



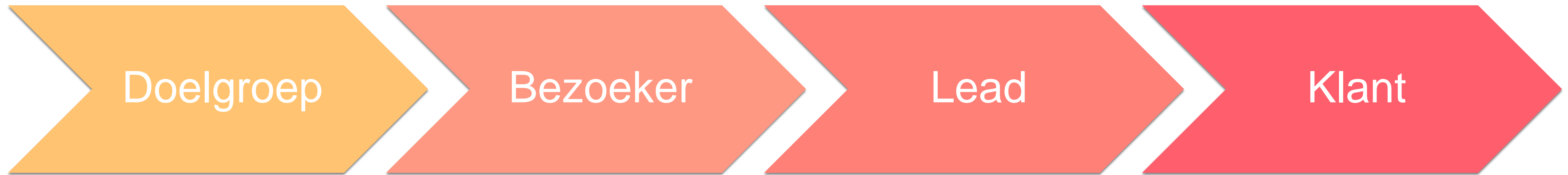
*You*TOPIA
STAND UP

CONTENT CREATIE



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

De big picture



Attract

- **PRIMAIRE CONTENT PLATFORM**

SOCIAL MEDIA

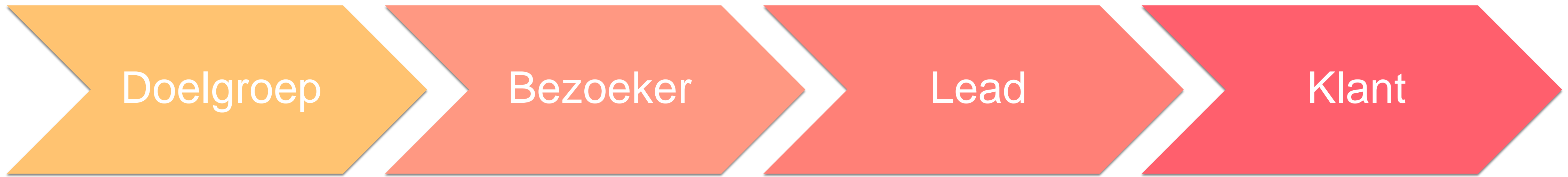
Connect

- Social Media
- E-**FREEBIE**

Convert

- **WARM UP SEQUENCE**

Content Marketing



Attract

Connect

Convert

CONTENT PLAN

Content Plan

WEEK	MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO
1	PRIM. SOCIAL TEASEN	PRIMAIRE CONTENT PRIM. SOCIAL AANKONDIGING PRIM. NIEUWS-BRIEF	SOCIAL POST	PRIM. SOCIAL QUOTE	SOCIAL POST	PRIM. SOCIAL TEACH	SOCIAL POST

In deze module:

Het content creatie proces
verbeteren

Let's go

STRUCTUUR

De rode draad in al je content

Content structuur

Elk verhaal is opgebouwd uit 3 delen:

- Begin ➤ Binnenkomer / Hook / Attention Grabber
- Midden ➤ Content / Verhaallijn
- Einde ➤ Afsluiter / Call To Action

1. Binnenkomer

- Eerste stuk waarmee je de aandacht trekt
- Het stuk waarin je mensen curieus maakt
- De teaser voor de rest van je content
- Het stuk wat ervoor gaat zorgen dat ze blijven kijken / luisteren / lezen
- Bvb: eerste zin van je FB/IG/LI post, de intro van een podcast of video

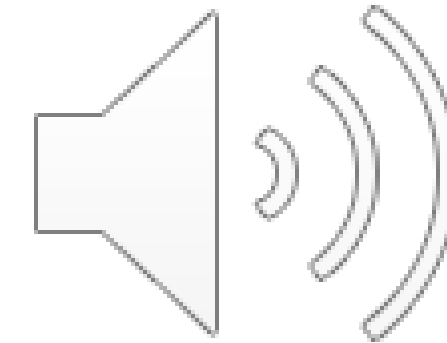
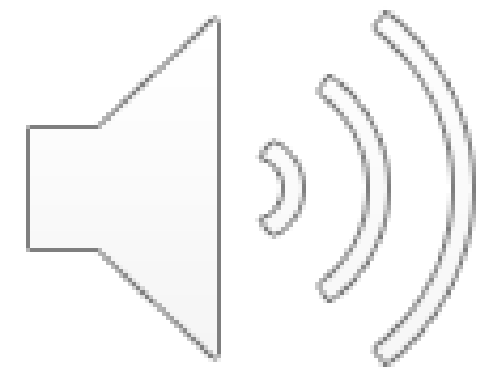
1. Binnenkomer



“Everybody be cool, this is a robbery.”

*“Any of you f*ckin’ pricks move and I’ll execute every motherf*cking last one of you!”*

1. Binnenkomer



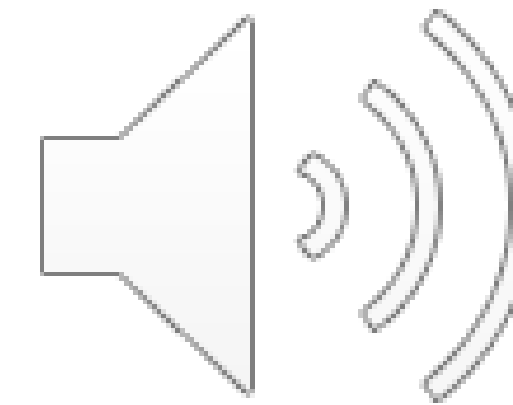
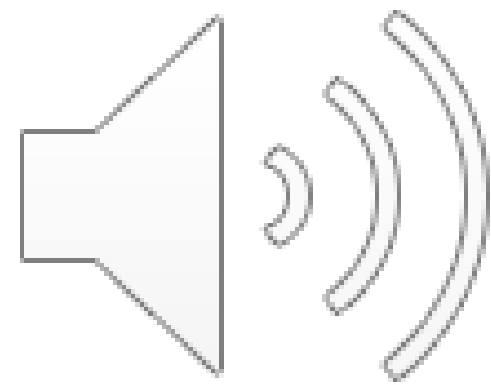
2. Content / verhaallijn

- Wat je eigenlijk wil vertellen
- Gestructureerd
- De delivery van de promise die je maakte in de binnenkomer

3. Afsluiter / CTA

- Het einde
- De conclusie
- Wat je wil dat mensen doen
- Waarom ze dat zouden moeten doen (wat het oplevert)

3. Afsluiter / CTA



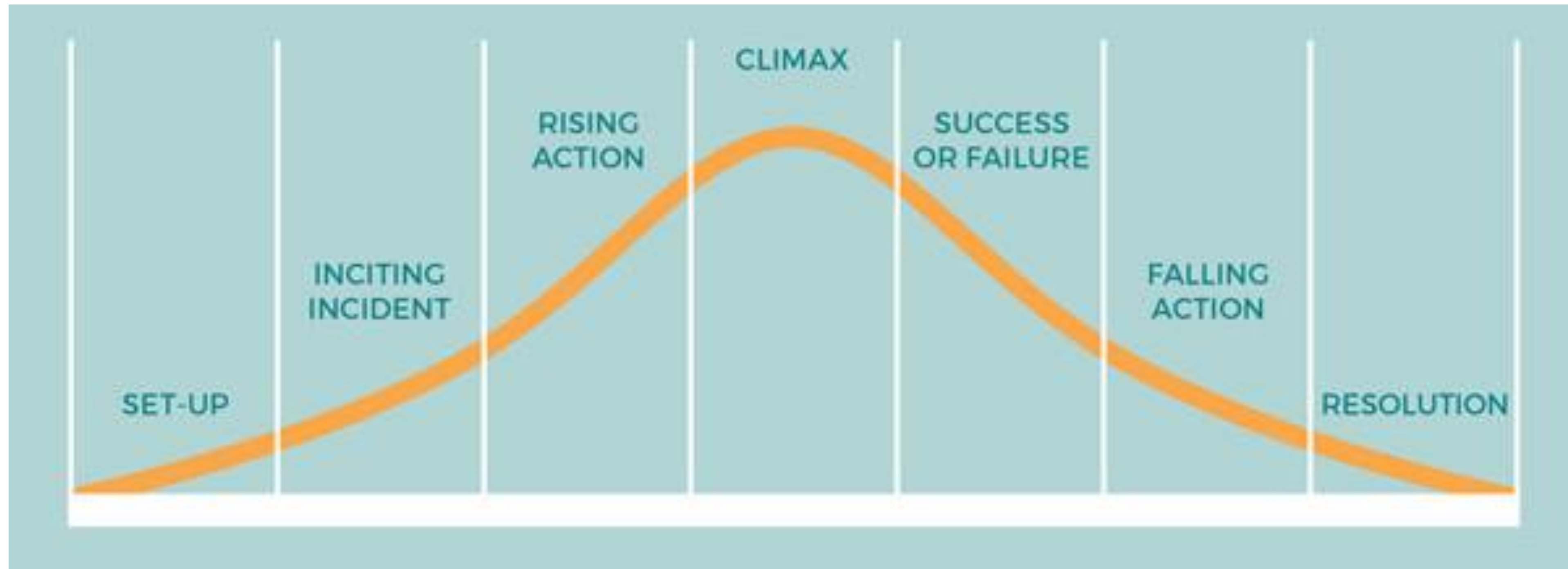
Laten we eens oefenen

Om je creatieve sappen te laten stromen:

Schrijf eens een mini-verhaal, van 100 of 200 woorden van...

Roodkapje en de grote boze wolf

Moment Of Highest Tension



Er is geen foute manier om dit dit
doen

DE CONTENT BRIEFING

Content briefing

Document waarin je alle info verzamelt over je Primaire Content

Alsof je aan iemand anders zou vragen om content te creëren over een bepaald idee

De Content Briefing

DATUM	
Wanneer moet dit live gaan?	
DOEL	
Welk marketingdoel of businessdoel moet dit helpen verwezenlijken?	
KEY MESSAGE	
Als er 1 ding is dat je wil dat mensen onthouden, wat zou dat dan zijn?	
CATEGORIE	
Achter de schermen / motiveren & inspireren / praktische tips & kennis / interactie / voordelen / diensten / ...	
OUTLINE	
Welke elementen komen aan bod?	
<ul style="list-style-type: none">- Element 1- Element 2- Element 3- ...	
CREATIEVE INSTEEL	
Rond welke creatieve kapstok of invalshoek zou je kunnen werken?	
CALL TO ACTION	MUST MENTIONS
Wat wil je dat mensen doen op het einde?	Wat moet je zeker nog vermelden?
SEXY TITEL	
Wat zijn mogelijke titels die je al kan bedenken?	

Content briefing

1. Datum: wanneer wil je dat dit live gaat?

Content briefing

2. Doel: Waar moet dit naar leiden?

Welk aanbod?

Welk businessdoel?

Content briefing

3. Key Message: Wat is de hoofdboodschap?

Als mensen maar 1 ding zouden onthouden, wat zou het dan zijn?

Om je in de juiste richting te houden

Content briefing

4. Categorie: onder welk van de 6 (of meer) categorieën valt het



Content briefing

5. Outline: Wat komt er inhoudelijk aan bod?

Bulletpoints

Vormen de basis van je content

Subtitels

Content briefing

6. Creatieve insteek: Wat is de kapstok waar je je content rond bouwt?

Idee waarrond je gaat werken

Creatief en uniek maken

Leuke extra, geen must

Content briefing

7. Call To Action: Wat wil je dat mensen doen op het einde?

Geef mensen een concrete actie

+ Waarom ze dat zouden moeten doen

Deel, reageer, download, lees, koop, boek, ...

Content briefing

8. Must Mentions: Welke dingen wil je zeker graag vermelden?

Quotes, conclusies, cijfers, bronnen, zinnen, verhalen

Content briefing

9. Sexy Titel: Wat wordt de mogelijke titel?

Voor je begint of op het einde

Doe nu al een eerste poging voor een leuke titel

Content Briefing

De Content Briefing

DATUM Wanneer moet dit live gaan?	
DOEL Welk marketingdoel of businessdoel moet dit helpen verwezenlijken?	
KEY MESSAGE Als er 1 ding is dat je wil dat mensen onthouden, wat zou dat dan zijn?	
CATEGORIE Achter de schermen / motiveren & inspireren / praktische tips & kennis / interactie / voordelen / diensten / ...	
OUTLINE Welke elementen komen aan bod? <ul style="list-style-type: none">- Element 1- Element 2- Element 3- ...	
CREATIEVE INSTEEL Rond welke creatieve kapstok of invalshoek zou je kunnen werken?	
CALL TO ACTION Wat wil je dat mensen doen op het einde?	MUST MENTIONS Wat moet je zeker nog vermelden?
SEXY TITEL Wat zijn mogelijke titels die je al kan bedenken?	

De Content Briefing Template

DATUM	
DOEL	
KEY MESSAGE	
CATEGORIE Achter de schermen / motiveren & inspireren / praktische tips & kennis / interactie / voordelen / diensten / ...	
OUTLINE - - - -	
CREATIEVE INSTEEL	
CALL TO ACTION	MUST MENTIONS
SEXY TITEL	

OPDRACHT:

Pak je volgende stuk primaire content, en vul de content briefing in

Don't overthink it

HET CREATIEPROCES

1

Doe je research
Verzamel alle info in 1 document
0 - 60 min

2

Maak een content briefing

Alle belangrijke info op papier
5 - 30 min

3

Flowschrijven:

Maak een Shitty First Draft
30 – 60 min

4

Herwerken

Schrappen, herschrijven, verduidelijken, herstructureren,
toevoegen
Titel beslissen

30 - 60 min

5

Creëren

Schrijven, opnemen

10 – 60 min

6

Editen als een baas

Nalezen of schrappen/uitknippen

10 – 60 min

7

Publiceren

Inplannen of publiceren

1 - 5 min

7 stappen creatieproces

1. Doe je research
2. Maak een content briefing
3. Flowschrijven
4. Herwerken
5. Creëren
6. Editen als een baas
7. Publiceren

Wat heb je (niet) nodig?

- **Camera:** smartphone, webcam (Logitech C920)
- **Licht:** natuurlijk, kunstlicht (softbox, Ringlight)
- **Geluid:** microfoon van je laptop/smartphone, externe microfoon (Blue Yeti, Rode SmartLav+)
- **Achtergrond / setting:** Locatie waar je filmt
- **Statief of houder voor je webcam:** zodat je hem niet hoeft vast te houden
- **Software Tekst:** MS Word, je blog systeem
- **Software Audio:** Audacity, Dictafoon
- **Software Video:** eCamm Live, Zoom, Canva, smartphone
- **Software Livestream:** eCamm, Native apps

OPDRACHT

Volg de meditatie en start met creëren van je volgende stuk primary content

PRIMARY CONTENT

Hier schrijf je de blogpost, plak je de video of de audio

Of doe het gewoon op jouw manier :)

MEDITATIE

Vol zelfvertrouwen content creëren

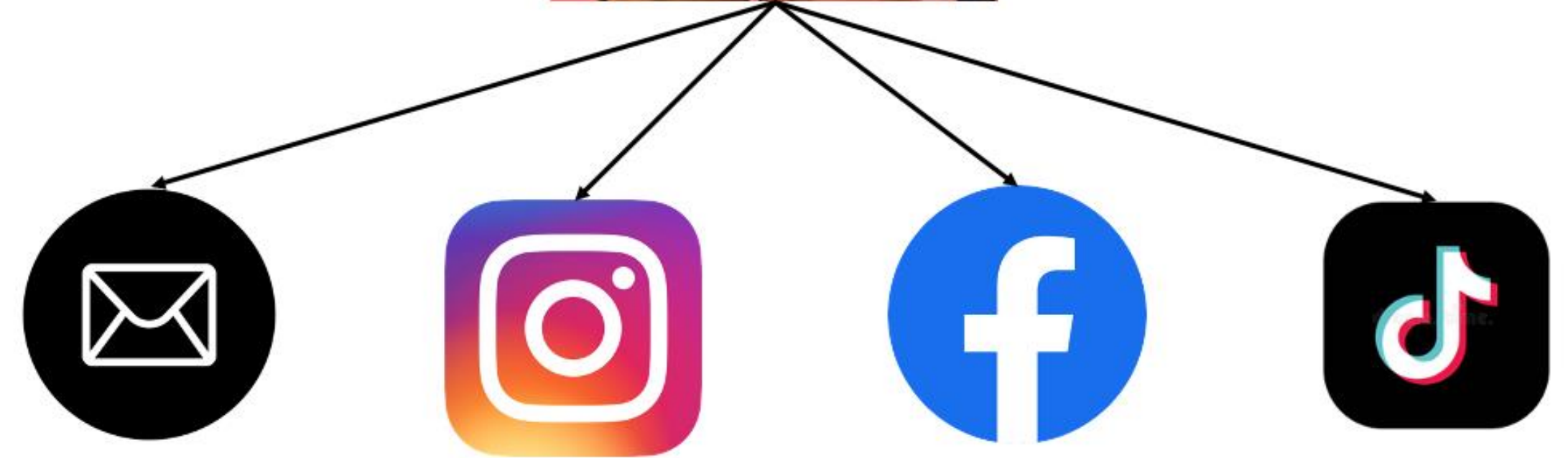
WOHOOOW

You're doing it!

Hoe ging het?
Hoe voelde het?
Wat ging er allemaal in je om?
Hoe trots ben je op het resultaat?
Wanneer ga je dit publiceren?

VAN PRIMARY NAAR SECONDARY CONTENT

Description, e-mail, social



Primary > Secondary

Pak kleine stukjes uit je primary content en maak er secondary content van:

- Quotes
- Verhalen die je vertelt
- Paragrafen

Primary > Secondary

1 x Primary Content =

- 1 x Description (video, podcast)
- 1 x Nieuwsbrief (+ resend to unopens)
- 3 x Social media posts (instagram, facebook of linkedin)
 - 1 x afbeelding: aankondiging, quote, ... (+ Story)
 - 1 x Carousel: teaching (+ Story)
 - 1 x video / reel: storytelling, teaching, fragment uit primary content ... (+ Story)

Principes

- ⊖ ~~Perfectionisme~~
- Kwantiteit zorgt voor kwaliteit
- B- of C content (geen A)
- Geef jezelf een maximum tijdslimiet (bvb 1u)
- Reminder: Content Creatie Structuur (flowschrijven » Editen als een baas » Publiceren)
- Vergeet video niet!
- Focus eerst op teksten maken, geen afbeeldingen (daar hebben we straks een oplossing voor)

▼ Concept idee

Krak story

▼ Afbeelding(en) / Video's

Use one of the templates and put this on it:

Krak



▼ Caption

Krak

Dat was het geluid dat hoorbaar moest geweest zijn...

Als er geen oorverdovend lachsalvo had geweest dat de doorheen heel het schoolgebouw klonk.

Want die krak?

Dat was mijn hart.



DESCRIPTION

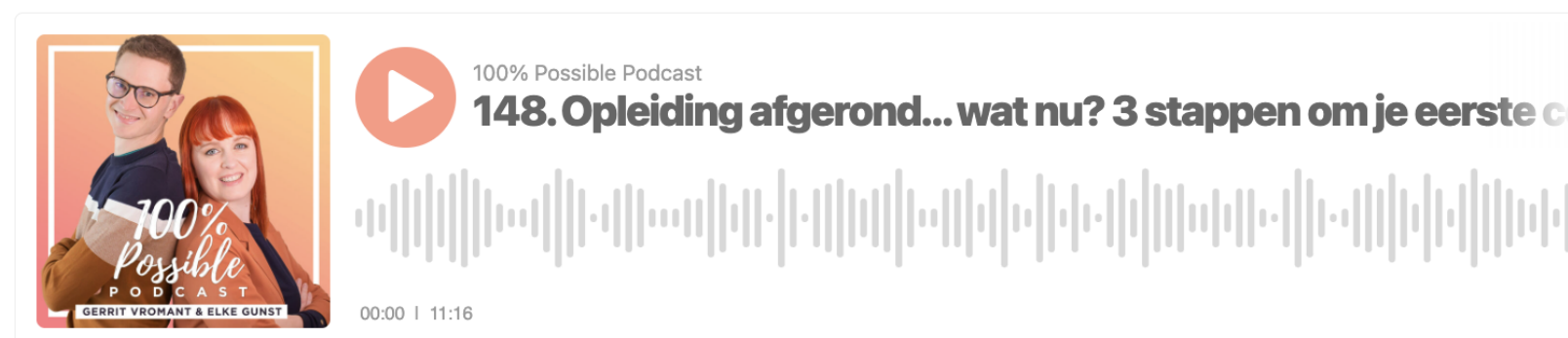
Tekst die bij je Primary content staat

Description

148. Opleiding afgerond... wat nu? 3 stappen om je eerste coaching klanten te krijgen

augustus 3, 2022

Gerrit Vromant



Of luister op [Apple Podcasts](#) | [Spotify](#) | [Google Podcasts](#) | [Stitcher](#)

Dus je hebt je coaching opleiding afgerond en je hebt ondertussen gemerkt:

Die eerste klanten komen niet vanzelf.

Maar hoe dan wel?

Wel, eigenlijk zijn er maar 3 dingen die je nodig hebt.

Wat die exact zijn, dat legt Gerrit uit in deze aflevering.



Human Design Junkies | Elke Gunst
20 subscribers

Vorige week zat ik totaal vast – ik wist dat ik een youtube show wou over human design junkies, en ik had een idee over hoe dat strategisch slim kon, maar dat leek te botsen met mijn eigen human design (veel flow, weinig routine en strategie). Ik stuurde de vraag het universum in om me te helpen om een manier te vinden die bij mij past én ook strategisch goed zou werken. In deze show vertel ik je wat er daarna gebeurde en hoe ik het antwoord vond zonder er mijn hoofd over te breken.

Ik gebruikte daarbij poort 47 (realiseren) en poort 11 (ideeën) om mijn nieuwe concept te bedenken.

LINKS:
Abonneer je op de podcast via Spotify of je favoriete Podcast app:
<https://humandesignjunkies.buzzsprout...>

Nog geen idee wat jouw Human Design juist is? Download gratis je eigen chart via
<https://humandesignjunkies.be/gratis-...>

Meer weten over mij? Lees op je gemak meer via <https://humandesignjunkies.be/over-elke/>

Zet je op de wachtlijst voor de intuïtie challenge: <https://humandesignjunkies.be/intuiti...>

Description

- Doel: Aanzetten tot luisteren/kijken
- SEO: waarop zoeken mensen
- Bulletpoints: wat komt aan bod
- 1e persoon / 3e persoon → kiezen
- CTA / links

OPDRACHT:

Schrijf een korte description voor je
Primary Content

NIEUWSBRIEF

Mail naar de mensen op je lijst

E-mail

SUBJECT

Hoe verkoop je als coach jouw diensten?

Zeg eens, **[FIRST NAME GOES HERE]**, door wie zou jij jezelf graag willen laten coachen?

Door die ene coach met de perfecte website, die niets van zichzelf laat zien. Waardoor je geen idee hebt wie er schuilgaat achter het bedrijf, wie jou straks gaat coachen..

Of

Door die ene coach die misschien niet zo'n perfecte website heeft, maar die zichzelf wel laat zien op social media. Die coach waarvan je het idee hebt dat je hem of haar al kent, waar je een goed gevoel bij hebt..

No brainer toch ;)

Zo veel coaches zijn bang om zichzelf te laten zien.

"Wat zouden mijn volgers wel niet denken als ik dit nu liet zijn? Vinden ze het überhaupt wel interessant?"

Het ding is:

Hoe meer jij van jezelf laat zien, hoe meer mensen worden aangetrokken door jou.

En ja ook ik ben daarin elke dag nog aan het leren.

Want ja, ik lees heel graag Science fiction boeken en ik was op mijn Instagram Stories aan het praten over de boeken die ik aan het lezen was: ruimtereizen, aliens, wie écht de piramides bouwde, het universum, Dat soort zaken :)

Als je nu nog niet weet wat verbindend verkopen is...

Speciaal voor jou nam ik een hele podcast aflevering op waarin ik je precies vertel wat verbindend verkopen nu is, wat de vier elementen daarvan zijn en hoe jij dat kan gaan inzetten.

Dus **[FIRST NAME GOES HERE]** als jij ook graag meer mensen wilt coachen, meer mensen wilt helpen, luister nu via onze website of via jouw favoriete podcast app:



[125. Je diensten verkopen op een manier die goed voelt](#)

[LUISTER NU OP YOUTOPIA.COACH »](#)

Of via [Apple Podcasts](#) | [Spotify](#) | [Google Podcasts](#) | [Stitcher](#)

E-mail

- Doel: verlangen creëren voor primary content en doen klikken
- Insteek: persoonlijke brief naar een vriend: *"hey, ik heb dit voor je gemaakt"*
- Subject line → moet mensen doen openen
- Inhoud: Binnenkomer, inhoud (bulletpoints), CTA
- Voornaam → persoonlijk maken
- Template & design → zo simpel mogelijk
- CTA: "Wil jij ...? klik dan op deze link: [LINK]" (optioneel: Button & afbeelding)

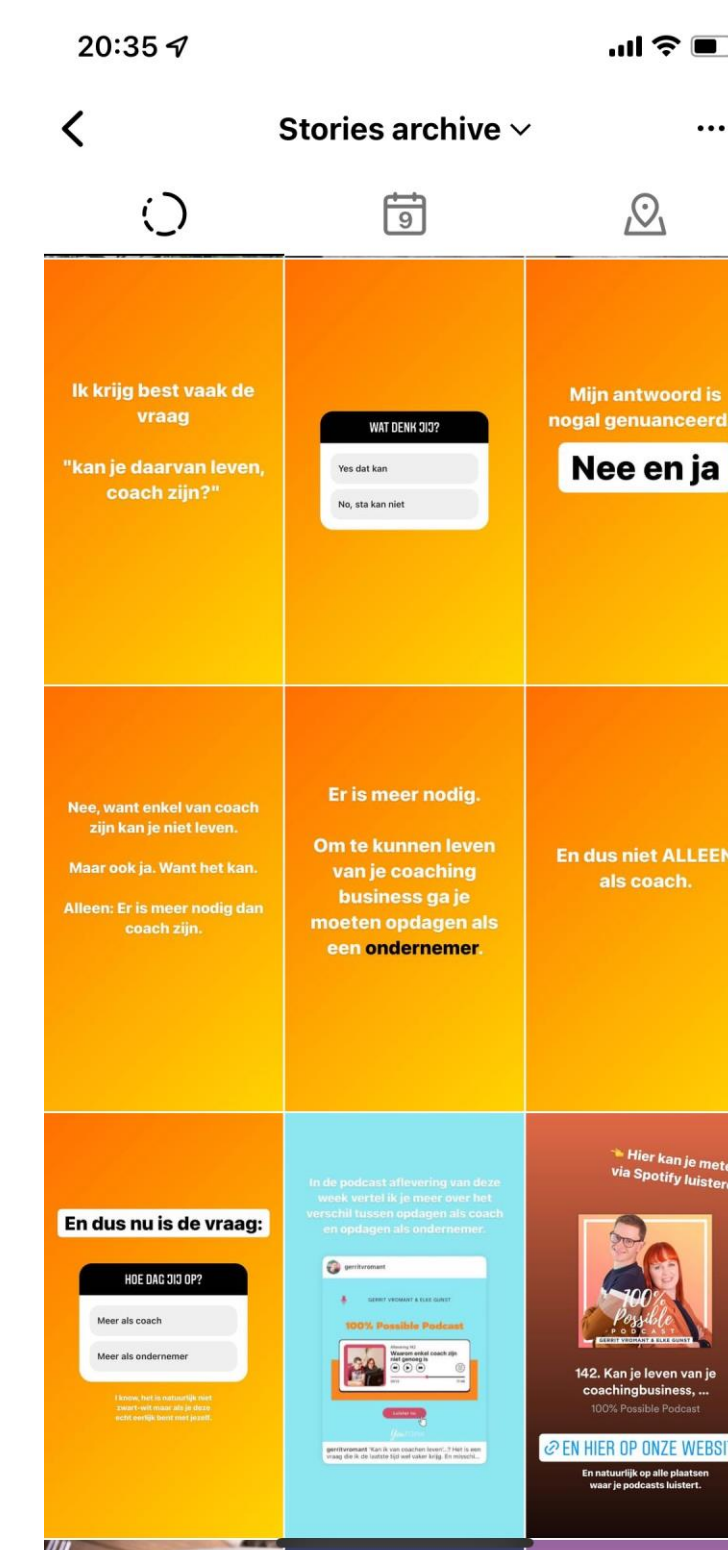
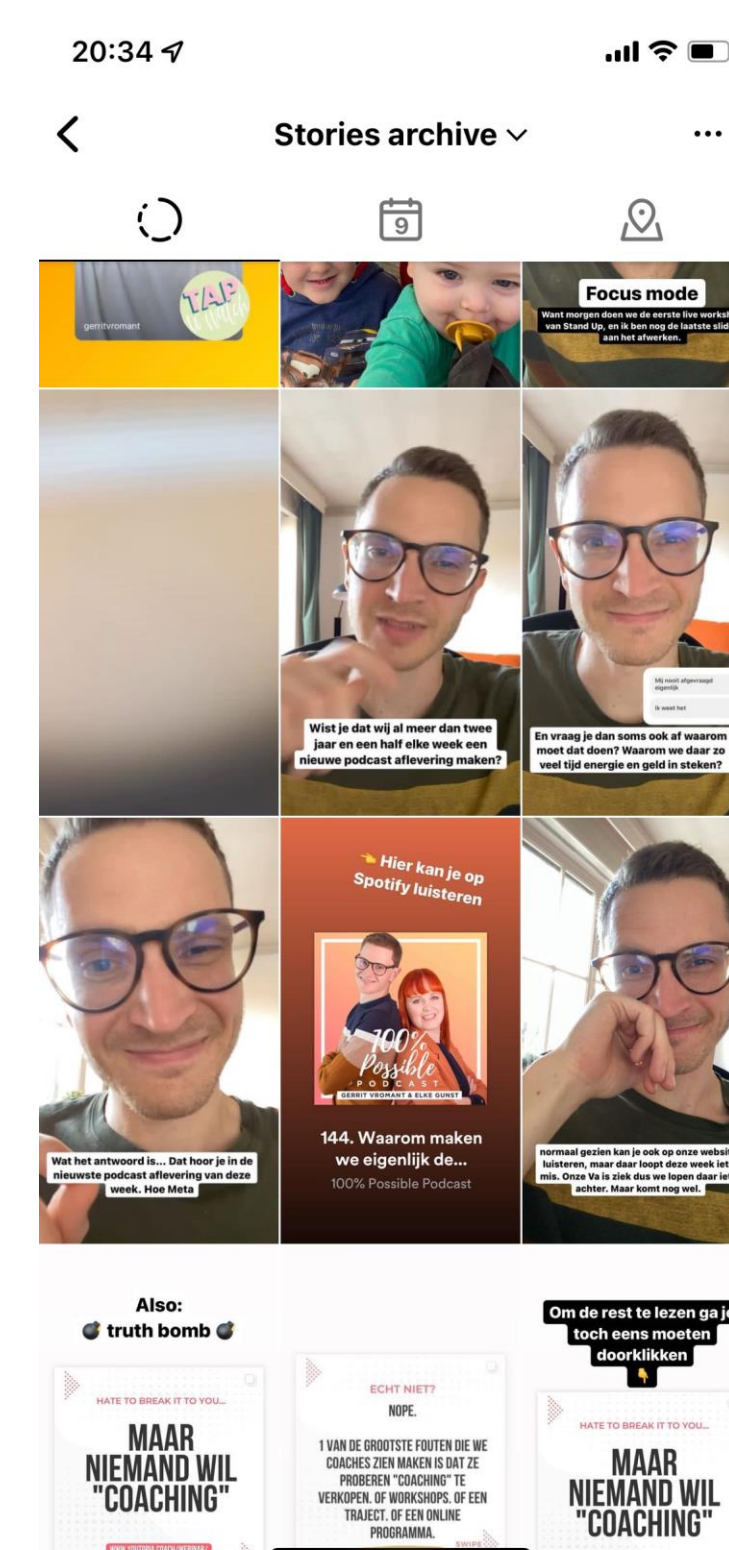
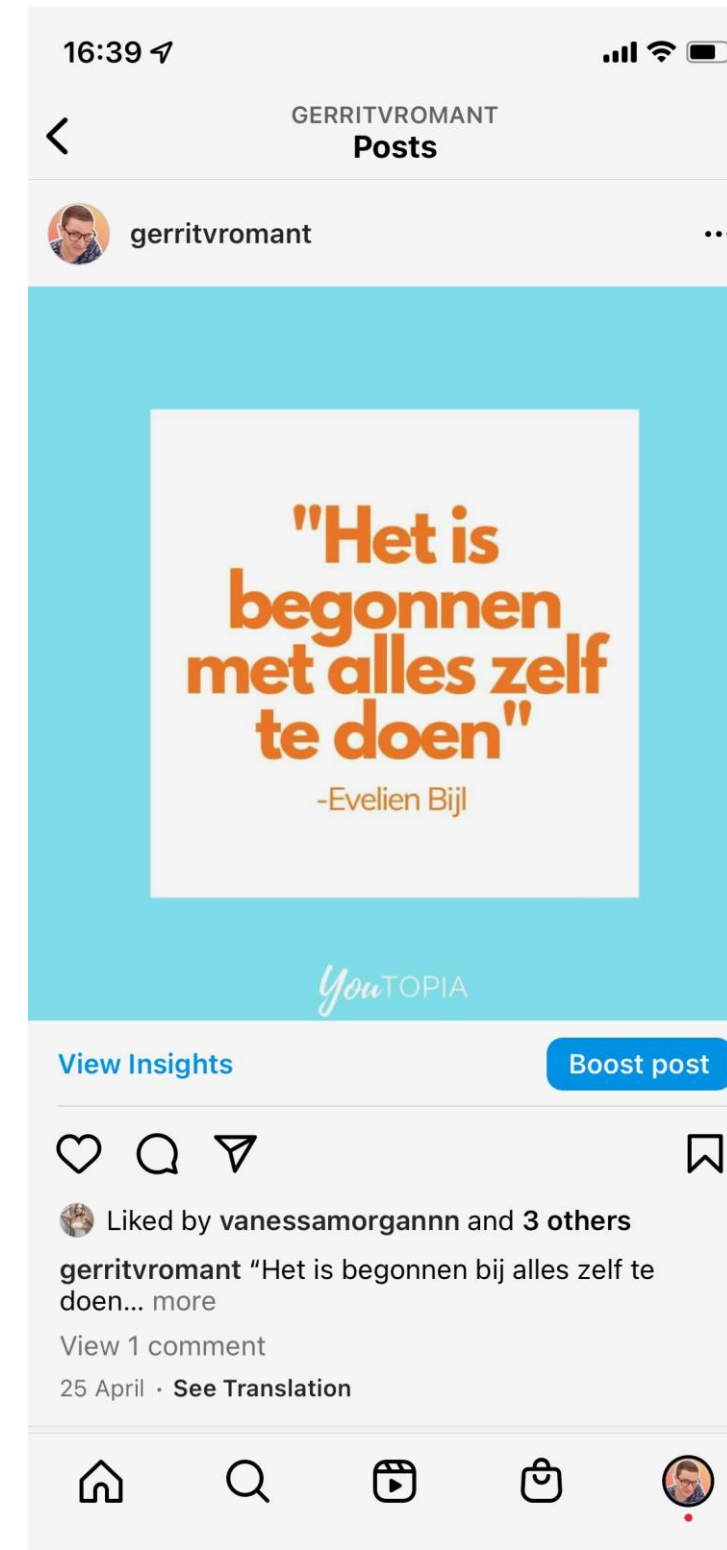
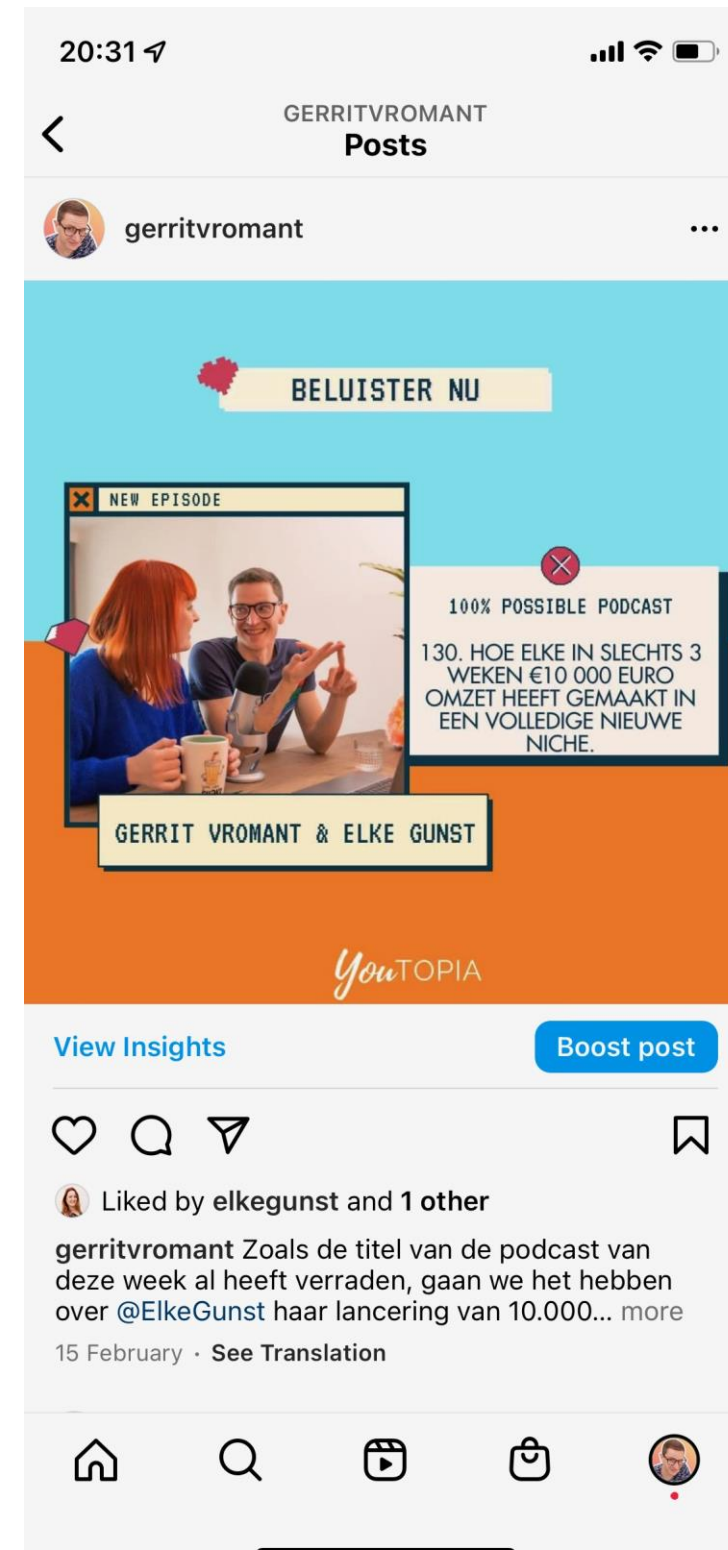
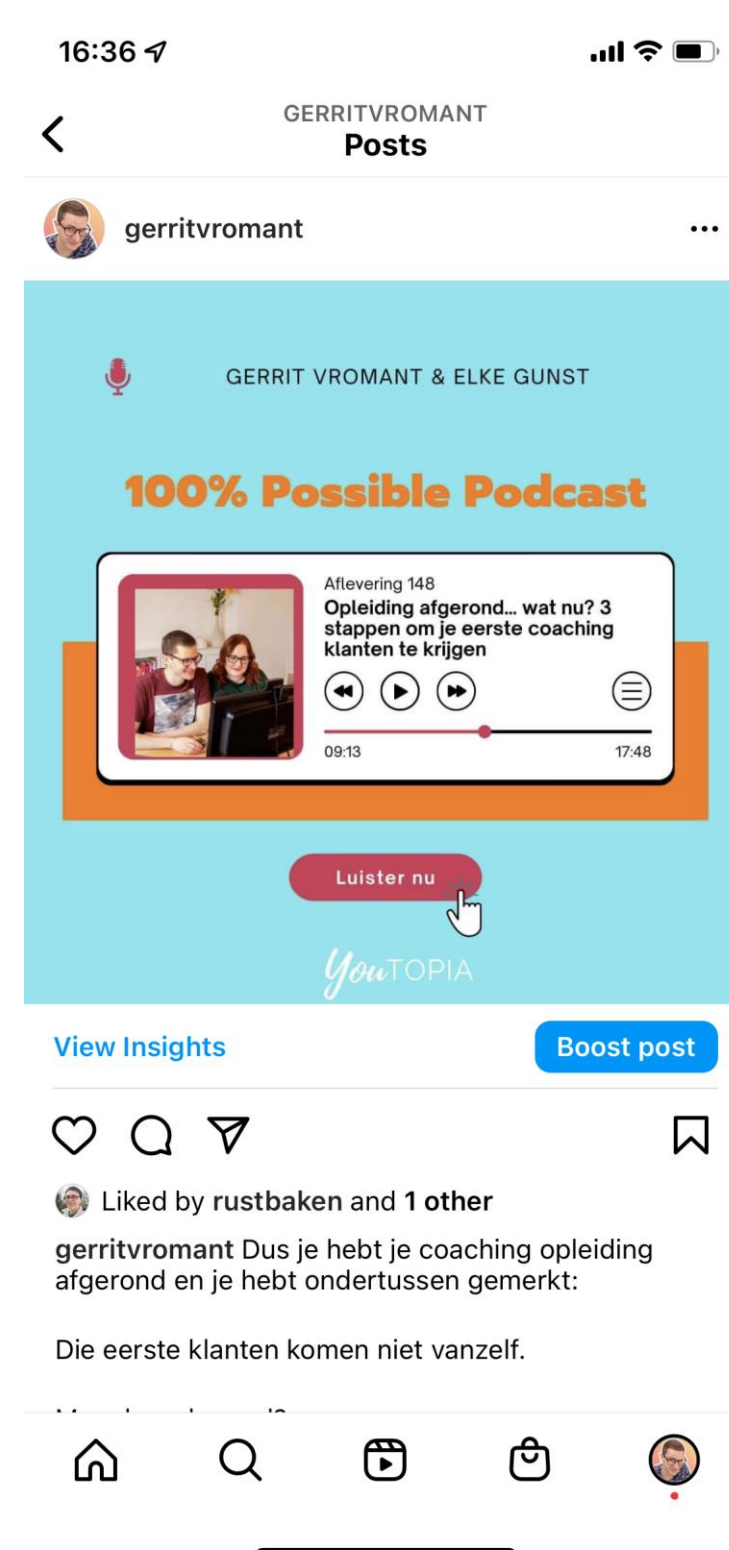
OPDRACHT:

Schrijf een mail over het Primary Content stuk dat je net maakte

SOCIALS

Berichten naar wie je volgt op social media

Socials



Socials

- Doel: verlangen creëren voor primary content en ze laten klikken
- Afbeelding / video = trekt de eerste aandacht en doet tekst lezen
- Inhoud:
 - Binnenkomer ("meer lezen")
 - Inhoud
 - CTA: zo klikbaar mogelijk: IG Feed: link in bio @mention, IG Stories: link sticker, FB: Link, LI: Link in post zelf
- Trend: "snackable" → minder lange caption, meer carousel en video (Reels, Tiktok)
- Tip: die Stories kan je ook op voorhand opnemen en zelfs in draft zetten

Socials

- 3 x Social media posts (instagram, facebook of linkedin)
 - 1 x afbeelding: aankondiging, quote, storyteaching, teaching ... (+ Story)
 - 1 x Carousel: StoryTeaching, teaching, ... (+ Story)
 - 1 x video / reel: StoryTeaching, teaching, fragment uit primary content ... (+ Story)

OPDRACHT:

Schrijf 3 social media posts over
deze primary content

VISUALS / VIDEO

Visuals & Video

Keep It Simple: Design, foto van jezelf, video

- Design: gebruik Canva templates en pas aan naar jouw kleuren
- Foto's: smartphone fotografie masterclass - waarom zijn visuals belangrijk?
- Video's: fragment (Buzzsprout, Headliner), opnemen,

ZO WORDT JE CONTENT OOK
GEZIEN

(inplannen & publiceren)

Inplannen & publiceren

- Batchen
- Inplannen
- Tools: smarterqueue, facebook studio manager, native apps



MERCI

***Now go out there and make some
impact.***

~ Gerrit Vromant

*You*TOPIA