

ONLINE CURSUS  
**GELD  
VERDIENEN  
MET  
SCHRIJVEN**

**LES 6**





# **BOUW EEN PLATFORM**

**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.



## VAN ZOLDERKAMER NAAR SCHIJNWERPERS

Achteraf bezien, weet ik precies op welk moment mijn schrijfcarrière echt begon. Als ik terugkijk op het hele proces - van droom naar resultaat - kan ik het omslagpunt duidelijk aanwijzen.

Eén nieuwe gewoonte, één verandering was cruciaal in het traject 'van-zolderkamerschrijver-naar-professioneel-schrijver'. Zonder deze stap zou schrijven nooit mijn beroep zijn geworden. En andersom geldt ook: had ik deze stap eerder gezet, dan zou ik het proces enorm hebben versneld.

**Mijn schrijfcarrière begon op het moment dat ik mijn werk durfde te delen met de buitenwereld.**

Dat is alles.

Op een dag was ik het beu om constant een droom te voelen knagen en tegelijk de tijd te zien verstrijken. Nog diezelfde dag begroef ik alle excuses die me van het delen van mijn werk hadden afgehouden en noemde ik mezelf voor het eerst hardop schrijver.

Die moedige dag zette als vanzelf de rest van het traject in gang. Het begon voorzichtig, met het delen van een verhaaltje hier en daar. Ik vroeg mensen om hun mening en luisterde naar hun feedback. De ene keer was men lovend, de andere keer behoorlijk kritisch.

Maar weet je? Hoe waardevol feedback ook is, **de echte waarde lag in het delen zelf**. In het naar buiten treden als schrijver en het laten zien wat ik had gemaakt. Dat was nieuw voor me, dat was spannend maar het opende wel mijn ogen.

De gedachte - de reële mogelijkheid - dat anderen zouden lezen wat ik schreef, zorgde ervoor dat ik op een frisse manier naar mijn teksten ging kijken. Wat is mijn boodschap? Dwaal ik niet teveel af? Is het duidelijk? Kan de structuur beter?

Ondanks de schrijfcursussen die ik had gevolgd en alle schrijfboeken die ik had gelezen, leerde ik nu pas echt schrijven. Ik merkte wat wél resoneerde met lezers en wat niet. En ik leerde om te begrijpen hoe dat kwam, wat ik kon doen om voortaan al mijn teksten te laten werken.

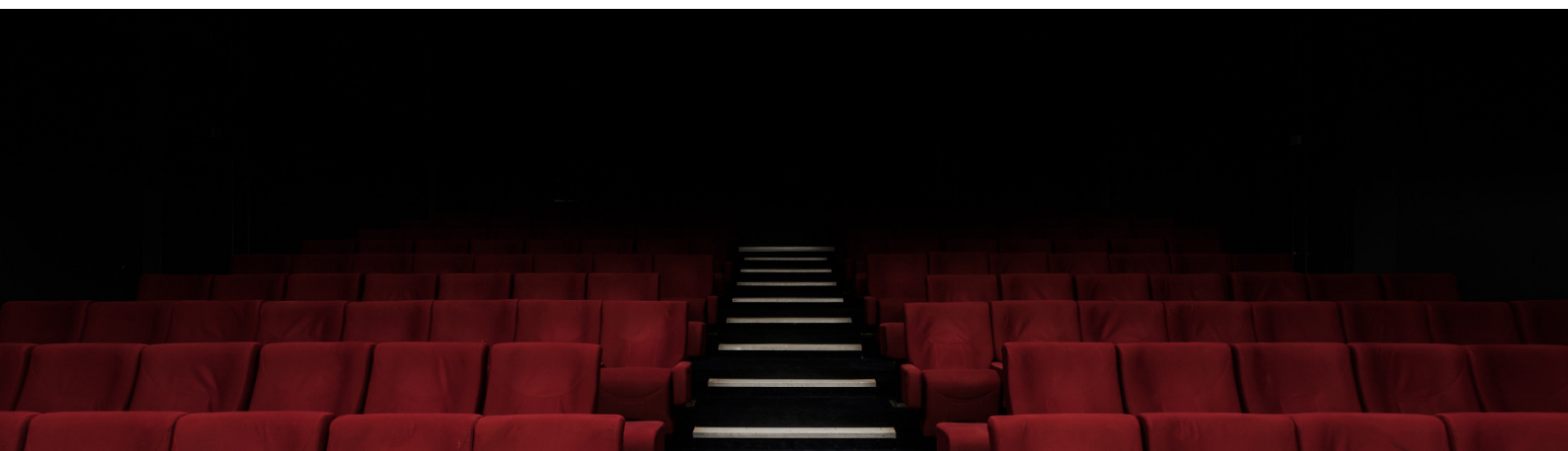
### **Je wordt pas een schrijver als je publiek hebt.**

Zo, ik heb het gezegd.

Je leert pas echt schrijven als je werk gelezen wordt.

En dus kun je niet vroeg genoeg beginnen met het delen van je werk. Begrijp me goed: ik pleit er niet voor om eerste versies of nog ruwe teksten zo snel mogelijk aan anderen te laten lezen. Natuurlijk deel je alleen je serieuze resultaten.

Wat ik bedoel, is dat je na je eerste versie niet snel genoeg van je zolderkamer af kunt komen. Blijf oefenen, maar doe dat gerust in de buitenlucht! Benut je lezers om nóg beter te worden.



## BOUW JE PODIUM!

Als je geld wilt verdienen met schrijven, moeten mensen weten dat je bestaat. Uit zichzelf zullen lezers jouw teksten niet snel vinden, jij moet de wereld helpen bij het ontdekken van jouw werk.

Dit betekent dat je vanaf nu veel teksten zult moeten schrijven en deze met zoveel mogelijk mensen moet gaan delen. Als je gevonden wilt worden, moet je jezelf zichtbaar maken.

Deel je teksten, iedere dag, met heel de wereld. Hierdoor word je niet alleen nog beter in wat je doet, maar bouw je ook langzaam je eigen podium. Mensen die jouw teksten willen lezen, die trouwe fans worden, zijn ontzettend waardevol. Zij vormen het platform waar je straks jouw boek aan kunt verkopen.

### Hoe zorg je dat je een platform krijgt voor je schrijfsels?

Als je met jouw fantastische idee iets waardevols hebt gemaakt, dan wil je ook dat zoveel mogelijk mensen je boodschap horen. Internet biedt voor schrijvers een prachtig podium. Je kunt als schrijver niet zonder blog en social media, deze podia vormen samen de kern van je marketingstrategie.

In les 7 van deze cursus gaan we het hebben over het opbouwen van een **e-maillijst**. Deze lijst is straks je belangrijkste instrument voor zakelijk succes!

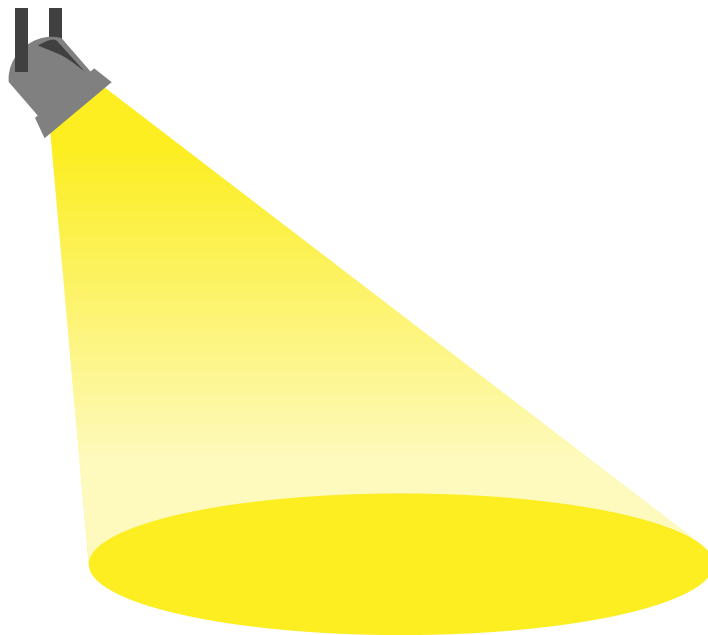
Om zo'n lijst met waardevolle e-mailadressen te kunnen verzamelen, zul je mensen eerst moeten **aantrekken**. Om lezers aan te kunnen trekken, is het zaak om **zichtbaar** te zijn. Zichtbaarheid krijg je via een blog en sociale media.

---

Maar alleen zichtbaarheid is niet genoeg, je zult ook **echte connectie** moeten maken met je lezers. Op die manier wennen je lezers eraan dat ze iets moois terugkrijgen als ze interactie aangaan met jou. Ze leren erop te vertrouwen dat ze van jou gerust iets kunnen kopen, omdat ze weten dat jij altijd waarde levert.

Je merkt het, we zitten opeens middenin het zakelijke marketingdeel. Maar marketing vanuit liefde voor de lezers en het schrijven, is niet koud en afstandelijk. Het is niet vervelend, maar juist een ontzettend leuk proces!

Je bouwt aan een podium terwijl je doet waar je zo van houdt: schrijven. Marketing voor schrijvers betekent dat je contact krijgt met je lezers en dat is hartstikke tof!



# START EEN BLOG!

Marketing is dus vooral een kwestie van **aantrekkingskracht creëren**, **zichtbaar zijn** en **connectie maken**. Een blog is bij uitstek geschikt hiervoor. Het kost even wat tijd om zo'n blog op te zetten, maar daarna kun je er jaren mee vooruit. Zodra je de weg een beetje weet, wordt bloggen alsmaar makkelijker en leuker.

Een eigen blog is dé manier om een publiek op te bouwen. Daarnaast helpt het je ook om te wennen aan het afronden en loslaten van je teksten, het krijgen van feedback en het schrijven met een deadline in je achterhoofd.

Via een blog en met behulp van sociale media kun je jezelf vindbaar maken. Het is belangrijk dat je jezelf durft te laten zien. Wees niet bang om teveel informatie prijs te geven over je fantastische idee, het is nu vooral belangrijk om mensen enthousiast te krijgen voor dat idee.

## ZO BEGIN JE EEN BLOG - 14 TIPS

### 1. Bedenk wat voor soort blog je wilt

Ga je over één specifiek onderwerp schrijven, wil je je verhalen delen, schrijven over het schrijverschap of wordt het toch een lifestyle blog? Denk terug aan je platform-persoonlijkheid. Ben jij een profeet, een artiest, een journalist, een ster of een professor? Richt je blog in naar je persoonlijkheid.

### 2. Bepaal je doelgroep

Voor wie schrijf je je blog? Laat je blog zo nauw mogelijk aansluiten bij het fantastische idee dat je aan het uitwerken bent, anders trek je misschien een publiek naar je toe dat straks geen belangstelling heeft voor je werk.

### **3. Kies (en claim) een naam en domeinnaam**

Ik raad je aan om een eigen domeinnaam te gebruiken voor je blog. Dit geeft veel meer vrijheid dan bloggen onder een gratis service zoals Blogger.com. Natuurlijk hangt er wel een prijskaartje aan een eigen website, dus weeg af wat voor jou de beste optie is.

### **4. Installeer WordPress**

Heb je voor een eigen domein gekozen, dan is WordPress een handige manier om snel een mooie site te maken. Er zijn veel handleidingen te vinden op internet voor het installeren en gebruiken van WordPress. Veel host-aanbieders zetten het desgevraagd voor je op jouw domein.

### **5. Richt je blog in**

WordPress heeft keuze uit een heleboel sjablonen waarmee je in een handomdraai een blog kunt maken die bij jou past. Personaliseer je website en neus even rond in vergelijkbare blogs om te zien wat je er allemaal op wilt hebben. Customize je blog met plugins.

### **6. Ga schrijven!**

Begin met bloggen. Wacht daar niet mee tot je voelt dat je er klaar voor bent, want je zult merken dat je bloggen echt gaandeweg pas leert. Start dus gewoon.

### **7. Houd het simpel**

Liever een eenvoudige lay-out en eenvoudig taalgebruik, dan een drukke achtergrond en moeilijke zinnen. Lezen vanaf een scherm is nou eenmaal anders dan het lezen van een boek. Maak het aantrekkelijk voor de lezer.



## 8. Post 1x per week

Schrijf regelmatig en vul je blog met nieuwe content. Post minimaal één keer per week op een vast moment. Schrijf unieke en waardevolle content.

## 9. Vraag bekenden om zich aan te melden

Leg alvast een lijstje aan met e-mailadressen van mensen wie je wekelijks een link naar je nieuwe blogbericht mag sturen. Dat helpt je om consistent te presteren.

## 10. Heb geduld

Je zult merken dat het aantrekken van lezers tijd nodig heeft. Houd moed, schrijf rustig door en wees realistisch. Het opbouwen van een podium gaat niet snel, dus focus vooral op het plezier dat bloggen brengt.

## 11. Gebruik afbeeldingen

Zet foto's en andere afbeeldingen bij je blogposts. Natuurlijk gebruik je alleen beeld dat je ook echt mag gebruiken. Op [stocksnap.io](https://stocksnap.io) en [pexels.com](https://pexels.com) vind je bijvoorbeeld gratis stockfoto's die je zonder verdere voorwaarden mag gebruiken.

## 12. Reageer

Krijg je een reactie van een lezer? Reageer altijd en wacht daar niet te lang mee. Interactie is precies wat je wilt, dus koester ieder bericht.



### 13. Maak links naar andere pagina's

Als mensen je blog eenmaal hebben gevonden, wil je ze zo lang mogelijk op je website houden. Zorg voor een linkje naar een ander bericht onderaan iedere post, of voeg een widget toe met 'meest gelezen/populaire posts'.

### 14. Laat jezelf zien

Blog ook eens over jezelf, laat je lezers weten wie je bent. Zet een foto van jezelf op de website.

### 15. Start een mailinglijst!

Zorg dat nieuwe lezers zich in kunnen schrijven voor je nieuwsbrief. Plaats een inschrijfformulier op een duidelijke plaats op je website en schrijf daar een wervende tekst bij.





## HOE SCHRIJF JE AANTREKKELIJKE CONTENT VOOR JE BLOG?

Internet is een vluchtig medium. Dat mensen op je website terechtkomen, geeft geenszins de garantie dat ze daadwerkelijk je content zullen lezen. Gelukkig zijn er wat trucs om lezers op je blog te houden.

Zie bloggen gerust als een vorm van copywriting; je schrijft immers om iets te bewerkstelligen. Je wilt dat lezers hun e-mailadres achterlaten, zodat je ze voortaan een nieuwsbrief kunt sturen. Met een nieuwsbrief houd je de lezers dicht bij je en dat is belangrijk.

Want denk hier maar eens over na: hoeveel websites, waar je spontaan op terechtkwam na een zoekterm in een zoekmachine, bezocht je vaker dan één keer? Niet veel, waarschijnlijk.

Je wilt aantrekkelijke content schrijven, zodat je vaste lezers krijgt. Je blogt dus met een doel: je wilt **e-mailadressen verzamelen!**

Met een e-mailadres heb je een zeer krachtig middel in handen om lezers op een liefdevolle manier aan je te binden, zodat ze terug blijven komen naar jouw website.

Daarvoor moet je wel eerst de aandacht van die verse lezers vast weten te houden. Als ze niet meteen zien dat jij van waarde voor ze bent, zullen ze je blogberichten niet lezen en dat is een gemiste kans voor jullie allebei.

Ik schreef het al eerder: iedere zin heeft één belangrijk doel, namelijk dat de volgende zin ook gelezen wordt. Dat geldt zeker bij bloggen, waar afleiding maar één klik verwijderd is.

Wat is de eerste zin die bezoekers te zien krijgen? Juist: de titel van je blogpost. **De titel is de ambassadeur van je bericht.** Zonder pakkende titel zullen mensen nooit de moeite nemen om je artikel te lezen.

### **Schrijf altijd eerst je titel!**

Begin je aan een nieuwe blogpost? Formuleer eerst een onweerstaanbare titel. Maak van die titel een belofte aan je lezers, laat weten wat ze zullen krijgen in ruil voor hun waardevolle tijd. Krachtige titels zijn cruciaal, dus wees slim en focus altijd eerst op de titel.

Niemand wordt geboren als supergetalenteerde titelbedenker, maar het schrijven van krachtige titels kun je zeker leren!

### **Stel jezelf de volgende vragen:**

- Welke beloning belooft de titel aan mijn lezers?
- Welke specifieke informatie kan ik toevoegen aan de titel om lezers nog nieuwsgieriger te maken?
- Speel ik in op bepaalde emoties die de lezer waarschijnlijk voelt bij het onderwerp?
- Is de titel nuttig? Geeft deze goed aan waar de tekst over gaat?
- Kan ik het verrassender formuleren dan ik nu doe?
- Past de toon van de titel bij mijn doelgroep?

## ENKELE VOORBEELDEN VAN ONWEERSTAANBARE TITELS:



### EINDELIJK! HET ANTWOORD OP [...]

Deze titel geeft heel concreet de inhoud van het artikel weer en doet een duidelijke belofte.

### ZO SCHRIJF JE IN 6 STAPPEN EEN ONWEERSTAANBARE TITEL!

Een cijfer doet het altijd goed: 6 stappen, 8 Manieren, 3 tips... Ook hier weet je als lezer precies wat je zult krijgen.

### HOE IK EEN HEKEL KREEG AAN SCHRIJVEN

Hiermee speel je in op de emoties die schrijvers voelen bij dit onderwerp, plus je belooft een persoonlijk verhaal.

### HERKEN JIJ DE VIER TEKENEN VAN HOGE BLOEDDRUK?

Mensen houden ervan om zich te kunnen voorbereiden op problemen.

### WAAROM SOMMIGE MENSEN WÈL SUCCESVOLLE SCHRIJVERS WORDEN...

Deze titel belooft een inzicht in succes. Let op: zorg dat je dat inzicht vervolgens daadwerkelijk geeft. Kom je beloftes altijd na, anders verliezen lezers snel hun vertrouwen in je.

### **DOE JIJ DIT OOK? STOP MET [...]**

Herkenbaarheid kan mensen naar je tekst toe leiden.

### **UITSTELGEDRAG: ZO KOM JE ER VANAF!**

Wie heeft er nou geen last van uitstelgedrag? Deze titel belooft de oplossing.

### **GOUDEN TICKET NAAR EEN BLIJ LEVEN - KEN JIJ HET GEHEIM AL?**

Met deze formulering is het bijna onmogelijk om niet op de link te klikken, want wat als iedereen het geheim straks kent, behalve jij?

### **BOUW JE PODIUM EN VERKOOP JE BOEK!**

De gebiedende wijs kan een krachtige titel opleveren. Een voorwaarde is natuurlijk wel dat het onderwerp uit de titel precies aansluit bij je publiek.



Oké, ik kan me voorstellen dat je vindt dat dergelijke titels nogal schreeuwerig overkomen, dat ze oppervlakkig en nep zijn. Ze maken gebruik van **een trucje**. Misschien vind je het helemaal niet leuk om op die manier te moeten schrijven.

Zo voelde ik dat in het begin tenminste wel. Totdat ik het uitprobeerde en merkte dat ze **wel degelijk effect** hadden. De artikelen met onweerstaanbare titels werden vele malen beter gelezen dan die met een gewone titel. Ook reageerden lezers massaal op die teksten.

Dat, terwijl ik in het verleden ontzettend waardevolle content had gemaakt, waar nauwelijks notie van werd genomen. Mensen namen niet de moeite om die prachtige inhoud te consumeren, simpelweg omdat **de verpakking** niet klopte.

Ik heb me, na die onmiskenbare resultaten, over mijn bezwaren heen gezet en de gewoonte ontwikkeld om onweerstaanbare titels te schrijven.

Het gaat me om de inhoud van mijn artikelen. **Ik heb een boodschap en daarom wil ik dat mijn teksten gelezen worden!** Als er een commerciële titel voor nodig is om lezers naar de inhoud te kunnen begeleiden, dan is dat maar zo.

Voel je dus niet bezwaard om lezers met je titel in te pakken. Het is voor hun eigen bestwil, want anders lopen ze jouw waardevolle content mis.

Schrijf een magnetiserende titel, maar maak altijd waar wat je in die titel belooft!

## HOE PROFITEER JE VAN SOCIALE MEDIA?

Ik zeg het nog maar een keer: marketing voor schrijvers is vooral een kwestie van het vergroten van je **zichtbaarheid**, het creëren van **aantrekkingskracht** en het maken van **connectie**. Met deze drie elementen trek je lezers naar je toe, die vervolgens echte fans van je worden.

Een fan is iemand die:

- jouw blog volgt
- je op sociale media volgt
- reageert op je berichten
- met anderen over jou praat / je teksten aanbeveelt
- zich inschrijft voor je nieuwsbrief
- je boek koopt

Sociale media zijn zeer geschikt om zichtbaarder te worden. Maak - naast je blog - daarom gebruik van bijvoorbeeld Facebook of Instagram. Door regelmatig aanwezig te zijn op verschillende kanalen, vergroot je je zichtbaarheid.

Je wilt top of mind blijven bij je lezers, je wilt hun aandacht vast blijven houden. Dit doe je door regelmatig te posten. Daarnaast wil je echte connectie met je lezers, dus je zult waardevolle berichten moeten delen die een reactie uitlokken. Interactie is de sleutel naar een grote groep trouwe fans.

### **Schrijf waardevolle berichten**

Zorg dat je alleen berichten plaatst die nuttig of leuk zijn voor jouw ideale lezer. Voeg je echt waarde toe voor je lezer of vind je het vooral zelf belangrijk wat je schrijft?



Let er verder op dat je voor **afwisseling** zorgt. Er zijn verschillende soorten berichten die je kunt plaatsen en allemaal moeten ze zo nu en dan aan de orde komen:

### **1. Inhoud/educatie**

Je blog is een prachtige bron waaruit je kunt putten. Benut je blogcontent en schrijf er een bericht over op de sociale media.

Heb je bijvoorbeeld een blogpost gemaakt over '3 manieren om aan je boek te beginnen'? Dan kun je daar al drie verschillende berichten over maken voor op Facebook, Instagram of Twitter.

### **2. Vragen van lezers**

Schrijf regelmatig een bericht over de interactie die je hebt met je lezers. Zonder namen te noemen uiteraard, anders durft nooit meer iemand te reageren. Hiermee laat je zien dat je openstaat voor reacties en dat er meer mensen zijn die jou op waarde weten te schatten.

### **3. Achtergrondinformatie**

Schrijf af en toe een persoonlijk verhaal over hoe je werkt, welke producten je gebruikt voor het schrijven, waar je je inspiratie vandaan haalt, enzovoort.

### **4. Achter de schermen**

Dit is een nog persoonlijkere invalshoek dan bij 'achtergrondinformatie'. Maak eens een foto van jezelf als je zit te schrijven, als je een wandeling met de hond maakt of een museum bezoekt. Of vertel wat je momenteel leest, wat je hobby's zijn, waar je afgelopen week over nadacht...





## 5. Luchtig

Maak connectie met je lezers door een grappig filmpje te delen dat je tegenkwam. Laat zien wat jij leuk of indrukwekkend vindt. Met wat je deelt, laat je zien wie je bent.

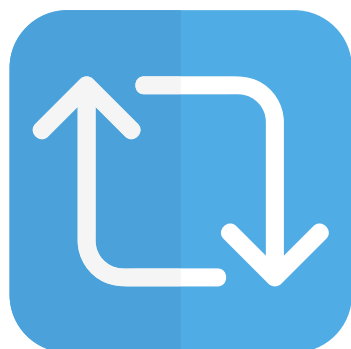
## 6. Uitnodiging

Vergeet niet om mensen te informeren over het project waar je aan werkt. Misschien mogen ze alvast een hoofdstuk lezen, in ruil voor hun mailadres? Of wijs ze nog eens op je nieuwsbrief, waarmee ze geen informatie meer hoeven te missen.

## 7. Resultaten

Wat heb je bereikt de afgelopen tijd? Heb je honderd volgers verzameld of het eerste hoofdstuk af? Heb je een proeflezer gevonden? Deel je resultaten!

Hoe je deze berichten precies afwisselt, is aan jou. Je kunt je plan gaandeweg aanpassen aan de behaalde resultaten. Bekijk waar je de meeste interactie mee bereikt, maar vergeet vooral **de inhoudelijke berichten** niet. Die zijn het fundament van je zichtbaarheid!



## ONTWIKKEL JE EIGEN MARKETINGSTRATEGIE

Met de juiste marketingstrategie hoef je niets te verkopen, omdat mensen al uit zichzelf geïnteresseerd zijn in jou en in wat je doet. Belangrijk is dat jouw fans straks vanzelf naar jou toe gaan komen.

Klopt je marketingplan, dan kunnen lezers niet wachten tot je boek af is. Dan volgen ze jouw schrijfproces op de voet en zijn ze overtuigd van de waarde van jouw product, ruim voordat je boek af is.

Klinkt goed, toch?

Helaas is het minder makkelijk dan het lijkt. Met het gigantische aanbod op internet is het een hele klus om echt zichtbaar te zijn. Je zult een **goed doordacht marketingplan** voor jezelf moeten maken en dat vervolgens ruim de tijd moeten geven. Volhouden, dus!

Wat voor een ander een goed marketingplan is, hoeft dat voor jou niet te zijn. Een marketingstrategie is afhankelijk van jouw persoonlijke omstandigheden. Probeer bij het maken van je plan om zo concreet mogelijk te zijn in de stappen die je uit zult gaan voeren.

In de volgende les gaan we hier dieper op in!