

ONLINE CURSUS
**GELD
VERDIENEN
MET
SCHRIJVEN**

LES 3





EFFECTIEF SCHRIJVEN

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.

BEN JIJ EEN GOEDE SCHRIJVER?

Je hebt het je ongetwijfeld weleens afgevraagd: schrijf ik goed genoeg? Als je voor jezelf een toekomst ziet als schrijver lijkt dit een belangrijke vraag, maar is dat eigenlijk wel zo?

Ik wil je graag laten zien dat je deze vraag het best kunt vergeten. Er is namelijk een veel betere vraag, die iedere schrijver zich zou moeten stellen. Een vraag waarmee je praktisch uit de voeten kunt en waarmee je gericht kunt gaan werken aan succes.

Wat maakt iemand een goede schrijver?

Ik weet het niet. Nee heus, ik zou het niet weten. Sterker nog: het maakt me niet uit of iemand een goede schrijver is of niet, dat heeft voor mij weinig waarde. Als ik boeken ga halen in de bibliotheek zoek ik niet specifiek naar een goede schrijver, maar naar een schrijver wiens boeken ik graag lees. Dat is iets heel anders en het één hoeft niets te maken te hebben met het ander.

Of jij een goede schrijver bent, zullen we nooit weten. Of ik een goede schrijver ben, valt evenmin te achterhalen. Maar het goede nieuws is: **het doet er ook niet toe**. De beoordeling of iemand een goede schrijver is, is namelijk altijd subjectief. Altijd.

Het is een kwestie van smaak, iedereen heeft een ander idee over wat een schrijver 'goed' maakt. Meningën over kwaliteit variëren sterk, afhankelijk van de persoon aan wie je het vraagt. Kies maar eens een willekeurige 'goede' schrijver; ik weet zeker dat diegene zowel bejubeld als bekritiseerd wordt.

Zelfs de meest succesvolle schrijvers van dit moment kunnen het lang niet alleen maar goed doen in de ogen van lezers en recensenten. Ze hebben zowel fans als vijanden.

J.K. Rowling wordt er bijvoorbeeld vaak van beschuldigd teveel
bijkomende naamwoorden te gebruiken en gruwelijk obscene verhalen te
schrijven.


Stephen King is volgens veel mensen te langdradig, te plastisch en te plat.
Zijn taalgebruik wordt verre van literair genoemd en dat is in de
schrijverswereld uiteraard geen compliment.

Paula Hawkins, vooral bekend van *Het meisje in de trein*, gebruikt
zogezegd 'ergerlijke plottechnische kunstgrepen' en maakt zich regelmatig
schuldig aan mistige omschrijvingen.

Tja. Dat kan.

Toch zijn ze ongekend succesvol. Ze maken de wereld mooier voor de
vele mensen die met liefde hun verhalen verslinden. Maakt het dan uit of
ze kwalificeren als 'goede schrijvers'?





Niemand kan een passende definitie formuleren van het begrip literatuur. Er is nog nooit iemand geweest die de kenmerken van literair werk zo goed en allesomvattend kon omschrijven dat iedereen het erover eens was dat die definitie inderdaad kan bepalen of een werk literair is.

Zo is het toch ook bij schrijvers? **Of iemand een goede schrijver is, kan simpelweg niet worden bepaald.** Het etiket 'goed' of 'slecht' is niets anders dan iemands mening.

Waarom zouden we ons dan druk maken over de vraag of we goede schrijvers zijn?

Stel jezelf de juiste vraag!

Wat we wel kunnen meten, is of iemand **effectief** schrijft. Een schrijver die duidelijk communiceert, een heldere boodschap heeft en zich richt tot een specifieke doelgroep, waardoor die doelgroep reageert op wat hij heeft geschreven, die schrijft effectief.

Als een schrijver een relatie weet op te bouwen met zijn lezers, als zijn boodschap aankomt en gehoord wordt door precies die groep mensen waarvoor zijn boodschap bedoeld is, dan zet hij met zijn tekst iets in beweging. Die beweging kan eruit bestaan dat hij zijn lezers laat lachen, laat nadenken of een bepaalde actie laat verrichten, zoals het kopen van zijn boeken!

Stel jezelf daarom vanaf nu de juiste vraag. Het is zonde van je tijd om je zorgen te maken of je een goede schrijver bent. Richt je voortaan liever op de vraag hoe je een effectieve schrijver kunt worden!

ZO WORD JE EEN EFFECTIEVE(RE) SCHRIJVER

Het fijne van deze benadering is dat je daadwerkelijk kunt **meten** of je tekst effectief is. Hoewel het dus moeilijk is om te ontdekken hoe je een goede schrijver wordt (als dat überhaupt kan), is het eenvoudig om te meten **hoe effectief je schrijft**. En dat meten, dat doe je door jezelf de juiste vragen te stellen.

Speciaal voor de schrijvers die met mij het 1-op-1-coachingstraject 'Schrijf en Verkoop je Boek' doorlopen, heb ik een **routekaart** ontwikkeld om super-effectief te leren schrijven.

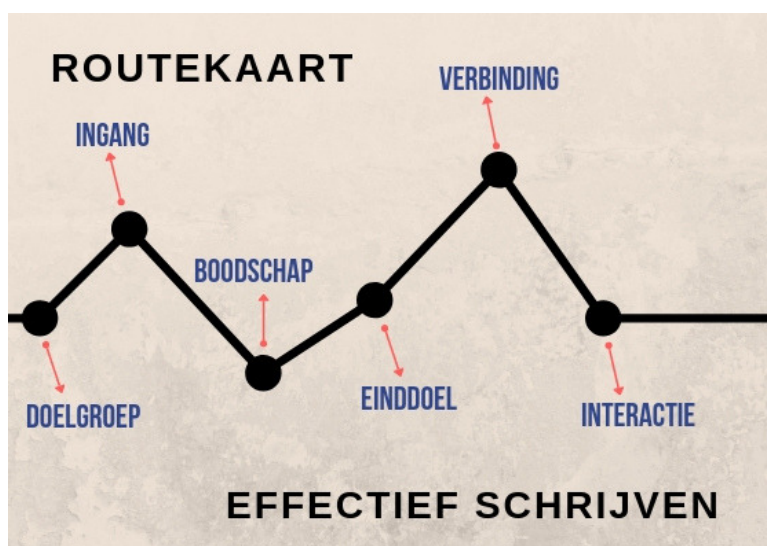
Ik deel deze routekaart nu met jou, zodat je ziet dat effectief schrijven een kwestie is van het zetten van de juiste stappen. En, nog belangrijker, zodat jij ontdekt wat er **in jouw situatie** verbeterd kan worden, zodat je meteen **doelgericht aan de slag** kunt.

In deze routekaart heb ik niet alleen mijn eigen ervaringen opgenomen, maar ook de knelpunten en oplossingen van de schrijvers die ik de afgelopen jaren mocht coachen.

De routekaart leert je om effectief te schrijven.

Effectief schrijven leidt tot succes.

Zo simpel is het.



Misschien denk je nu: ik wil me hier helemaal niet mee bezig houden, schrijven is een creatief proces, ik wil tijdens het schrijven niet denken aan marketing of verkoop, ik schrijf vanuit een innerlijke drang, niet vanuit commerciële overwegingen.

Dat snap ik en ik sta er precies zo in. Ook ik schrijf omdat ik niet anders kan, omdat ik verhalen in me heb die er gewoonweg uit moeten. Schrijven is voor mij absoluut een innerlijk proces dat los staat van succes en verkoop. Altijd!

Maar

Als je iets waardevols schrijft dan wil je dat met zoveel mogelijk mensen delen. Als je een mooi inzicht hebt verworven, wil je anderen daar ook mee verrijken. En als je een aangrijpend verhaal hebt weten op te schrijven, dan gun je je lezers diezelfde ervaring. Toch?

Daarom wil je dat jouw teksten niet alleen van jou blijven, maar dat ze communiceren met duizenden lezers. Als je de wereld een stukje mooier wilt maken met wat je schrijft, dan wil je dus gelezen worden.

Door effectief te schrijven, voeg je meer waarde toe aan deze wereld, simpelweg omdat je meer mensen bereikt met wat je maakt. Doordat je genoeg aandacht besteedt aan de interactie met de buitenwereld kun je meer betekenen voor anderen.

En

Als mensen fan worden van wat jij schrijft, kopen ze jouw boek. Dan betalen ze voor het werk dat je hebt verricht. Als je eenmaal geld verdient met schrijven, wordt het een stuk makkelijker om tijd en aandacht te blijven besteden aan het schrijven.

Effectief schrijven is marketing

Zodra je betaald wordt voor wat je hebt geschreven, voel je je een echte schrijver. Ik heb dat zelf meegemaakt en ik zie dat bij de schrijvers die ik begeleid. Het doet iets met je als jouw werk wordt gewaardeerd en beloond.

Effectief schrijven is marketing, maar wel een heel liefdevolle vorm van marketing.

Je streeft naar heldere en toegankelijke teksten die communiceren met je lezers, met als doel om **zoveel mogelijk waarde** te leveren aan je lezers. Je maakt **echte connectie** met je lezers en voorziet in een behoefte, daarmee help je je lezers.

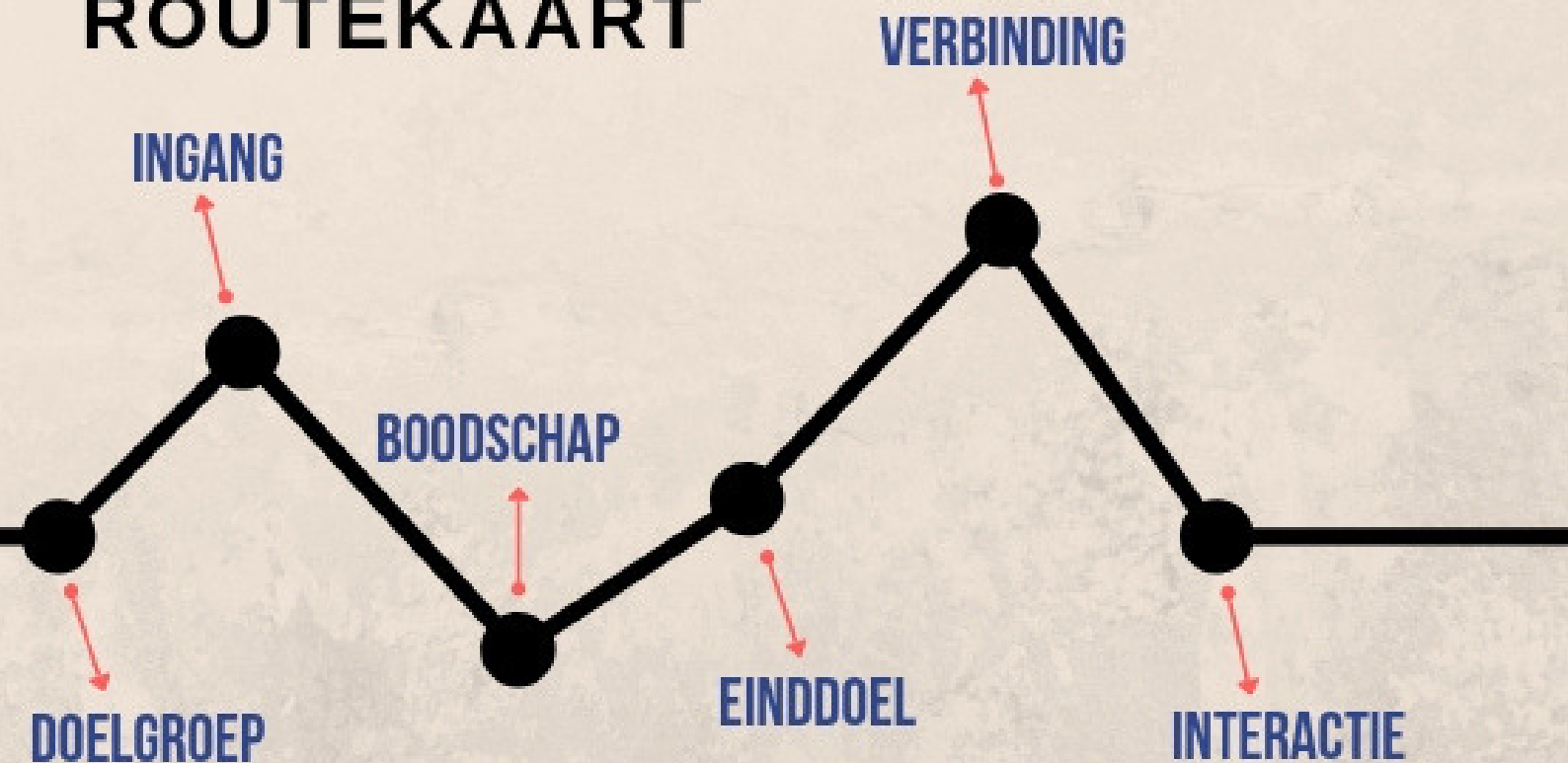
Dat is de marketingstrategie achter effectief schrijven: je schrijft niet als bezigheidstherapie, maar omdat je door zoveel mogelijk fans gelezen wilt worden. En als jij waarde levert, is er niks mis mee dat mensen voor die waarde willen betalen.

Effectief schrijven is een **absolute voorwaarde** als je waarde wilt bieden aan je lezers en als je structureel geld wilt verdienen met schrijven,

Daarom laat ik je nu kennismaken met de **Routekaart Effectief Schrijven**. Het is een krachtige strategie die zijn bruikbaarheid heeft bewezen aan mijzelf, maar zeker ook aan mijn opdrachtgevers en de schrijvers die ik coach.

In de volgende paragraaf leg ik de werking van de routekaart uit en vertel ik hoe je deze strategie het beste kunt toepassen.

ROUTEKAART



EFFECTIEF SCHRIJVEN

Dit zijn de zes vragen die je jezelf moet stellen als je zo effectief mogelijk wilt schrijven:

1. Doelgroep: voor wie is de tekst bedoeld?
2. Ingang: hoe bereik je die doelgroep?
3. Boodschap: wat is je boodschap?
4. Einddoel: wat is het doel van de tekst?
5. Verbinding: komt je boodschap over op je lezers?
6. Interactie: reageren de lezers?

TOELICHTING ROUTEKAART

1. Doelgroep: voor wie is de tekst bedoeld?

Schrijf gericht voor een vooraf bepaalde doelgroep. Weet jij precies wie je wilt bereiken?

Onderschat deze stap niet. Sommige schrijvers schrijven niet voor een doelgroep en denken: ik zie vanzelf wie zich aangesproken voelt en wie niet. Wees slimmer en zorg dat je weet wie jouw ideale lezer is.

Als je schrijft voor iedereen, dan schrijf je voor niemand.

Bepaal heel specifiek wie je met je tekst wilt aanspreken. Maak een profielschets van je ideale lezer. Schrijf elke zin met die ideale lezer in je achterhoofd.

Weet voor jezelf precies wie jouw ideale lezer is en vul zoveel mogelijk persoonlijke kenmerken in:

- leeftijd
- geslacht
- woonplaats
- beroep / functie
- opleidingsniveau
- inkomen
- getrouwd / single / kinderen?
- hobby's
- problemen, grootste droom / verlangen
- etc...

Let op: kies geen bestaand persoon, zeker niet iemand die je persoonlijk kent, daarmee censureer je jezelf ongewild. Je moet wel compromisloos kunnen blijven schrijven!

2. Ingang: hoe bereik je die doelgroep?

Waar en hoe kun je jouw ideale lezer het best bereiken? Welk middel is hiervoor het meest geschikt? Via een boek of een e-book? Door een artikel in de krant? Op social media of via een blog?

Ga er niet vanuit dat mensen jouw teksten automatisch weten te vinden! Zorg dat je zichtbaar bent, door het juiste middel voor jouw doelgroep te benutten.

3. Boodschap: wat is je boodschap?

Welke boodschap wil je de wereld meegeven? Denk hierbij aan wat ik schreef over je fantastische idee. Welke waarde bied je aan je lezers? Waar gaat je verhaal echt over? (zie les 1)

4. Einddoel: wat is het doel van de tekst?

Begin met je einddoel voor ogen. Wat wil je met je verhaal bereiken? Wil je mensen in beweging brengen? Wil je ze vanuit een andere invalshoek naar een onderwerp laten kijken? Wil je ze laten lachen of juist helpen bij het verwerken van verdriet? Wil je ze informeren of inspireren en aanmoedigen om bepaalde acties te ondernemen?

Wat je einddoel ook is, zorg dat je het helder voor ogen hebt tijdens het (her)schrijven. Als je je doel niet kent, kun je het resultaat niet meten!

5. **Verbinding: Komt je boodschap over op je lezers?**

Communiceer je helder? Is het voor de lezers duidelijk wat je probeert te zeggen? Of draai je om je boodschap heen?

Als de lezers niet volledig begrijpen wat je bedoelt, komt je boodschap niet goed over. En als je tekst geen duidelijke boodschap heeft, wordt het moeilijk om echte connectie te krijgen met je lezers.

Lezers willen meegenomen worden in jouw denkproces. Missen ze een belangrijke schakel in dat denkproces, dan haken ze af.

6. **Interactie: reageren de lezers?**

Krijg je de reacties die je voor ogen had? Komen je lezers in beweging? Sturen ze een bedankmail of reageren ze op jouw vragen? Vertellen ze waarom jouw boek zoveel waarde voor ze heeft?

Aan de reacties - of het uitblijven ervan - meet je de effectiviteit van je tekst. Als mensen een connectie hebben gevoeld tijdens het lezen, dan willen ze echt contact met jou. Ze zullen een mail sturen of reageren op een vraag die je stelde, ze willen je volgen op social media of zich inschrijven voor je nieuwsbrief.

Zodra lezers contact met je zoeken, weet je dat je effectief schrijft.



ZO GEBRUIK JE DE ROUTEKAART

De routekaart op weg naar een effectieve - en dus succesvolle - tekst bevat zes stappen. De ene stap is niet belangrijker dan de andere; alleen als ze allemaal soepel samenwerken, heb je een echt effectieve tekst geschreven.

• Geef een cijfer (van 1 tot 10) aan elke stap van de routekaart

1. Weet je voor wie je precies schrijft?
2. Gebruik je het beste middel om die ideale lezer te bereiken?
3. Heb je een duidelijke boodschap?
4. Hoe helder heb jij het einddoel voor ogen?
5. Communiceer je helder?
6. Reageren je lezers op wat je schrijft?

• Wat is je sterkste punt?

Je weet nu wat goed gaat, wees daar trots op.

• Wat is je zwakste punt?

Pak tegelijkertijd onmiddellijk je zwakste punt van dit moment aan, want daarmee kun je zo snel mogelijk het meeste resultaat behalen.

Concentreer je op dit deel van de routekaart totdat het geen knelpunt meer is op weg naar een succesvol schrijverschap.

• Begin nu weer vooraan

Heb je jouw belangrijkste knelpunt opgelost? Pak de routekaart er dan opnieuw bij en bepaal waar **nu** je beperking zit.

Werk zo telkens aan jouw belangrijkste knelpunt, dan bereik je de beste resultaten in een zo kort mogelijke tijd.

DIT IS MIJN GEHEIM

De Routekaart Effectief Schrijven is een uitermate krachtige strategie om een succesvollere schrijver te worden. Ik heb deze in de loop van de jaren zelf ontwikkeld, het is als het ware mijn geheim. Het is een marketingstrategie, maar absoluut geen opdringerige. Het is **marketing vanuit liefde** voor het schrijven en liefde voor de lezer.

Telkens opnieuw bewijst de strategie zijn kracht

Ik zie continu hoe tobbende schrijvers veranderen in effectieve schrijvers en daardoor plotseling een sterke connectie met hun publiek opbouwen. De waarde die al die tijd in hen zat, komt door deze routekaart duidelijk naar buiten en resoneert met anderen. Door effectiever te gaan schrijven, verspreiden deze schrijvers op een heel natuurlijk wijze hun waarde.

Ik ben er best trots op dat ik deze strategie nu met jou mag delen. Hopelijk ga je serieus hiermee aan de slag, zodat ook jij kunt ervaren hoeveel kracht er in deze eenvoudige stappen schuilt.

En... ik zou het erg tof vinden als je jouw ervaringen met me wilt delen!

Stuur me gerust een mail en vertel me wat de routekaart jou heeft gebracht.

Niet alleen de succesverhalen zijn welkom, ook als je ergens mee worstelt, hoor ik graag jouw verhaal!

Je kunt me bereiken via **info@yvonnemol.nl**

Alle reacties zijn welkom, ik kijk uit naar jouw bericht!

En nu aan de slag, jij... ;-)