kunnen delen met een partner,

2. Probleem

Wat is er mis? Waar zitten ze mee? Wat willen ze anders? Hoe uit zich dat? (waar jij mee kan helpen)

- Een concrete situatie waarin bepaalde mensen in je doelgroep zitten
- Een gevoel waarmee bepaalde mensen in je doelgroep zitten
- Voorbeeld: moeite om aan klanten te geraken, amper nog seks met je partner, je kind is onzeker op school, geen plezier meer op het werk, continu brandjes aan het blussen van je medewerkers

5. Valkuilen

Wat werkt niet? Wat hebben mensen al geprobeerd? Welke alternatieven zien ze nog?

- Wat is de concurrentie? (en daarmee bedoelen we niet enkel andere coaches)
- Voorbeeld: gewoon doorbijten, honger lijden, meer en harder studeren, continu op social media posten, mensen ontslaan, harder werken

3. Doel

Wat willen ze bereiken? Hoe ze willen dat de situatie er uit ziet? Wat staat op hun "verlanglijstje"?

- Concreet doel of bestemming dat mensen willen bereiken
- Soms gewoon het omgekeerde van het probleem
- Voorbeeld: 50.000 euro omzet, een job die voldoening geeft, een gezellige maaltijd met het hele gezin (zonder gezeur), weten wat ik wil nu, een partner vinden met wie ik wil trouwen



“The only way to win at content marketing is for the reader to say, ‘This was written specifically for me

~Jamie Turner

Hoe beter jij je ideale klant kent, hoe beter
de connectie die kan ontstaan

INHOUD:
THEMA, TOPIC, IDEE
BRAINSTORM

THE CONTENT PYRAMID

DOCUMENT PILLAR CONTENT

One long form piece of content (i.e my daily vlog, Q&A show, keynotes, or podcast)

REPURPOSE INTO MICRO CONTENT

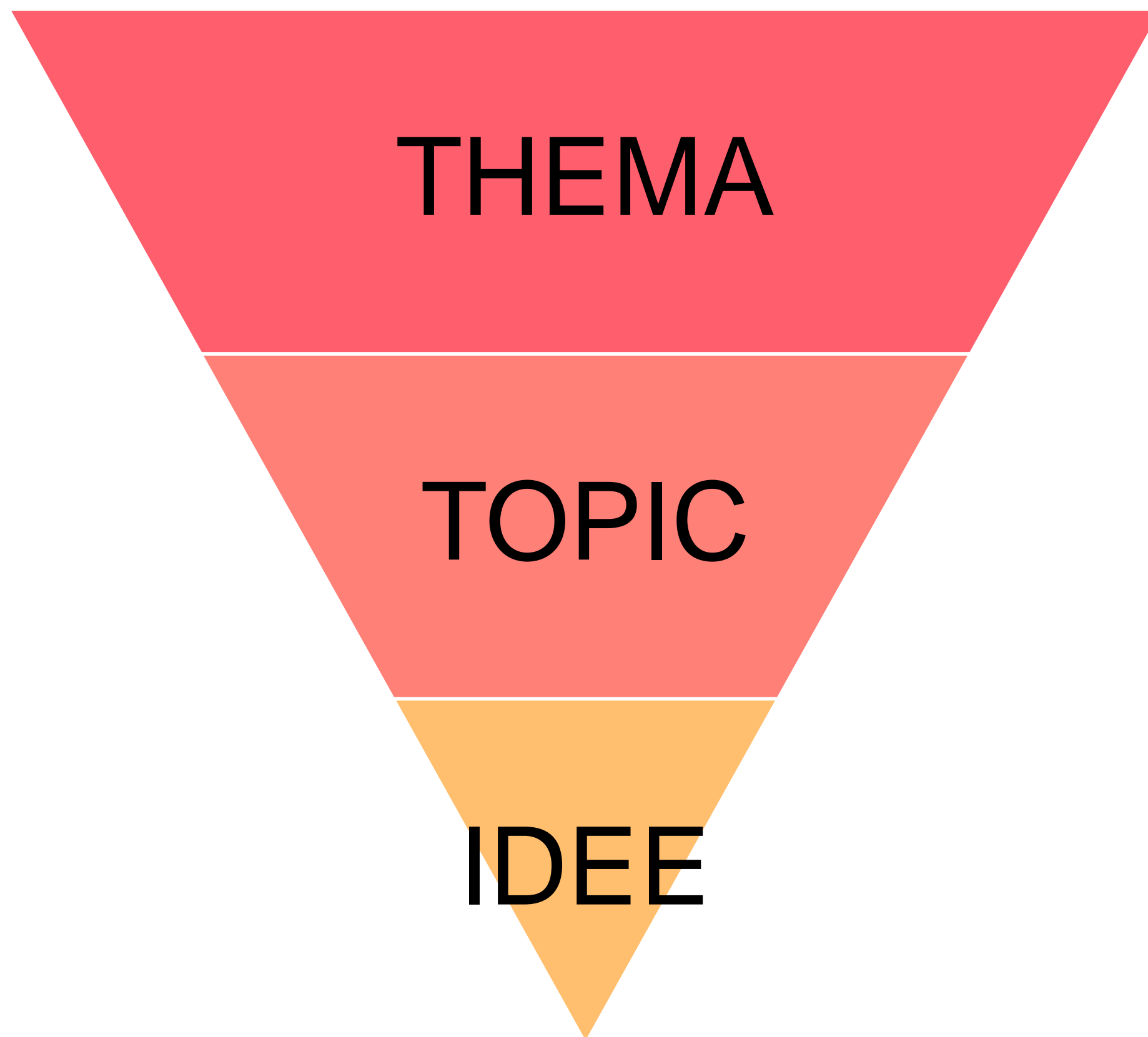
Create short-form pieces of content (i.e articles, memes, images, quotes, stories, mashups, remixes, rants, GIFS, etc.)

DISTRIBUTE
ACROSS
SOCIAL
MEDIA

Distribute all content on relevant social platforms



De Content Piramide



THEMA: Het Grote Thema - Wat je doet, waar je diensten en producten om draaien

TOPIC: Interessante en relevante onderwerpen binnen dit thema

IDEE: Concreet onderwerp waar je wat over kan vertellen

2 methoden om op 1 uur 100+ ideeën te genereren

1. Content Mindmap Brainstorm
2. Research

Status	Name	Topic
Idea	Kippevel - emotie verkoopt (Gerrit Solo)	
Idea	Ondernemen is geen sprint, maar ook geen marathon	Je moet er in zijn voor de lange termijn.
Idea	HOE doe je dan die oncomfortabele dingen dan?	Ruimte maken voor groei. Niet alleen str
Idea	Imposter Syndroom & Overwhelm aanpakken	
Idea	Waarom hard werken niet altijd goed is	+ leiderschap als CEO vanuit je Human I
Idea	Wat is een goeie funnel	De vraag is eigenlijk: Wat werkt er voor
Idea	Hoe pak je een goede lancering aan volgens je HD	4 fases van een launch
Idea	Mindset scarcity of abundance	Voorbeeld Els Heremans, minder willen
Idea	Hoe 100K bereiken	succesvol opschalen vanuit je HD
Idea	Wanneer geef je op?	
Idea	zijn niches achterhaald? Gerrit vs Elke	
Idea	Vorbereiding ouderschapsverlof 1	
Idea	Elke euro halen uit investering + hoe beslissen we waarin we inve	
Idea	Ondernemen volgens jouw Human Design	Niet iedereen moet op dezelfde manier
Idea	De juiste manier om je social media uit te besteden	Hoe wij werken met onze VA & copywrit
Idea	Interne vs Externe accountability	The Four Tendencies van Gretchen Rub
Idea	Zone of Genius	Wat is je zone of genius en hoe blijf je e
Idea	Ondernemersmindset vs Werknemersmindset	- Je hebt geen toestemming nodig om >
Idea	Big rocks first (todo list & prioriteiten)	
Idea	Waarom je moet investeren om te kunnen groeien	
Idea	Onze grootste teleurstellingen en fouten in X jaren business	
Idea	Hoe ontwerp je je ideale week	
Idea	Een week in ons leven	

Content mindmap brainstorm

THEMA:
Loopbaanbegeleiding

THEMA: Wat je doet, waar je diensten en producten om draaien

Content mindmap brainstorm

TOPIC:
solliciteren

TOPIC:
burn out

TOPIC:
veranderen van job

THEMA:
Loopbaanbegeleiding

TOPIC:
persoonlijke
ontwikkeling

TOPIC:
carrière afbouw

TOPIC:
carrière opbouw

TOPIC: Interessante en relevante onderwerpen binnen dit thema

Content mindmap brainstorm

Voor schoolverlaters

Carriewending voor 50+-ers

TOPIC:
solliciteren

TOPIC:
burn out

Droomjob vinden

TOPIC:
veranderen van job

THEMA:
Loopbaanbegeleiding

Vermijden
Weer aan het werk na

TOPIC:
persoonlijke
ontwikkeling

Minder werken wegens
ouderschap

TOPIC:
carrière afbouw

Promotie vragen

Leiderschapsvaardigheden

TOPIC:
carrière opbouw

Minder werken wegens ziekte

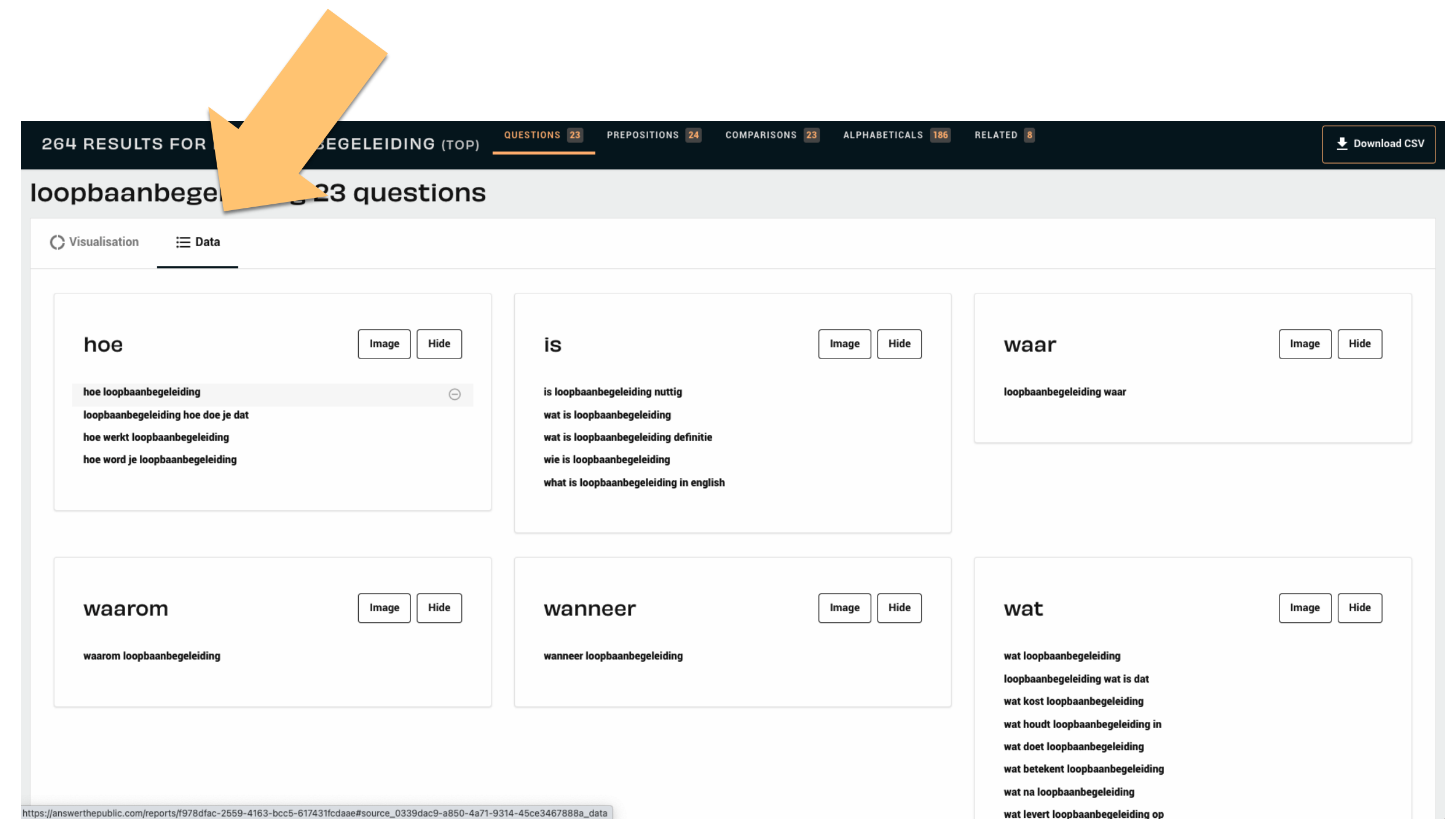
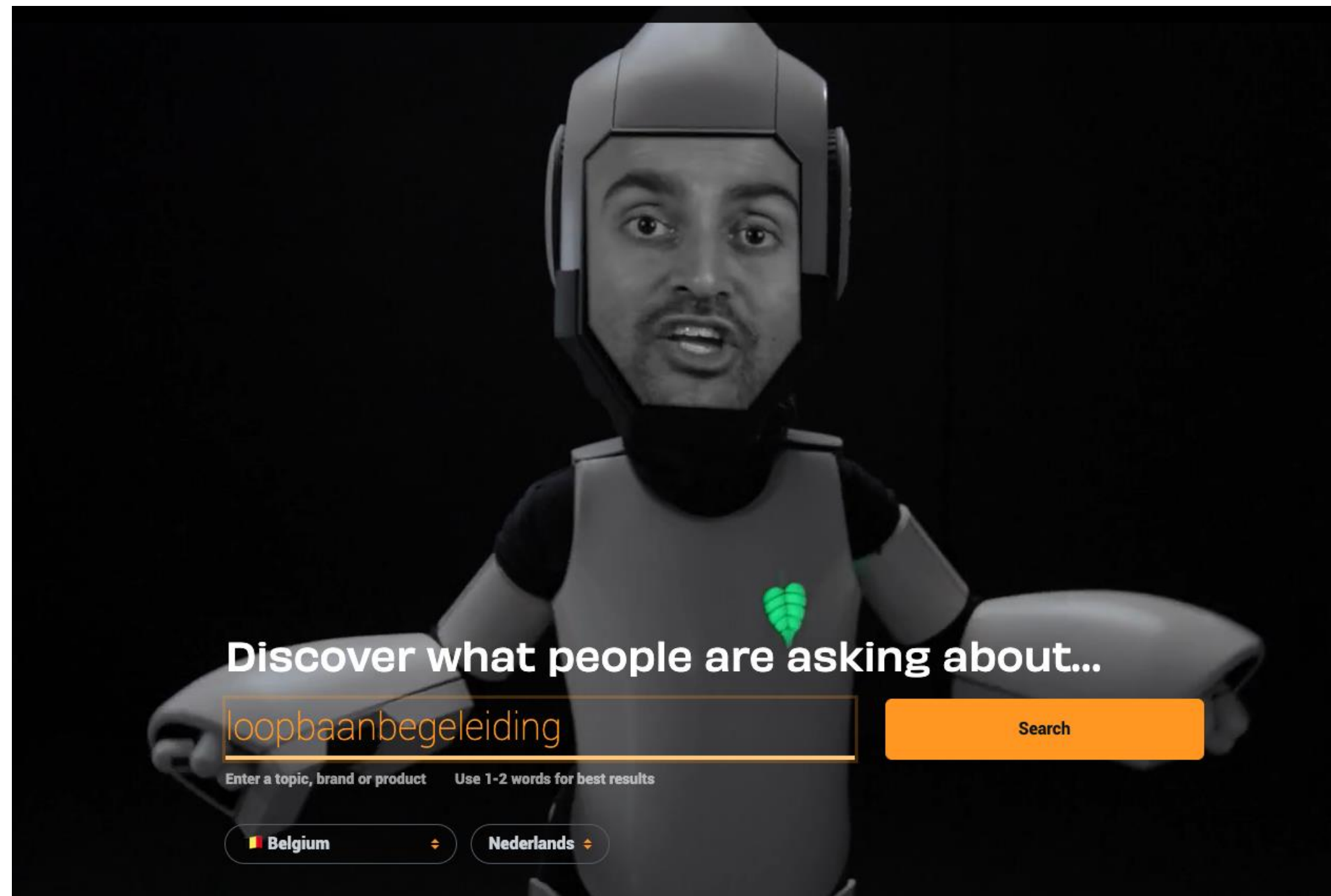
Interessante boeken
Goede soft skills

IDEE: Concreet onderwerp waar je wat over kan vertellen

Research: Je eigen content & klanten

- Ga eens door de content die je al postte op social media
- Vraag het eens op social media
- Vraag het eens aan je klanten

Research: AnswerThePublic.com



<https://answerthepublic.com/>

Research: Youtube / Podcasts

loopbaanbegeleiding

FILTERS About these results

- Alles over loopbaanbegeleiding**
792 views · 3 years ago
VDAB
Zit je met twijfels over je job? Misschien is loopbaanbegeleiding iets voor jou. <https://www.vdab.be/loopbaanbegeleiding>.
1:22
- Waarom loopbaanbegeleiding werkt #109**
861 views · 9 months ago
#ZigZagHR
In deze aflevering van Brainpickings kruip ik in het hoofd van Sofie Vanham die naast loopbaanbegeleider ook de drijvende ...
14:56
- Loopbaanbegeleiding: Wat houdt het in?**
2.5K views · 5 years ago
VDAB
Een job, maar toch niet tevreden? Loopbaanbegeleiding biedt een uitweg. Meer info: <http://www.vdab.be/loopbaanbegeleiding/>
3:27
- Loopbaanbegeleiding**
2.9K views · 2 years ago
VDAB
Zit je met twijfels over je job? Misschien is loopbaanbegeleiding iets voor jou.
Subtitles

loopbaanbegeleiding

Podcasts & Shows

- Loopbaanbegeleiding & Burnout**
De cijfers liegen er niet om. Meer dan 120.000 mensen zitten thuis met een burn-out en jaarlijks komt daar gemiddeld 10% bij. Hoe is het zover kunnen komen? In deze podcast...
Feb 24 · 22 min 43 sec
- Weg met misvattingen over loopbaanbegeleiding**
Je zou verwachten dat mensen het afgelopen anderhalf jaar behoorlijk gestretcht zijn, zowel privé als professioneel, en dat mensen daarom ook hun werk en werkgever in vraag stellen....
Oct 2021 · 14 min 55 sec
- Neem je loopbaan zelf in handen: Over loopbaankeuzes en loopbaanbegeleiding #103**
In deze aflevering van Brainpickings kruip ik in het hoofd van één van de loopbaancoaches van Passion 4 Work, Cristy Heymans. Over loopbanen en loopbaankeuzes, waarom het belangrij...
Sep 2021 · 19 min
- Episode 6: 5 inzichten die ik kreeg via loopbaanbegeleiding**
Een van de belangrijkste peilers in het herstel van mijn burnout was om ook te kijken naar het stukje werk. Daarom koos ik in 2016 om loopbaanbegeleiding te volgen. Tot op heden een va...
Feb 22 · 20 min 44 sec
- Waarom loopbaanbegeleiding werkt #109**



*We need to stop interrupting
what people are interested in
and be what people are
interested in*

~ [Craig Davis](#)

Opdracht

- Doe een Content Mindmap Brainstorm / Research
- Maak een "Master Content Idea List" van alle concrete ideeën waarrond je content kan gaan maken

Conclusie

Je hebt niet te weinig inspiratie, waarschijnlijk eerder te veel

INHOUD:
6 REDENEN OM IETS MET JOUW
VOLGERS TE DELEN

1

ACHTER DE SCHERMEN

Laat zien wat je doet, waarom je dat doet en hoe je dat doet.

2

MOTIVEREN EN INSPIREREN

Laat klanten zien dat zij ook van naar A naar B kunnen gaan.

3

PRAKTISCHE TIPS EN KENNIS

Deel waarde die jouw klanten helpen om van A naar B te gaan.

4

INTERACTIE

Maak een connectie met je volgers.

5

VOORDELEN

Het resultaat wat je klanten ervaren.

6

DIENSTEN

Alles over je producten en diensten.

Achter de schermen

- Vertel niet enkel wat maar ook WAAROM doe je dit?
- Toon hoe het erbij jou in je bedrijf aan toe gaat.
- Maar ook (liefst) persoonlijke verhalen uit jouw leven, met een les naar jouw expertise toe.

Motivatie & Inspiratie

- Toon je klanten dat ook zij een bepaalde transformatie kunnen maken
- Inspireer je klanten om hun beste leven te leiden (minstens op vlak van jouw expertise)

Praktische tips & kennis

- Dit brengt je klant niet van A naar Z, maar wel van A naar B of C.
- Geef ze een klein resultaat
- Vergroot het vertrouwen in jouw expertise, in jouw potentiële resultaat, in jou en ook in henzelf.

Interactieve posts

- Leer je volgers dat ze iets mogen **DOEN** met je content
- Maak connectie, en toon dat jij een echte persoon bent, die ze mogen vertrouwen met hun tijd, en later hopelijk ook hun investering zodat je ze écht mag helpen.

Voordelen

- Dit gaat om het resultaat dat je klant bereikt.
- Succesverhalen, testimonials, shout-outs, ...

Diensten

- Toon wat jij doet, en hoe je dat doet.
- Zorg dat je klanten weten wat jij doet, en wat dat exact inhoudt.
- Je krijgt regelmatige nieuwe volgers
- Mensen zijn vergeetachtig
- Mensen moeten zo'n 7-10 keer (tegenwoordig 30?! Tnx social media) je aanbod zien voor ze ja zeggen.



*The paradox is the more info you
give away, the more people will buy
what you have to give*

~Brian Clark

Mix & Match it up
Brenng variatie

FORMATS:
DE VORM VAN JE CONTENT

T



FORMAT



LIVE

Formats

- Elk format heeft z'n voor en z'n nadelen
- Maar over het algemeen geldt de regel:
- Hoe meer zintuigen hoe beter
- Tekst < Audio < Video / Live
- Maar combo's kunnen ook

Tekst: Blog

Waardevol stuk geschreven tekst op je website

Statistieken:

- 600 miljoen blogs (1.9 miljard websites)
- 77% internetgebruikers leest wel eens een blogpost

Tekst: Blog

Voordelen:

- SEO (Google zoekresultaten)
- Scanbaar
- Iedereen kan schrijven
- Copywriting kan je uitbesteden

Nadelen:

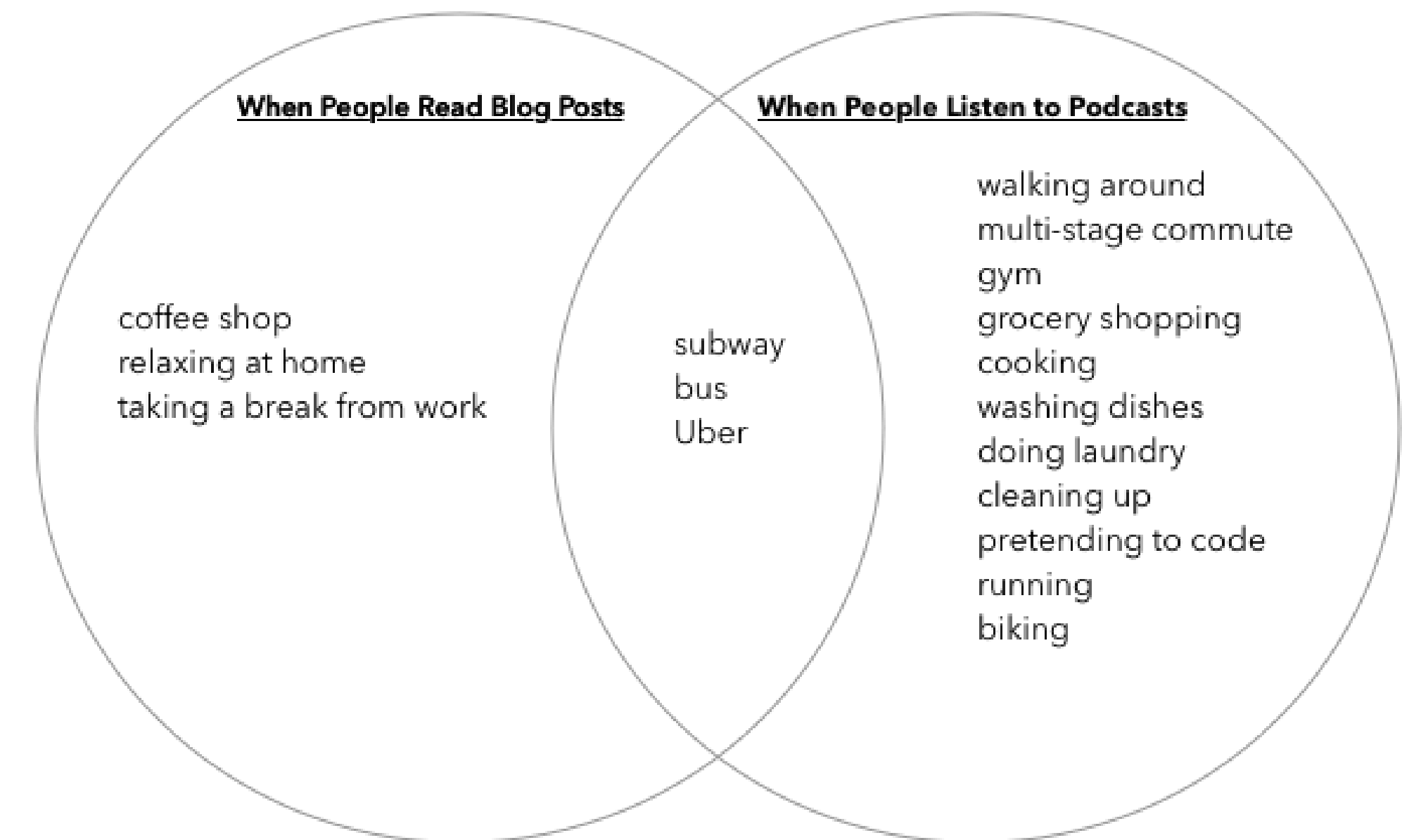
- Moeilijk om écht je persoonlijkheid er in te steken
- Mensen lezen niet zo vaak meer
- Time-consuming
- Consumptietijd: 5 min

Audio: podcast

Audio bestand dat op je website of in een podcast app wordt beluisterd

Podcast Stats:

- 2 miljoen podcasts (dubbel sinds 2020)
- 60% luistert naar podcasts
- Gemiddeld 8 podcasts afleveringen per week



Audio: podcast

Voordelen:

- Extra zintuig: gehoor
- On the go
- Stem: intonatie
- Je zit letterlijk tussen mensen hun oren
- Consumptietijd: 10 min tot 1 uur

Nadelen:

- Niet SEO friendly
- Je moet het zelf opnemen

Video: vlog / show

Video Show: video die op je website of op een video-platform kan worden bekeken

Video Statistieken

- YouTube heeft 2 miljard active gebruikers per maand en 30 miljoen per dag
- 90% van de mensen bekijkt video's op Youtube
- Slechts 9% van bedrijven gebruikt Youtube

Video: vlog / show

Voordelen:

- Extra zintuig: bewegend beeld
- Youtube SEO

Nadelen:

- Video editing
- Consumptietijd 10 à 15 min

Live: livestream

Live video uitzending

Livestream statistieken:

- Gemiddelde kijktijd is 24 minuten (tov 18 voor gewone video)

Live: livestream

Voordelen:

- Authentieker
- Interactie mogelijk
- Extra zichtbaarheid

Nadelen:

- T'is live! Geen editing
- Live vs Replay

Opdracht

- Kies wat jouw format wordt
- Don't overthink this
- Beslis vanuit je hogere zelf

Meditatie

Again: Mix & Match

KANAAL:
WAAR GA JE JOUW CONTENT
DELEN?

Kanaal

Social media om je Primaire Content tot bij je publiek te krijgen

Hoe kies je?

- Waar zit mijn ideale klant?
- Waar voel ik het voor?



*Content is fire.
Social media is gasoline*

~Jay Baer

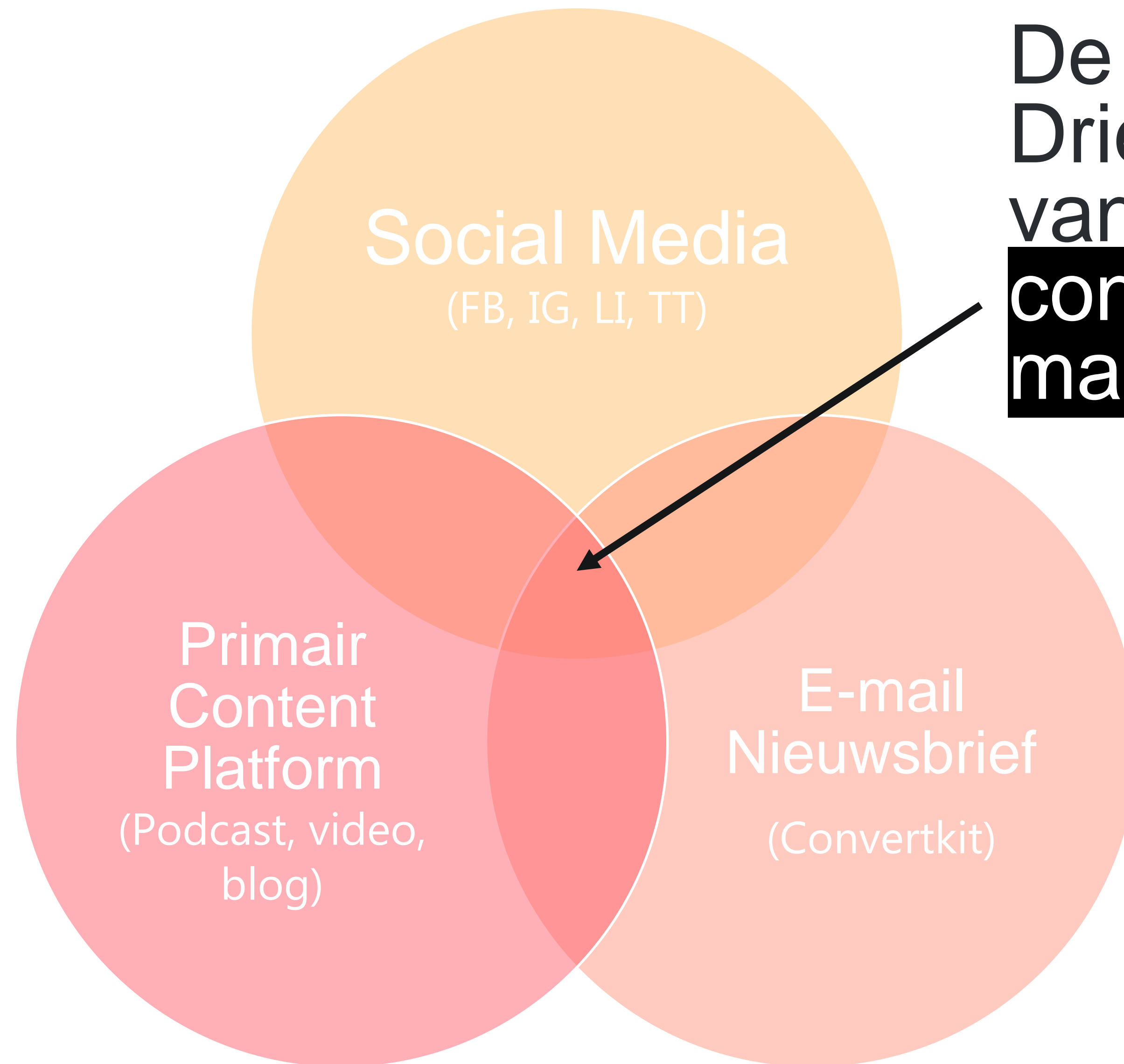
Opdracht

- Kies wat goed voelt

Easy, toch?

BE YOUR FUTURE SELF NOW

De heilige
Drievuldigheid
van
**content
marketing**





*People do business with
people they **Know, Like and
Trust***

Content Marketing



Attract

- Primaire Content Platform
- Website
- Social Media

Connect

- Social Media
- E-mail

Convert

- Onweerstaanbaar aanbod
- Sales mechanisme

De ingrediënten van jouw Strategie

1. Weten wie je bent
2. Weten wie je ideale klant is
3. Inhoud
4. Format
5. Holistische strategie + Frequentie
6. Kanalen

Massive Actions

- Ga experimenteren
 - Bvb wennen aan jezelf zien op video verschijnen (plaatsen, enkel op je eigen telefoon)
 - Hoef je nog niet delen, mag wel, gewoon creëren en terug luisteren/zien ervaren waar word ik meest blij van
 - Niet ego, maar je ziel.
 - Door nu te experimenteren kan je straks een content plan maken wat echt past bij jou.



MERCI

***“Content Marketing is all
the Marketing that’s left.”***

~ Seth Godin

*You*TOPIA