

ONLINE CURSUS  
**GELD  
VERDIENEN  
MET  
SCHRIJVEN**

**LES 1**





# ZORG VOOR EEN FANTASTISCH IDEE

**COPYRIGHT © 2018 YVONNE MOL, RIJEN**

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt worden in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opname, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

## ZORG VOOR EEN FANTASTISCH IDEE

Deze eerste les gaat over het bepalen van je schrijfidee, ofwel het **nadenken over de basis van je boek**. Veel beginnende schrijvers onderschatten het belang van het idee achter het verhaal. Enthousiast als ze zijn, gaan ze geïnspireerd aan de slag zonder precies te weten wát ze willen vertellen. Dat kan natuurlijk goed uitpakken, maar meestal doet het dat niet.

Als je vergeet om eerst te beslissen waar je boek over gaat, kan je project al mislukt zijn voordat je een letter op papier hebt gezet. Dat klinkt niet zo hoopgevend, maar andersom geldt net zo goed: **kies je bewust voor een fantastisch idee, dan vergroot je jouw kans van slagen enorm**.

De kern van deze les is daarom: besluit waarover je gaat schrijven vóóordat je pen het papier raakt en voordat je je computer hebt opgestart. Hiermee bedoel ik niet dat je precies moet weten hoe het verhaal zal gaan, welke personages erin voorkomen, welke anekdotes je precies uiteen zult zetten en welke onderwerpen achtereenvolgens allemaal aan bod zullen komen, nee, ik bedoel dat de **achterliggende boodschap** helder in je hoofd moet zitten. Waar schrijf je echt over? Welke levensvisie verkondig jij met je tekst? Welk standpunt werk je uit? Wat is je boodschap?

**Schrijf met waarde**. Kies voor een fantastisch in plaats van een middelmatig idee, want met een middelmatig idee kun je geen fantastisch boek schrijven. Of je nu fictie schrijft of non-fictie, voor alles geldt dat het achterliggende idee je tekst kan maken of breken. Heb je geen duidelijk achterliggend idee, dan mis je de fundering voor je verdere schrijfproject.

## DE KRACHT VAN EEN FANTASTISCH IDEE

Begin altijd met een **groots idee**. Het kiezen voor een fantastisch idee is de belangrijkste stap die je kunt zetten in het schrijftraject. Zonder fantastisch idee krijg je geen succes. Hoe hard je ook werkt aan de uitwerking ervan, hoeveel energie je steekt in de verkoop van je boek en hoeveel lezers je ook weet te bereiken... als je idee niet supergoed is, zal het succes beperkt blijven.

### **Succesvolle boeken zijn altijd gestoeld op een fantastisch idee!**

We gaan het verderop in de cursus hebben over je podium, je platform en je publiek. Je zult zien dat je voor een deel je lezers zelf kunt verzamelen, zelfs als je idee middelmatig is. Maar wil je echt succesvol worden met wat je schrijft, dan is er iets wat nog belangrijker is dan het bouwen van je eigen podium, namelijk mond-tot-mond-reclame. **Als mensen over je product gaan praten, neemt de magie het over** en krijg je vanzelf fans. Je eerste lezers worden als het ware de ambassadeurs die jouw boodschap verder de wereld in helpen.

Je wilt bereiken dat mensen over jouw boek gaan praten. Daar ligt de sleutel tot echt succes!

### **Wanneer praten mensen over jouw boek?**

Als het fantastisch is, als het waarde heeft voor de lezer. Daarom is het kiezen voor een fantastisch idee de belangrijkste stap die je kunt zetten. Verzin van tevoren precies wat jouw boodschap is en verpak die boodschap zo aantrekkelijk mogelijk. Mensen gaan pas praten over je boodschap als die op een originele en vooral pakkende manier wordt verwoord.



Een idee moet blijven hangen in het hoofd van je lezers én het moet makkelijk te delen zijn. Mensen moeten erover **willen en kunnen** praten. Dat zorgt voor het perfecte marketinginstrument, namelijk eentje waar je uiteindelijk zelf niets meer voor hoeft te doen: **mond-tot-mond-reclame**.

Al vóór het schrijven zul je dus rekening moeten houden met marketing. Ken je het principe '**What's in it for me?**'. Iedere consument stelt zich continu de vraag: wat heb ik eraan, wat voor voordeel brengt het mij, wat levert het mij op?

Niemand, behalve je beste vriend(in) en je moeder misschien, koopt jouw boek om jou een plezier te doen. Je zult dus waarde moeten leveren. Dit geldt voor fictie en non-fictie, voor zelfhulpboeken en memoires, voor alles wat je schrijft!

### **Een klein idee verkoopt klein, een groots idee vindt gretig aftrek!**

Dus hoe enthousiast je zelf ook bent over jouw idee, toch is het goed om er eens met een objectieve en kritische blik naar te kijken. Zullen lezers straks net zo enthousiast zijn als jij en zullen zij jouw boek willen kopen en lezen? Het creëren van een fantastisch boek begint niet met het schrijven zelf, het begint met denken, met het vinden van jouw fantastische idee.

# WAT ZIJN DE INGREDIËNTEN VOOR EEN FANTASTISCH IDEE?

Hoewel fantastische ideeën niet voor het oprapen liggen, zijn er zeker wel wat handvatten te geven.

## 1. Kies een thema dat zich al heeft bewezen

Wij schrijvers zijn geneigd om te zoeken naar een uniek idee. Toch is het juist niet zo slim om aan de slag te gaan met een onderwerp waarover nog niet eerder is geschreven. Grote kans dat zo'n onderwerp helemaal niet interessant is voor de meeste mensen, anders was er allang over geschreven. Schrijf niet voor een niet-bestaande markt, want dan wordt het verkopen van je boek erg lastig.

En tja, er zijn nou eenmaal thema's die hebben bewezen dat ze succesvol zijn, ideeën die er iedere keer opnieuw weer in slagen om lezers te boeien. Waarom zou je daar geen gebruik van maken?

## 2. Voeg er iets verrassends aan toe

Richt je pijlen dus gerust op bestaande onderwerpen en vraagstukken, maar doe de uitvoering net even anders; voeg iets verrassends en eigens toe. Neem iets wat we allemaal kennen en verbind dat aan een idee dat er nog niet eerder aan gekoppeld was.

### 3. Bepaal voor wie je schrijft

Dit is een strategische vraag: schrijf je voor jezelf of schrijf je voor een publiek? Als het goed is, wil je van je zolderkamer af komen en schrijven voor een publiek. Dat betekent dat je - al voordat je daadwerkelijk gaat schrijven - moet bepalen wie jouw ideale lezer is.

Voor wie schrijf je? Het maakt bijvoorbeeld nogal verschil of je voor kinderen schrijft of voor volwassenen. Dat klinkt logisch, toch zie ik vaak dat schrijvers zogenaamd een verhaal schrijven voor een bepaalde doelgroep, maar deze doelgroep niet bereiken met de manier waarop ze hun verhaal uitwerken. Laat idee en doelgroep op elkaar aansluiten!

### 4. Weet waarvoor je schrijft

Schrijf je voor je eigen plezier of wil je waarde creëren voor je publiek? Wat wil je bereiken met je verhaal? Wil je mensen amuseren en aan het lachen krijgen? Of wil je ze aan het denken zetten en bijdragen aan hun persoonlijke ontwikkeling? Wil je een taboe onder de aandacht brengen om het te kunnen doorbreken?

Waar schrijf je voor? Wat is het doel van je boek? Wat moet je tekst doen met de lezer?



## HOE VERZIN JE ZELF EEN FANTASTISCH IDEE?

Een fantastisch idee verzin je meestal niet van het ene op het andere moment. De meeste ideeën die in je opkomen, zijn waarschijnlijk helemaal (nog) niet zo fantastisch. Dat is niet erg, dat is zelfs prima.

**Ga niet op zoek naar een fantastisch idee, maar wees in plaats daarvan nieuwsgierig naar de wereld om je heen.**

Het beste startpunt voor een fantastisch idee is namelijk jouw eigen nieuwsgierigheid. Als je belangstelling voor iets hebt, wakker die interesse dan aan: lees boeken en artikelen over het onderwerp, maak aantekeningen, verzamel informatie die jou aanspreekt. Ook al weet je nog niet wat je ermee zult gaan doen, **koester je natuurlijke nieuwsgierigheid.**

De natuurlijke belangstelling die je voor een onderwerp hebt, is zowel bij fictie als bij non-fictie een mooie basis voor een fantastisch idee. Je zult immers nog lange tijd bezig zijn met het onderwerp, dus als je oprecht geïnteresseerd bent in alles wat ermee te maken heeft, heb je meer kans dat je het schrijven straks volhoudt.

Heb je een idee dat veel anderen ook hebben? Dan is het moeilijk om je te onderscheiden van de rest. Heb je een idee waar niemand op zit te wachten? Stop dan en kom met een nieuw idee. Er zijn betere verhalen om te vertellen, dus doe jezelf een plezier en schrijf iets waar toekomst in zit.

Heb je zoveel ideeën dat je niet kunt kiezen, waardoor geen enkel idee echt de kans krijgt om geschreven te worden? Op zich is het goed om veel ideeën te hebben, maar begrijp dat lang niet alle ideeën ook goede ideeën zijn.



Ga er even rustig voor zitten en selecteer de fantastische ideeën. Laat de rest los. Geloof me, je wilt alleen schrijven aan fantastische ideeën.

Heb je juist weinig ideeën, pas dan op dat je niet te gehecht raakt aan ieder idee dat je krijgt. Blijf eerlijk over de kwaliteit van je idee: is het echt de moeite van het schrijven waard?

## **Inspiratie nodig?**

### **Zoek hier eens naar nieuwe ideeën:**

- Je eigen frustraties vormen een bron van nieuwe ideeën. Waar maak jij je druk om? Hoe zou je jouw frustratie op kunnen lossen?
- Ook frustraties van anderen kunnen je op weg helpen. Wat zie je om je heen? Hoe zou je anderen kunnen helpen bij het oplossen van hun frustraties?
- Of kies een boek waar je van houdt en neem het als voorbeeld, maar voeg er jouw eigen unieke waarde aan toe. Er is niks mis mee als je iets bestaands als uitgangspunt neemt, zolang je er iets nieuws aan toevoegt en er dus een nieuw product van maakt.
- Of beeld je in dat je iemand anders bent, bijvoorbeeld iemand die iedere nacht onder een brug moet slapen. Hoe zou dat voelen? En als het twintig graden vriest? Tegen welke problemen zou je aanlopen? Hoe zou je je situatie kunnen verbeteren? Je verbeelding gebruiken is een interessante manier om aan een fantastisch idee te komen. De mogelijkheden zijn letterlijk eindeloos!

# LAAT JE IDEE GROEIEN!

Goed, stel dat je een idee hebt waarvan je vindt dat je het met de wereld moet delen. Dan is het tijd om dat idee te laten groeien tot een fantastisch idee.

De volgende drie vragen kunnen je daarbij helpen:

- 1. Waar gaat mijn tekst over?**
- 2. Welk probleem behandel ik?**
- 3. Wat is mijn boodschap / standpunt?**

Het beantwoorden van deze drie vragen is een effectieve manier om jouw idee 'groter' te maken. Neem je verhaallijn of onderwerp als uitgangspunt en zoek naar het universele thema erachter. Kies een probleem waar veel mensen tegenaan lopen. Maak je idee groter door het algemener te maken.

## **Waar gaat je verhaal echt over?**

- Hoop? Je verhaal kan ons vertellen dat er altijd hoop is.
- Kracht / moed? Misschien laat je zien dat mensen sterker zijn dan we denken.
- De waarheid? De waarheid overwint altijd... of niet?
- Richting? Welke weg wijs je ons met je tekst?
- Hogere macht? Welke betekenis heeft een willekeurige reeks gebeurtenissen?

- Vergankelijkheid? Het leven vliegt voorbij. Wat betekent dat?
- Eigen pad? Stimuleert je verhaal de lezer om zijn eigen weg te gaan?
- Innerlijk versus uiterlijk? Waar gaat het echt om in het leven?
- Dromen? Kunnen dromen uitkomen? Hoe zorg je daarvoor?
- Magie? Hoe ga je om met iets wat je niet kunt bevatten?
- Authenticiteit? Wat als je helemaal jezelf zou zijn?
- Nieuw gezichtspunt? Biedt jouw verhaal een nieuwe invalshoek?
- Doorzettingsvermogen? Wat gebeurt er als we nooit opgeven?
- Eenheid? Zijn we eigenlijk allemaal wel zo verschillend?
- (...)

Deze lijst is niet uitputtend, ik wil hier alleen wat voorbeelden geven zodat je weet wat ik bedoel met een universeel thema. Natuurlijk zijn er veel meer universele thema's, denk alleen al aan de liefde. Hoeveel verhalen zijn er niet over de liefde geschreven?

**Koppel een universeel thema aan jouw eigen boodschap en je maakt er misschien wel een fantastisch idee van!**



## HOE WEET JE OF JOUW IDEE FANTASTISCH GENOEG IS OM ER GELD MEE TE VERDIENEN?

Het eerlijke antwoord? Dat weet je niet. Nou ja, dat weet je pas nadat je je eerste **feedback** hebt ontvangen. Zolang het idee alleen nog maar in jouw eigen hoofd zit, of in de la van je bureau ligt, weet je nooit of jouw idee gaat werken.

**Gooi je idee daarom zo snel mogelijk voor de leeuwen.** Wacht niet tot je het helemaal hebt uitgewerkt en je bloed zweet en tranen erin zitten, want als je achteraf pas ontdekt dat je idee minder fantastisch blijkt dan je dacht, is dat extra vervelend. Test je idee voordat je vol aan de slag gaat.

Begin in je nabije omgeving: kies een paar mensen die je vertrouwt en waarvan je weet dat ze eerlijk zullen zijn. Leg je idee voor en vraag simpelweg: **'Denk je dat dit een interessant idee is? Is het mijn tijd en energie waard?'**

Je zult er tijdens zo'n gesprek misschien achter komen dat je het idee voor jezelf nog niet helemaal helder hebt. Nadenken over iets is heel anders dan erover moeten praten. Merk je dat je moeite hebt om het idee goed uit te leggen, goed te 'verkopen', dan is dat een teken dat je nog even terug moet naar de tekentafel.

Heb je je idee duidelijk uiteengezet en aarzelen de mensen met wie je erover spreekt openlijk over het belang ervan, vraag dan of er iets is wat je **toe zou kunnen voegen** of **veranderen** waarmee het idee meer waarde krijgt.

Roept je idee telkens bezwaren op of merk je dat mensen moeite hebben om er enthousiast over te worden, stel jezelf dan de vraag of deze mensen behoren tot de **doelgroep** die je met je idee wilt bereiken. Als dat zo is, dan is het verstandig nog eens serieus te overwegen of je je kostbare tijd en aandacht aan dit specifieke idee moet gaan besteden.

**Let op:** laat je niet te snel ontmoedigen door een negatieve reactie; misschien is je idee fantastisch, maar heeft die ander simpelweg geen vertrouwen in zoiets onzekers als het schrijverschap. In zo'n geval staat de negatieve reactie los van je idee.

**Krijg je oprecht positieve reacties?** Krijg je te horen dat je een goed idee hebt en dat je het zo snel mogelijk uit moet gaan werken? Vraag dan meteen aan diezelfde mensen of ze jouw boek/product zouden **kopen** als het in de winkel lag. Het voelt misschien wat opdringerig om dat rechtstreeks te vragen, maar het is wel een belangrijke vraag. Je moet erachter zien te komen, of ze daadwerkelijk geld over zouden hebben voor jouw idee. Enthousiast reageren is makkelijk en aardig, maar je wilt weten of je idee marktwaarde heeft.

**Een idee hoeft niet volmaakt te zijn, maar het moet wel resoneren met je publiek.** Mensen moeten er uiteindelijk over willen gaan praten, weet je nog?

**Test je idee, kijk eerst of er belangstelling voor is, voordat je je er volledig in onderdompelt.**

