

ONLINE CURSUS
**GELD
VERDIENEN
MET
SCHRIJVEN**

LES 7





LAAT JE PLATFORM GROEIEN

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.



WERK AAN GROEI

Marketing is erop gericht om bekendheid te geven aan jou als schrijver. Als mensen niet weten dat je bestaat, zullen ze je werk niet lezen. De vorige les gaf de eerste aanzet tot het bouwen van je podium, maar marketing stopt niet zodra je een blog hebt en de sociale media benut. Sterker nog, marketing stopt nooit.

Je kunt er dus beter van begin af aan een goede gewoonte van maken om op vaste tijden aandacht te besteden aan jouw persoonlijke marketing. Daarmee blijf je continu werken aan groei; marketing verstevigt het platform waaraan je je werk kunt aanbieden.

De beste marketingstrategie voor schrijvers? Een e-maillijst!

Als schrijver heb je een e-maillijst nodig met e-mailadressen van mensen die belangstelling hebben voor jouw werk. Wil je schrijven voor een publiek en streef je naar verkoop van 1.000 of meer exemplaren van je boek, dan is zo'n e-maillijst je belangrijkste troef.

De eerste vraag die een uitgever zal stellen als je je manuscript opstuurt, is: 'hoeveel mensen heb je op je e-maillijst?' Iedere uitgever kent namelijk het belang van een substantiële e-maillijst en zal daaraan afmeten of je boek een commercieel succes kan worden.

Daarnaast laat je met zo'n lijst zien dat je kaas hebt gegeten van marketing. Uitgevers besteden geen of nauwelijks budget aan het promoten van werk dat door onbekende auteurs is geschreven. Ook als je boek op de traditionele manier wordt uitgegeven, zal de promotie dus voor een flink deel van jouzelf afhangen.

Heb je zelf al een aardige e-maillijst opgebouwd als je bij de uitgever aanklopt, dan is dat voor de uitgever een teken dat je het commerciële belang van je werk inziet. Plus dat je begrijpt hoe je de promotie van je boek aan moet pakken.

Hiermee verklein je het risico voor zo'n uitgever, waardoor men eerder geneigd zal zijn met je in zee te gaan.

Onthoud dus dat een e-maillijst een ontzettend krachtig middel is voor een schrijver om uiteindelijk kopers te krijgen voor zijn boek. De hoeveelheid bezoekers die je met je blog aantrekt of het aantal volgers op Facebook zijn leuke bijkomstigheden, maar veel minder relevant als het aankomt op het succes van je boek.

De kracht van een e-maillijst

Ik merk het zelf dagelijks, bij mezelf en bij de schrijvers die ik coach: echte interactie met lezers ontstaat op het moment dat je ze een e-mail stuurt. Op andere platforms zoals mijn website, blog en sociale media krijg ik slechts sporadisch een reactie, maar stuur ik een e-mail dan reageren honderden lezers direct spontaan op wat ik schreef.

Stuur ik een link, dan klikken ze erop. Vraag ik een reactie, dan krijg ik uitgebreide verhalen toegestuurd. Stel ik een vraag, dan antwoordt het merendeel. Praat ik over een product dat ik heb gemaakt? Dan kopen ze het.

Is dat toeval, dat mijn e-mails zo'n krachtige werking hebben?

Zeker niet. Zodra mijn bericht in iemands inbox terechtkomt, tref ik diegene in zijn persoonlijke sfeer. Dat is heel anders dan het - toch wat afstandelijke en oppervlakkige - rondstruinen op Facebook of het scrollen door honderden Twitterberichten.

3 PRACHTIGE EIGENSCHAPPEN VAN E-MAIL:

- E-MAIL IS PERSOONLIJK

Als iemand een bericht ontvangt in zijn inbox is dat veel persoonlijker dan een blog of een reactie op sociale media; zelfs als het een nieuwsbrief is die aan honderden ontvangers tegelijk is verstuurd, voelt een e-mail vriendelijk en persoonlijk.

Dat komt omdat zo'n nieuwsbrief tussen de persoonlijke berichten van collega's, vrienden en familie in staat. Met een e-mail kun je als schrijver relatief makkelijk vertrouwen opbouwen bij je lezers.

Zodra lezers zich aanmelden voor mijn wekelijkse nieuwsbrief, krijg ik daarmee de eer om iedere vrijdagmiddag in hun inbox terecht te komen. Zo'n e-mail voelt als een stukje persoonlijk contact tussen mijn lezers en mij, een momentje echte interactie tussen twee bekenden. We voelen allebei de connectie die tussen ons ontstaat.

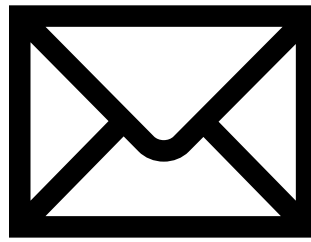
- E-MAIL WERKT RECHTSTREEKS

Met andere kanalen, zoals sociale media, zit er altijd een externe partij tussen jou en je lezer. Zo'n lezer moet eerst naar Facebook of Twitter gaan om mogelijk jouw bericht voor ogen te krijgen.

Bij e-mail komt je bericht meteen aan bij je lezers. Je bent niet afhankelijk van een extra actie die je lezers moeten verrichten om je bericht te kunnen zien. En je hebt niets van doen met het algoritme dat de sociale media hanteren. Je weet dat als je een bericht stuurt, dat het persoonlijk bij je lezers aankomt.

- E-MAIL IS PRIVÉ

Met een e-mail start je een persoonlijke conversatie met je lezers. Omdat jouw bericht in hun persoonlijke omgeving aankomt, reageren de meeste lezers ook als zichzelf. Ze kunnen veilig hun eigen ervaringen met je delen, zonder dat iemand anders meeleest. Het is een prachtige en fijne manier om echt in contact te komen met je lezers!



Via e-mail bouw je dus aan de relatie met je lezers. Geen enkel ander platform biedt schrijvers zo goed die mogelijkheid. Ook bij de schrijvers die ik coach, ontstaat de echte connectie met hun lezers via het e-mailcontact. Lezers merken gaandeweg dat interactie met jou extra waarde oplevert. Ze wennen eraan om op jouw links te klikken, je vragen te beantwoorden en uiteindelijk: jouw product te kopen.

Een e-maillijst is de sleutel tot succes

Interactie met lezers is niet alleen ontzettend tof, het is commercieel ook zeer aantrekkelijk! De meest effectieve manier om echt contact te krijgen met je lezers, is het sturen van e-mails. Daarmee hangt het zakelijke succes van jou als schrijver dus voor een groot deel af van de kwantiteit en kwaliteit van je e-maillijst. Zonder zo'n lijst wordt commercieel succes een stuk minder eenvoudig.

Werken aan groei, het uitbreiden van je platform, zou zich daarom hoofdzakelijk moeten richten op het uitbreiden van je lijst. Laat je lijst groeien met e-mailadressen van mensen die daadwerkelijk belangstelling hebben voor wat jij maakt, dan bouw je een stevig podium.

Deze les geeft je de benodigde handvatten om hiermee aan de slag te gaan.

ZO KRIJG JE EEN E-MAILLIJST

Praktisch gezien heb je een aantal zaken nodig voordat je een e-maillijst kunt gaan aanleggen:

- **Een website met inschrijfformulier**

Voordat je e-mailadressen kunt gaan verzamelen, heb je een plek nodig waar mensen hun e-mailadres kunnen achterlaten. Dit gebeurt over het algemeen via een inschrijfformulier op je website.

In de vorige les staat een stappenplan voor het maken van een blog. Als je je blog op een eigen domein maakt, kun je via je eigen website de e-mailadressen verzamelen.

Gebruik je WordPress, dan plaats je heel eenvoudig via een plugin een inschrijfformulier op je website.

- **Een e-mail marketingtool**

Er zijn tools waarmee je naar grote groepen ontvangers tegelijk een bericht kunt sturen. Ikzelf gebruik momenteel MailChimp en dat bevalt prima. Een tijdje heb ik wat aangesukkeld met allerlei plugins die via mijn website liepen, maar MailChimp vind ik zeker een aanrader: makkelijk in gebruik, veel mogelijkheden en naar mijn mening erg betrouwbaar. En tot 2.000 adressen is het helemaal gratis (2018).

Als je het inschrijfformulier van je e-mail marketingtool (zoals bijvoorbeeld MailChimp) op je website gebruikt, wordt de e-maillijst vanzelf bijgehouden. Mensen die zich aanmelden, komen automatisch op je lijst erbij. Ook afmeldingen worden automatisch verwerkt, zodat je niet per ongeluk berichten blijft sturen naar mensen die geen belangstelling (meer) hebben.

- **Toestemming**

Je mag mensen niet zomaar op je e-maillijst zetten, doe dat dus ook niet. Zodra je je nieuwsbrief stuurt aan mensen die zich niet hebben aangemeld of die geen toestemming hebben gegeven, maak je je schuldig aan spammen.

- **Een nieuwsbrief**

Mensen laten niet zomaar hun e-mailadres achter, je zult ze in ruil daarvoor iets moeten geven. Verderop in deze les gaan we dieper in op de gratis weggever waarmee je e-mailadressen kunt verzamelen, maar zolang je die weggever nog niet hebt, kun je rustig alvast een inschrijfformulier op je website plaatsen voor een wekelijkse nieuwsbrief.

Schrijf je wekelijks een nieuw blogbericht dan is dat bericht de basis voor je nieuwsbrief. Zo kun je alles rustig opstarten en toch al wat belangstellenden naar je toe trekken.



ZO LAAT JE JE PLATFORM GROEIEN

Als je de basis hebt aangelegd, kun je je platform gaan laten groeien. Dit kost tijd en moeite, maar laat je niet ontmoedigen. Het is een leuk proces waarin je gaat ervaren hoe het is om te schrijven voor een publiek. Geniet ervan en richt je op de resultaten die je behaalt.

Je zult merken dat lezers na een tijdje het gevoel hebben je te kennen. Ze gaan je mailen en hun persoonlijke ervaringen met je delen. Dat is een teken dat je een kwaliteitslijst opbouwt. En dat is wat je wilt: een lijst met echte fans! Het is niet moeilijk om op korte termijn een lijst van duizend inschrijvers te hebben, maar als nog niet de helft van die mensen jouw berichten daadwerkelijk leest, heb je kwalitatief gezien een veel kleinere lijst.

Denk maar zo: als je iedere dag twee betrokken lezers erbij krijgt, heb je over een jaar al meer dan 700 echte fans. Voel geen haast, want als je teleurgesteld raakt, is het moeilijk om door te zetten. Zet continu kleine stapjes vooruit, meer is niet nodig. Je bent voorlopig toch nog aan het schrijven aan je fantastische idee!



DE VOLGENDE TIPS HELPEN JE OM JE PLATFORM EXTRA TE LATEN GROEIEN:

1. Publiceer minimaal één keer per week een blogbericht

Wees consistent aanwezig! Ontwikkel de discipline om regelmatig te schrijven en publiceren. Post wekelijks op dezelfde dag en (ongeveer dezelfde) tijd je nieuwe blogbericht. Op die manier gaan lezers op je vertrouwen en word je top of mind. En zo vul je tegelijkertijd je blog met waardevolle content en laat je lezers kennismaken met jou en je werk.

Leg de lat niet te hoog, maar zorg wel dat je iedere week iets publiceert. Schrijf over van alles en nog wat, als het maar een link heeft met jouw fantastische idee. Richt je van begin af aan op de juiste doelgroep. Begin met korte berichten of artikelen, maar zorg dat je waarde hebt voor je lezers. Je moet de aandacht van de buitenwereld zien te trekken en dat lukt het beste als lezers iets terugkrijgen voor de tijd die ze besteden aan het lezen van jouw teksten.

2. Haal de eerste 100 aanmeldingen binnen

Nodig iedereen die je kent uit om zich aan te melden voor je nieuwsbrief. Zorg natuurlijk wel dat er eerst al wat content op je blog staat, want voor een lege website zal niemand zich aanmelden. Vertel waar je mee bezig bent, stuur een mail met uitleg naar vrienden en familie en vraag ze om je te volgen. Wees eerlijk en zeg dat je een start wilt maken met zoveel mogelijk publiek.

Praat over je blog en je fantastische idee en vraag mensen om hun e-mailadres. Stuur ze vervolgens de link naar het inschrijfformulier op je blog waar ze zich kunnen aanmelden, zo weet je zeker dat je toestemming hebt om je nieuwsbrief te mailen.

Niet iedereen zal enthousiast zijn, veel mensen zullen zich wel aanmelden terwijl ze misschien je berichten niet lezen, maar je moet ergens beginnen.

3. Stuur wekelijks een nieuwsbrief naar je volgers

Stuur iedere week op een vaste dag een nieuwsbrief naar je inschrijvers. Dit kan een korte samenvatting zijn van het nieuwe artikel dat je hebt gepubliceerd, of iets anders interessants. Zolang je er maar voor zorgt dat ook je nieuwsbrief altijd waarde heeft voor je doelgroep.

Zorg voor een call-to-action in je nieuwsbrief: geef een link of leg een vraag voor aan je lezers. Door deze kleine acties wennen ze eraan om je te vertrouwen. Als lezers merken dat iedere actie tot nóg meer waarde leidt, zullen ze straks niet aarzelen om je boek te kopen, omdat ze er vanzelf op rekenen dat je boek waardevol zal zijn.

4. Vraag mensen om je berichten te delen

Als je waarde toevoegt, zijn mensen graag bereid om je berichten te delen. Vaak zullen ze dat echter niet uit zichzelf doen. Daarom kan het geen kwaad om af en toe rechtstreeks te vragen of ze hun vrienden willen informeren over jouw blog, of een specifiek bericht willen delen op de sociale media.

5. Zorg voor een onweerstaanbare weggever

Je hebt nu zo'n 100 volgers en je bent gewend aan het wekelijks publiceren. Dit is het moment om echt de wijde wereld in te trekken. Wil je onbekenden overhalen om hun e-mailadres achter te laten, dan zul je iets waardevols moeten bieden bovenop je nieuwsbrief.

Maak een gratis 'product' dat je weggeeft in ruil voor hun e-mailadres. Denk aan een kort e-book, een pdf met een kort verhaal, een stappenplan, een video waarin je waardevolle informatie weggeeft of een podcast waarin je een eigen verhaal voorleest. Kies een product dat past bij jouw platform-persoonlijkheid en dat aansluit bij jouw fantastische idee.

Maak het niet te uitgebreid, niet te groot, maar zorg wel dat het waarde heeft voor je doelgroep.

6. Bouw je lijst uit met onbekenden

Ga naar andere community's op internet waar mensen al verzameld zijn en ga het gesprek aan via andere websites, blogs, platforms, maar ook via sociale media. Reageer op anderen, oprecht en inhoudelijk. Als mensen nieuwsgierig naar je worden, breng je ze naar jouw eigen blog.

Denk bij het uitbreiden van je platform ook aan andere mensen die op internet hun podium hebben gebouwd. Op internet zijn veel bloggers, recensenten, fora en websites te vinden die zich wellicht op dezelfde doelgroep richten als jij. Dit zijn influencers die jouw doelgroep kunnen beïnvloeden.

Maak een lijstje van de belangrijkste spelers binnen jouw branche. Deze influencers hebben veel volgers en zijn zichtbaar op verschillende platforms. Zij hebben dus een groot bereik, waardoor de verkoop van je boek een positieve impuls krijgt als zo iemand er aandacht aan besteedt.

7. Ga gastbloggen

Schrijf een artikel voor een andere website, natuurlijk in overleg met de eigenaar van die website. Schrijf over een onderwerp dat relevant is voor de bezoekers van die betreffende website, maar zorg altijd voor een link naar jouw eigen website. Liefst een link naar de landingspagina voor je weggever.

Zo laat je onbekenden kennismaken met jouw werk, jouw stem. Ook krijgt je website hiermee een hogere ranking bij Google, omdat er links op andere (relevante) sites naar jouw site verwijzen (SEO-linkbuilding).

8. Ga door totdat je 1.000 aanmeldingen hebt

Besteed veel tijd en aandacht aan het bouwen van je e-maillijst en ga door totdat je minstens 1.000 aanmeldingen hebt. Weet dit: als je een inkomen wilt verdienen met schrijven, heb je minstens 1.000 inschrijvingen nodig.



Listbuilding is een kwestie van volhouden, van doorwerken, stap voor stap je publiek binnenhalen. Het gaat niet vanzelf, maar zoals gezegd is dit gedeelte wel van groot belang om professioneel schrijver te worden en om uitgevers geïnteresseerd te laten worden in je werk.

Dit gedeelte kost tijd en energie, maar nogmaals: laat je niet ontmoedigen!

Met een onweerstaanbare gratis weggever en genoeg traffic naar je site zouden bezoekers zich moeten aanmelden. Ongeveer 3-5% van de bezoekers zou hun mailadres achter moeten laten. Gebeurt dit niet, dan is er ergens iets mis.

Kijk in dat geval nog eens kritisch naar onderstaande punten:

- Heeft je weggever echt waarde voor je doelgroep?
- Staat je weggever goed zichtbaar op je website?
- Ziet het aanmeldformulier er aantrekkelijk uit?
- Is het aanmeldformulier makkelijk te vinden?
- Ben je duidelijk in je aanbod?
- Heb je een goede landingspagina voor je weggever?

Verwacht niet dat mensen zelf op zoek zullen gaan naar een manier om je te kunnen volgen, Zet het aanmeldformulier op meerdere plekken op je website. Zet het bijvoorbeeld gerust onder ieder artikel dat je publiceert.

Maak het de bezoekers zo makkelijk mogelijk om actie te ondernemen!



TOT SLOT...

Het commerciële succes van je boek is afhankelijk van de grootte van je e-maillijst. Dit geldt als je je boek in eigen beheer uit wilt geven, maar ook als je op zoek gaat naar een traditionele uitgever. De mensen op je lijst zijn je toekomstige kopers!

Het kost tijd en energie om zo'n lijst op te bouwen, maar zie het als investering: je bent je eigen publiek aan het aantrekken.

Misschien voelt het niet altijd zo, maar het opbouwen van een gedegen e-maillijst is zeker een wezenlijk onderdeel van het traject naar een professioneel schrijverschap.

En onthoud dat je al die tijd al bezig bent met waar je van houdt: schrijven!

Houd vol, je bent bijna zover dat je de vruchten kunt gaan plukken van al je inspanningen!

Zodra je een kwalitatief goede lijst hebt met minimaal 1.000 betrokken volgers kun je je inkomen gaan verdienen met schrijven!

Les 8 laat zien hoe je de stap kunt zetten naar het professioneel schrijverschap.