



E-BOOK MARLEEN HOFTIJZER

**MEER IMPACT MAKEN
MET JE BEDRIJF**

In dit E-book leer jij alles over storytelling
en online zichtbaarheid

ONLINE ZICHTBAAR WORDEN

JOUW SOCIAL MEDIA GIDS

2020



Wat goed dat je ervoor kiest om meer kennis op te doen naar betere online zichtbaarheid.

Met deze tips zet jij je branding duidelijker neer. Jij wilt groeien met je business en je klanten te laten zien met wie ze werken, wie jij bent:

de drijvende kracht achter jouw onderneming.

In dit E-book leer je alles over de kracht van storytelling, hoe je instagram kan inzetten voor jouw bedrijf en wat het verschil is tussen bereik en impact. Maar ook geef ik je praktische fotografie tips en krijg je opdrachten mee. Ja, dat had je niet verwacht he?!

Zo, terug naar het begin: wat is storytelling eigenlijk?

Verhalen laten je verbeeldingskracht opleven. Het laat je een nieuwe kijk op de wereld zien. Laat daarom de persoonlijke kant van je bedrijf zien en vertaal deze in een verhaal.

Kortom: Stop selling, start telling!

Storytelling kan je op verschillende manieren toepassen. Vertel heel simpel je bedrijfsverhaal via social media door bijvoorbeeld de productieweg te tonen, interne nieuwtjes online te zetten of foto's te 'posten' met de look & feel van je organisatie op Instagram en Pinterest.

Over die look & feel vertel ik je straks meer.

EVEN EEN VOORBEELD

De kunst van het verhalen vertellen is al zo oud als de mensheid. Veel ondernemers beginnen over wat ze doen. Terwijl de kracht meer zit in het waarom. Daar zit de mogelijkheid om jouw bedrijf zichtbaarder te maken en te laten groeien. De reden dat ik zo graag verhalen vertel is omdat ik andere mensen graag een platform wil geven. Dat ze gezien mogen worden zonder dat ik daar een oordeel geef.



De Nijmeegse Anthony is één van de gasten uit mijn vlog [“Can I come over?”](#) Hij woont in een hut in een park. Veel voorbijgangers hebben direct het oordeel over deze dakloze jongen, maar ook Anthony heeft een verhaal. Hij vertelt over de band die hij had met zijn oma en hoe erg hij haar mist.

Tijdens het interview had ik hem kunnen vragen waarom hij niet probeert zijn leven op de rit te krijgen. Maar dat wil ik niet. Anthony heeft zijn eigen verhaal en wil dit graag delen. Erkend worden. Ik geef geen oordeel over zijn huidige situatie. Bekijk [hier](#) de vlog.

Opdracht:

Neem tien minuten de tijd om jouw bedrijfsverhaal op te schrijven. Waarom doe je wat je nu doet? Stel je bent personal trainer, waarom wil je mensen trainen? Om mensen beter in hun vel te laten zitten? Dat is mooi, maar wat is daar de reden achter?

Stel je vijf keer de waarom vraag en pas dan kom je tot de kern van je bedrijfsverhaal.

Schrijf hier in één zin je bedrijfsverhaal op.
Waarom doe je wat je doet?

EEN SUCCESVOLLE CROWDFUNDING

Zoals je misschien hebt gelezen op mijn site heb ik in het verleden een succesvolle crowdfunding afgerond. Werd ik uitgenodigd bij RTL om te praten over mijn boek en verkocht ik mijn vlog "[Can I come over?](#)" aan Omroep Gelderland. En geloof mij, dat ging echt niet vanzelfsprekend. Jarenlang heb ik gewerkt aan meer naamsbekendheid.

Als student van de kunstacademie kreeg ik elk kwartaal een opdracht: het maken van portretten, een familielid op de gevoelige plaat vastleggen of een reportage maken voor de krant. En weet je wat ik het leukste vond aan deze opdrachten? Proberen je werk te verkopen en PR aandacht te genereren. Dit ging me vaak beter af dan de opdracht zelf.

HOE KRIJG JE AANDACHT?

Zorg voor een spetterende binnenkomer!

“Twee jaar lang reisde ik de wereld rond en sliep ik bij locals thuis!”

Met deze slogan ging ik de hort op. Ik stuurde persberichten naar magazines zoals Flair, naar lokale kranten en grotere reisblogs. En toen ging het hard. Het eerste artikel kwam uit in de Gelderlander, vervolgens werd ik gebeld door Omroep Brabant met een uitnodiging om te komen praten in hun studio. De telefoon ging. 3fm. En twee weken later...RTL. En dat komt mede door een sterke binnenkomer.



HOE ZET JE STORYTELLING IN?



Als eigenaar van je bedrijf heb je elke dag zo'n miljoen dingen te doen, maar berichten plaatsen op je social media en dit beheren hoeft daar niet één van te zijn.

Er is alleen wel één voorwaarde wanneer je social media besluit in te zetten: doe het goed of doe het niet. Het oogt niet professioneel als je social media een rommeltje is, waar maar af en toe gepost wordt.

Shit, er moet nog een blog online vandaag!

Heb je jezelf dit wel eens horen zeggen? Dat je op donderdagmiddag bedenkt dat er nog een post online moet? Snel typ je de gewenste 400 woorden bij elkaar. Je plukt een foto van internet en hup je marketing is gedaan. Dan moet ik je toch echt teleurstellen. Het werkt niet en die tijd had je beter aan iets anders kunnen besteden.

Er zit namelijk geen strategie achter. Bedenk bij elke blog met welk doel je hem schrijft. Is hij gericht op "koude bezoekers?" Wil je leads eruit halen?

Ga aan de slag met een content kalender

Voor al mijn klanten werk ik met een content kalender. Dit is een jaaroverzicht waarin je blogs klaarzet. Zo kun je bijv. elke maand met een thema werken.

Goed, nog een voorbeeld, want dat werkt zo lekker. Personal trainer Tim wil zijn doelgroep bereiken met posts over krachttraining, voeding en mentale weerbaarheid. Om een goede balans te houden tussen deze drie categorieën, bedenk ik van te voren blogposts en verdeel ze over de maand.

Hoe vind je goede verhalen?

Binnen elk bedrijf zijn er mooie verhalen te vinden. Bouw een relatie op met je klanten en vraag of je hun verhaal mag gebruiken. Zo schreef ik een blog over een klant van Tim. Deze politievrouw wilde graag sterker in haar schoenen staan, mentaal en fysiek. Wekelijks hielden we haar resultaten bij op instagram, maar schreven ook over haar mentale veerkracht die groeide door het trainen.

WAAROM MOET JIJ OP INSTAGRAM?

Met meer dan één miljard wereldwijde gebruikers is Instagram een van de populairste platformen van dit moment. 200 miljoen gebruikers bezoeken dagelijks een bedrijfsprofiel op Instagram.

En we zitten met ons allen zo'n 53 minuten op het platform. Reden genoeg voor jou als ondernemer om hier professioneel mee aan de slag te gaan! Maar hoe val

je nou in vredesnaam op? En hoe krijg je meer volgers dan alleen je familie en beste vrienden? Content bestaat voor een groot deel uit foto's. Zeker op Instagram zijn beelden heel belangrijk.

Maar het gaat ook om de boodschap achter de foto. Jouw klanten zullen pas bij jou kopen wanneer ze het gevoel hebben dat ze je beginnen te leren kennen.

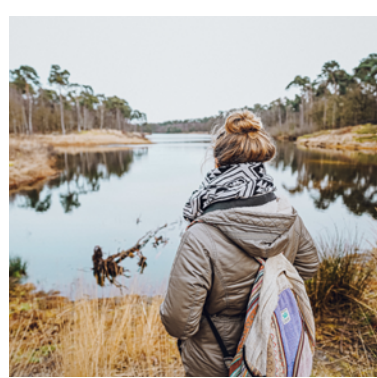
GA VAN INFORMATIE NAAR INSPIRATIE!



Bezoekers op instagram willen vooral geïnspireerd worden. Wat ik veel om mij heen hoor is dat bedrijven het moeilijk vinden om hun account te personaliseren. Voor de zzp-er of freelancer is het nog wel te doen, maar hoe pak je dit aan als er meerdere mensen in dienst zijn? Uit onderzoek van Jakob Nielsen blijkt dat mensen graag gezichten zien.

Het is dus niet verwonderlijk dat Instagram-foto's waar mensen op te zien zijn meer likes en reacties krijgen. Plaats dus selfies, laat de gezichten achter het bedrijf zien of regram foto's van Instagrammers die jouw product gebruiken. Dit laatste is sowieso een goed idee om de band met je volgers te versterken.

VIJF FOTOGRAFIE TIPS VOOR INSTAGRAM



Je neemt
geen foto

je maakt
hem

Omdat ik fotografeer, kijk ik zelf altijd eerst naar beelden. Ik kijk naar compositie, lichtval, kleur en stijl. Omdat je met je mobiel al hele mooie foto's kunt maken en je niet altijd een professional kunt inschakelen voor je socials, wil ik je ook de basistips van fotografie mee geven. Zodat je er plezier in krijgt om zowel foto's als tekst te gaan posten.

Tip 1

Mensen vinden het fijn om te weten wie je bent, dus post die selfie, deel je gezicht. Ik weet het...dat is soms spannend. Schakel eventueel een fotograaf in om te starten.

Tip 2

Gebruik het liefste een professionele camera, heb je deze niet, gebruik dan de camera van je telefoon en niet de camera vanuit Instagram. De camera op je telefoon is scherper en heeft een raster voor het maken van een rechte compositie.

Tip 3

Een goede foto is vaak nog beter met het juiste licht. Het is interessanter om naar je te kijken als je ogen goed te zien zijn en als de kleuren lekker fris zijn.

VIJF FOTOGRAFIE TIPS VOOR INSTAGRAM

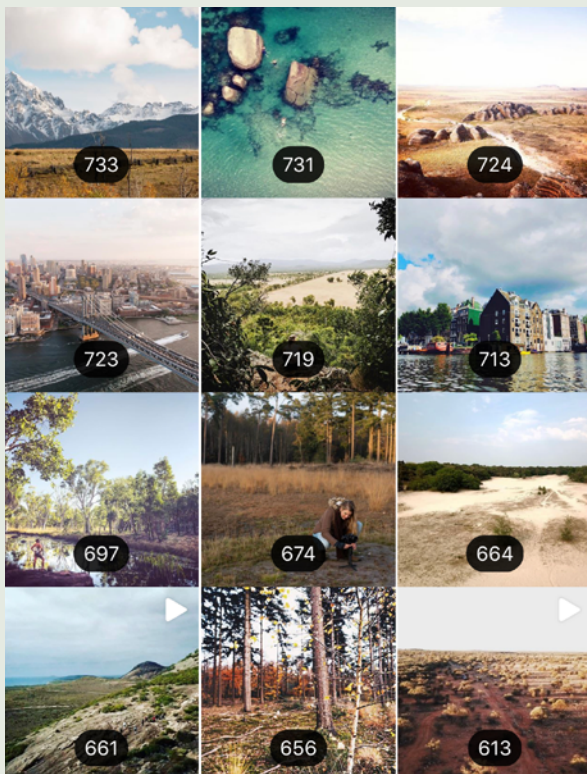
Tip 4

Gebruik je profielpagina om foto's weer te geven rondom een centraal thema in je werk en jouw stijl van fotografie. Dit kan een specifiek onderwerp zijn (zoals architectuur, reizen, eten, mode, mensen of sport) of een bepaalde stijl van fotografie (zoals zwart-wit, een filmische of minimalistische fotografie).

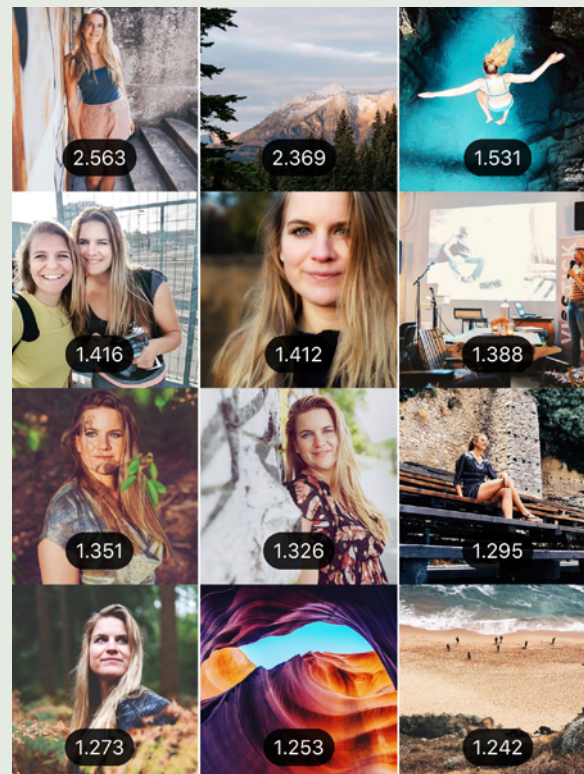
Tip 5

Kies voor één of twee basiskleuren en zoek je foto's daarop uit. Zo creëer je een duidelijke stijl. In mijn foto's zitten altijd veel bruin en blauw tinten verwerkt. De lichten zet ik vaak wat extra aan en doordat ik regelmatig fotografeer in het bos, komen er veel bruine tinten naar voren.

Met portretten scoor je altijd het beste

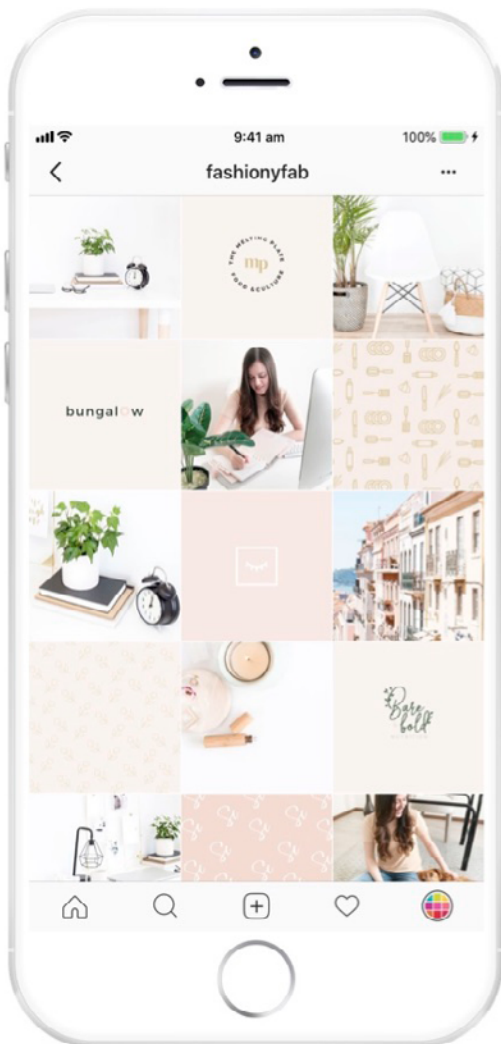


Foto's met de minste likes



Foto's met meeste likes

MAAK EEN INSTAGRAM DESIGN



Zoals ik eerder beschreef is het goed om na te denken over een look & feel die past bij jouw bedrijf. Verkoop je stoere mannensieraden, ga dan voor aardetinten. Of hou het licht en vrolijk als bij het voorbeeld links.

Als je het gevoel hebt dat je portfolio een rommeltje is, gebruik dan meer ruimte. Ruimte zorgt ervoor dat je beelden kunnen ademen. Het maakt het voor jouw doelgroep makkelijker om door je pagina te scrollen en een beeld van jouw producten te krijgen. In dit voorbeeld zie je dat er in de foto's altijd een witte achtergrond is gebruikt. Verder ontstaat er rust doordat er consistent tussen foto's en blokken wordt afgewisseld.

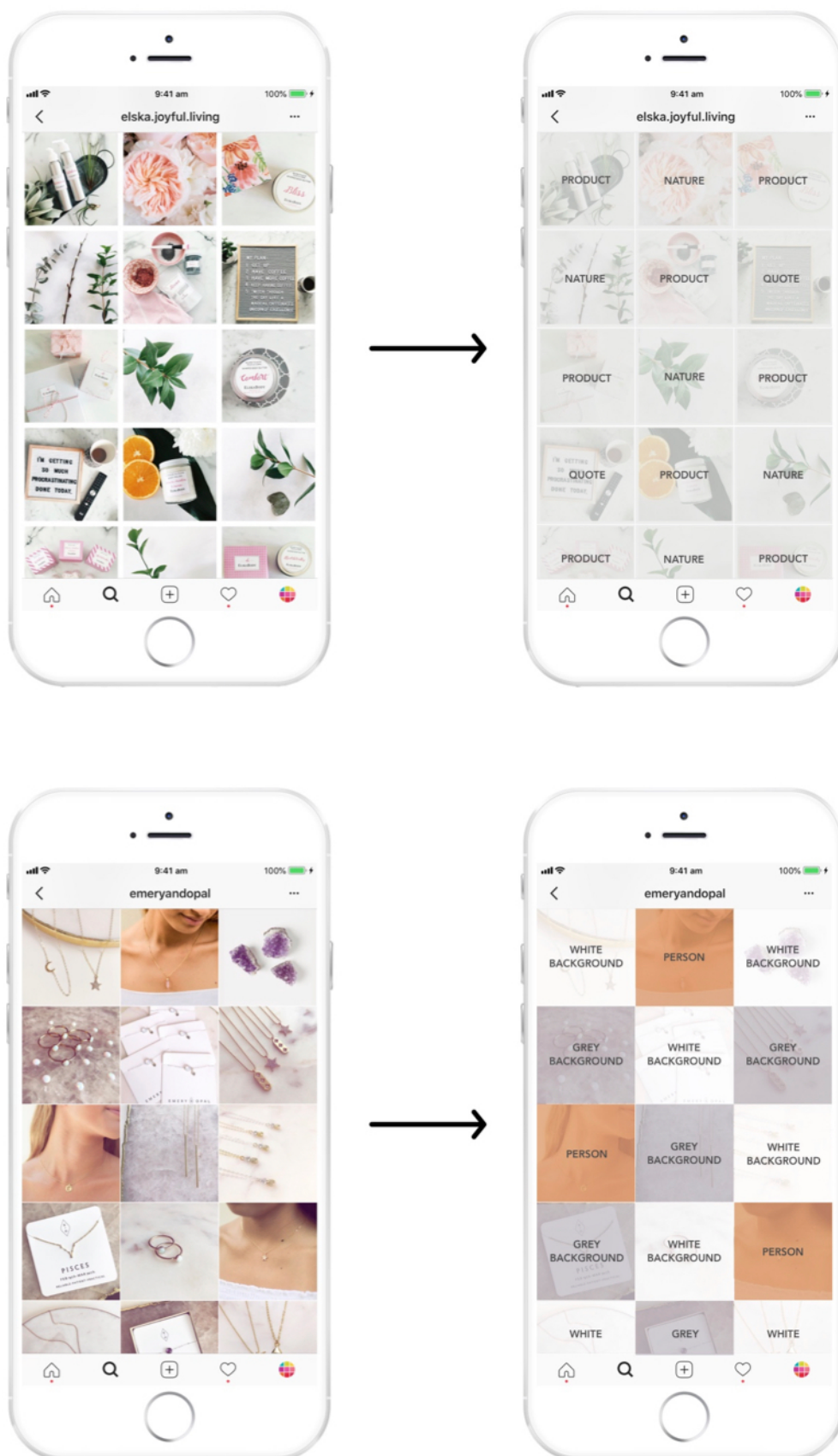
Tips:

- gebruik hetzelfde filter voor al je beelden
- zorg voor weinig rommel
- gebruik een tafel om je producten op te fotograferen
- Je kan witte kaders inzetten voor meer rust
- Verzin inspirerende quotes die passen bij jouw waarden
- Gebruik een rustig lettertype

Op de volgende pagina vind je een voorbeeld hoe je kan werken met categorieën. Je wilt immers niet constant dezelfde soort foto's naast elkaar. Ga voor contrast! Er zijn natuurlijk geen vaste richtlijnen, maar je kan bijvoorbeeld afwisselen tussen producten, portretten en interieurs. Dit werkt goed voor de creatieve sector zoals grafisch designers, maar denk ook aan sierraden verkopers.

HET DOEL IS OM BALANS TE ZOEKEN IN JE PORTFOLIO.

STRUCTUUR AANBRENGEN IN JE PORTFOLIO



BEDANKT VOOR HET LEZEN



Deze gids heb ik geschreven met informatie waarvan ik vind dat deze waardevol is voor voor jou. Mijn eigen ervaringen deel ik graag met jou, maar ik vind het ook leuk om van jou te horen! Misschien ben je wel geïnspireerd geraakt door verhalen die jij kan gaan delen op social media.

Ga lekker aan de slag en bedenk daarbij: blijf puur, dicht bij jezelf en blijf nadenken over de vraag “waarom doe ik dit?”

Je kunt erover blijven lezen, maar eigenlijk moet je gewoon testen waar jouw doelgroep blij van wordt. Oh ja, het hoeft niet perfect te zijn. Al doende leer je bij!

Heb je interesse om samen te werken met mij als content creator? Stuur me een [berichtje](#) en ik neem contact met je op!

Marleen Hoftijzer

content creator

info@marleenhoftijzer.com

Het is niet toegestaan om (losse delen van) dit document door te sturen of op enige manier te delen met anderen. Alle foto's in het document behoren aan Marleen Hoftijzer.

“WE TELL OURSELVES STORIES IN ORDER TO LIVE!”