LEEF JE DROOMLEVEN ALS ONLINE ONDERNEMER

MODULE 5

ONLINE ZICHTBAARHEID

ONLINE ZICHTBAARHEID

En wellicht had deze module ook wel gewoon “zichtbaarheid” kunnen heten. Want laat ik voorop stellen dat je vooral je eigen keuzes maakt. Je “moet” niet zichtbaar zijn op social media, je “moet” niet naar netwerkevents en je “moet” helemaal geen bellijst maken en vervolgens 80 potentiële opdrachtgevers gaan bellen. Je maakt namelijk helemaal je eigen keuze. Maar maak deze keuze bewust en niet geleid door angst. Vooral als het gaat om online zichtbaarheid zie ik dat angst een van de redenen is om het niet te doen. Angst dat mensen iets van je denken, je het niet goed doet, angst om fouten te maken.

En ik snap je. Ik snap dat je het super spannend vindt, dat was bij mij destijds echt niet anders. Weet je nog die comfortzone uit de vorige module? Gaan we weer lekker stretchen. Because that is where the magic happens! En geef jezelf wat tijd. Een goed social media account opzetten kost nu eenmaal tijd.

Verschillende kanalen

Begin bij het begin: wellicht weet je al het een en ander over social media, maar het kan ook zijn dat je totaal nog geen idee hebt hoe je dit zakelijk kunt inzetten. Vakantiekiekjes plaatsen voor je vrienden is natuurlijk wel echt anders dan een zakelijk account opzetten. En vergeet ook niet dat je vrienden, je moeder en je buurvrouw niet je ideale klant zijn.

SOCIAL MEDIA

OPDRACHT 1.1: KIES JE KANAAL

Begin bij het begin: wellicht weet je al het een en ander over social media, maar het kan ook zijn dat je totaal nog geen idee hebt hoe je dit zakelijk kunt inzetten. Vakantiekiekjes plaatsen voor je vrienden is natuurlijk wel echt anders dan een zakelijk account opzetten. En vergeet ook niet dat je vrienden, je moeder en je buurvrouw niet je ideale klant zijn.

Less is more. Er zijn verschillende kanalen en afhankelijk van jouw doelgroep plus persoonlijke voorkeur kun je een social media kanaal uitkiezen voor het delen van jouw waarde. Social media is redelijk tijdrovend. Pak liever 1 kanaal goed aan, dan 2 half. Maak je keuze op basis van waar jij je het beste bij voelt en waar jij denkt dat jouw ideale klant zich bevindt.

Kruis hieronder jouw nummer 1 kanaal aan:

- [ ] Instagram
- [ ] Facebook
- [ ] Linked in
- [ ] Twitter

Nu je je kanaal gekozen hebt gaan we starten met de basis.

OPDRACHT 1.2: JE BIOGRAFIE INSTELLEN

Open de bijlage: 'Biografie'. Hierin staat meer info over het opstellen van je Instagram biografie. Kies je voor Linked in ga dan aan de slag met de samenvatting in jouw profiel.

Stel je basisprofiel in of maak een nieuw zakelijk profiel aan als dat nodig is. Stel een foto van jezelf in als profielfoto. Beschrijf hier wat er in jouw biografie / omschrijving komt te staan. Mocht je het lastig vinden kun je wellicht je pitch er nog eens bij pakken.

Meer weten over social media?
In de bonus module 'Let's get social' staat veel basisinformatie beschreven. Je krijgt meer informatie over het neerzetten van je profiel, het algoritme, hashtags gebruiken, engagement, meer bereik en meer volgers.

'Start before you're ready!"

SOCIAL MEDIA INZETTEN VOOR JE BEDRIJF

OPDRACHT 1.3: STEL JE VOOR

We gaan gelijk door met het schrijven van jouw eerste post. Het is altijd waardevol jezelf (opnieuw) voor te stellen op je account. Maak een leuk verhaal van wie je bent en wat je doet. Vertel daarbij een aantal leuke weetjes over jezelf, dingen die mensen nog niet van je wisten. Bij een persoonlijke post hoort natuurlijk een foto van jezelf.

Voorbeelden voorstelpost

BRANDING - KIES JOUW KLEUR

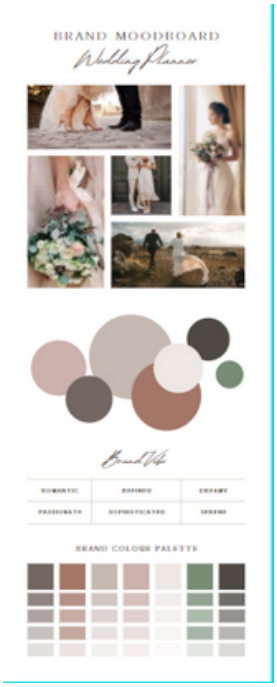
Wellicht heb je al nagedacht over welke kleuren bij je passen. Wat fijn is in je feed is dat er enigszins lijn in zit qua kleur. Mag, moet niet. En besef goed dat je dit te allen tijde aan kunt passen. Ik ben zelf begonnen met roze, goud en marmer, was toch niet mijn ding dus na een tijdje heb ik alles omgegooid.

OPDRACHT 1.4: KIES JE KLEUR EN
Maak een brandboard met hierin dat wat jij wilt uitstralen. Een brandboard is een combinatie van kleuren en beelden die je huisstijl weergeven.

Canva is hier een heel fijn programma voor dat je gratis kunt gebruiken. Neem je de betaalde versie, dan heb je iets meer mogelijkheden qua foto's en opmaak. Nog niet genoeg foto's van jezelf? Kies dan ook een aantal foto's uit die je kunt gebruiken als aanvulling op je feed. Of maak een template van de door jouw gekozen kleuren.

LINK NAAR CANVA

Voorbeelden brandboards en brandkleuren



Meer weten over Personal branding? Bekijk de bonus masterclass van Instagram Expert Amber Rosa

LET'S GET SOCIAL

"Hi, ik vind jou leuk! Trouwen?"
Ik ben al heel lang samen met mijn grote liefde, maar ik kan me voorstellen dat hij met deze openingszin destijds heel hard weggerend was.

En daar gaan we het over hebben in deze module. Over social media, de do's and don'ts en de strategie die je kunt gebruiken om succesvol te worden op social media. Met succesvol bedoel ik niet 10.000 volgers en een influencerstatus. Met succesvol bedoel ik een kanaal waarmee je je klanten weet te bereiken en waardoor je bij je klant aan tafel komt. Social media is een mooie marketingtool om je klanten te bereiken, maar onthoud dat het geen doel an sich is.

SOCIAL MEDIA DON'TS

Voordat we zelf aan de slag gaan met ons kanaal en welke waarde we weg gaan geven duiken we eerst even in de achtergrondinformatie. Social media is oorspronkelijk bedoeld als communicatiekanaal. Wat ik veel zie gebeuren is dat gebruikers dit vergeten en over gaan tot het alleen maar zenden van informatie: "Ik kan dit, ik doe dit, ik kan je helpen met..." en daarmee hopen dat klanten zich aangesproken voelen.

Wat ik in de wereld van VA's ook zie gebeuren is veel kopieergedrag. De accounts zien er vrijwel allemaal hetzelfde uit. Er worden met name foto's gebruikt van laptops en koffiekopjes afgewisseld met inspirerende quotes. Je moet flink scrollen om ergens een persoonlijke foto te zien. Daarnaast hebben de post vaak een zelfde soort boodschap in de trant van: "Ik ben een ster in administratie. Ook je administratie niet meer zelf doen? Stuur me een mail."

Zonder iemand te beledigen verwacht ik niet dat je met een dergelijk account je potentiële klant gaat bereiken. Zo zonde van je tijd en energie en waarschijnlijk zul je het met deze strategie, of beter gezegd, gebrek aan strategie, snel opgeven en denken dat social media niks voor jou is. Want waar je misschien nu nog denkt dat social media een kanaal is om je aanbod te verkopen, is het veel meer een account om te verbinden en contact te leggen. In dergelijke accounts ontbreekt het persoonlijke stuk. Het gezocht en verhaal achter het account.

Een paar dingen wil je eigenlijk niet doen (teveel) wilt doen op je account social media account

- Enkel posts schrijven over je aanbod
- Kopieergedrag (doen wat iedereen doet zonder eigen input)
- Stockfoto's of quotes (oftewel, geen foto's van jezelf) plaatsen

SOCIAL MEDIA DO'S : KNOW-LIKE-TRUST

Social media draait om connectie, om een combinatie van inspireren, waarde weggeven en entertainment.

Iemand die met jou zaken gaat doen wil eerst weten wat voor vlees ze in de kuip hebben. Met wie ze gaan werken. Of jij de juiste fit zou kunnen zijn. Precies dit willen we bereiken met ons social mediakanaal. De know-like-trustformule is daar en mooie basis voor.

KNOW
In deze fase zorg je dat een onbekend iemand jou leert kennen. Je wilt dat iemand je met plezier gaat volgen en dat ze weten wie je bent. Je kan daarvoor de volgende acties nemen:

- Gratis relevante waarde weggeven
- Schrijf een gastblog of blog op je website
- Vraag andere mensen om jouw blog of weggever te delen

LIKE
Als je interessant bent voor andere mensen en leuke content deelt heb je de kans om meer van je expertise te laten zien. Mensen moeten enthousiast worden over wat jij ze te bieden hebt, maar ook over jou als persoon! Het gaat niet "om de tent, maar om de vent" (of vrouw in dit geval, maar dat klinkt toch minder lekker!) Je kan hiervoor het volgende doen:

- Wees zichtbaar. En nogmaals, een stockfoto is niet zichtbaar. Zorg dat je social media een gezicht krijgt zodat mensen je herinneren.
- Wees jezelf. Hoe wil je dat mensen je herinneren? Authenticiteit is een belangrijke factor op social media. Mensen willen de echte versie van jou zien.
- Wees relevant. Prima om het af toe over je kinderen of je kat te hebben maar bedenk welke boodschap je over wilt brengen en hoe relevant dit is voor jouw volgers.
- Connectie. Ga de connectie aan met anderen, like en reageer op posts. Deel posts van andere mensen als dat jou volgers verder helpt. Wees niet bang voor concurrentie, maar ga uit van je eigen kracht en expertise.

TRUST

Een belangrijke, vooral als virtual assistant. Mensen moet vertrouwen in jou hebben en ervan overtuigd raken dat jij degene bent die ze verder kan helpen. Zonder dit vertrouwen is de kans erg klein dat ze je zullen benaderen of iets van je zullen kopen. Manieren om de trust factor op te bouwen en te behouden:

- Wees consistent en regelmatig aanwezig. Niet de ene week 5 posts en dan weer 2 weken niks.
- Testimonials van je klanten: dit is zo waardevol. Hierin kun je bezwaren van jouw potentiële opdrachtgevers direct wegnemen. Nog niet zoveel referenties? Deel 1 referentie op in meerdere onderdelen (in de academie onder “Bouw je business” staat een handleiding voor het verzamelen van goede reviews.)
- Deel je meest waardevolle informatie. Wees niet bang teveel waarde weg te geven. Zorg dat mensen echt iets aan jouw informatie hebben.
- Reageer op mensen: als mensen een reactie achterlaten, reageer hier dan op. Ga echt die interactie en verbinding aan.

Om te kunnen voldoen aan de know-like-trustformule gaan we verhalen vertellen op je social media kanaal. We kiezen hiervoor een combinatie van posts die inspireren, teachen of entertainen. En vooral niet teveel verkopen. In de regel zou je aan kunnen houden dat maximaal 20% van je posts gaat over de verkoop van je product.

CONTENTPLANNING

BEPAAL JE THEMA'S

Maar waar moet ik dan over schrijven?
Bedenk goed dat alles wat jij weet, jouw ideale klant niet weet of niet doet. De klant wil graag wat jij al hebt, en daardoor aan hem of haar kan bieden. En daarnaast willen ze jou zien en leren kennen. Dus denk je regelmatig: "Maar ik heb niks te vertellen!" of "Vinden mensen dit wel interessant?" of "Wat heb ik te vertellen?" Stop hier direct mee, want het antwoord is simpel: JA, mensen vinden het zeker wel interessant om te zien wat jij doet, en hoe je dat doet. Mensen zien het direct als je ergens gepassioneerd over bent. Dingen die voor jou zo logisch zijn (bijvoorbeeld dat je een goede planning hebt, of een opgeruimde mailbox) zijn voor je potentiële klant helemaal niet zo logisch of gewoon.

Om het schrijven van content makkelijk te maken, is het goed om te werken met thema's. We kiezen 4 overkoepelende thema's als basis.

OPDRACHT 1.5: BEPAAL JE THEMA'S
Pak de opdracht "Pijnen en verlangens" uit module 2 erbij. Kijk of dit als inspiratie kan dienen voor minimaal 2 van de thema's. Thema's zijn echt overkoepelende onderwerpen die je verder uit kunt werken. Denk bijvoorbeeld aan: "Van chaos naar orde", "plannen en organiseren", etc. Mensen willen echt een persoonlijk verhaal, dus ik zou adviseren ook een thema "persoonlijk" toe te voegen.

Noteer hieronder je thema's:

1. Persoonlijk

Nu je je thema's hebt bepaald, is het tijd om dit verder uit te gaan werken zodat je een voorraad content voor jezelf kunt maken.

OPDRACHT 1.6: MINDMAP
Neem één van de thema's vanuit je lijst. Pak een groot vel papier en zet de timer op 8 minuten. Schrijf nu alles op wat in je opkomt rondom dit onderwerp. Probeer je tijd zoveel mogelijk vol te schrijven en denk er niet teveel over na. Doe dit voor alle thema's.

Bekijk je mindmap en zet de onderwerpen die relevant zijn onder het juiste thema. Je hebt nu een flinke lijst met onderwerpen om over te schrijven.

TIP: Nog niet voldoende inspiratie? Open de bijlage "30x content inspiratie" in de academie of bekijk de video's bij deze module.

OPDRACHT 1.7: CONTENT BATCHEN
Het schrijven van posts kan nogal tijdrovend zijn. Het kan daarom helpen om meerdere posts achter elkaar te schrijven en direct in te plannen, inclusief foto's. Door dit allemaal in één keer te doen kost het stukken minder tijd dan elke keer een losse post schrijven.

Blok een uur. Pak je thema en contentlijst erbij en probeer een aantal posts te schrijven binnen een specifiek thema.

Wat zijn je bevindingen? Hoeveel posts kon je schrijven in het uur?

OPDRACHT 1.8: VOORRAAD
Plan tijd in je agenda voor het schrijven van je content. Een blok van minimaal 2 uur is realistisch. Schrijf voor elk van je thema's een aantal posts. Zorg dat je afwisselt tussen teachen en entertainment. Door een voorraad op te bouwen verlaag je de drempel om consequent te posten.

Make it simple, but significant

Social media draait om zichtbaarheid en het vergoten van je bereik. Om echt succes te hebben met je kanaal zul je wat geduld moeten hebben. Daarnaast is het belangrijk om consequent aanwezig te zijn. Minimaal 2 tot 3 berichten per week is wel wenselijk. Daarnaast worden stories en reels steeds belangrijker. Zorg dus dat je er bent. En nee, dat hoeft echt niet elke dag, maar zorg dat mensen weten wat ze van je kunnen verwachten. Ook het inplannen van berichten kan hierbij ondersteunen. Daarnaast kun je je contentvoorraad ook prima hergebruiken. Bewaar je posts en kijk na een tijdje of je de tekst enigszins kunt aanpassen en opnieuw kunt gebruiken.

OPDRACHT 1.9: PLAN JE CONTENT
Er zijn een hoop gratis tools die je kunnen helpen met het inplannen van je posts. Eerder hebben we al een aantal online tools besproken die hiermee kunnen helpen. Een kort overzicht van de meest bekende tools:

- Facebook Studio voor makers: Facebook- en Instagramposts (gratis)
- Later: Instagramposts & -stories (betaalde versie voor uitgebreide mogelijkheden)
- Hootsuite: LinkedIn-, Facebook- en Instagramposts (gratis)

Bepaal welke tool jou kan helpen met het inplannen van je posts. De meeste tools hebben een gratis proefperiode.

Deze tool(s) ga ik gebruiken:

TIP: Misschien is er iemand in je omgeving die foto's kan maken. Je partner, je buurvrouw of kijk of je een fotoshoot kan boeken. Zorg dat je er een aantal hebt die je kan gebruiken. Daarnaast kun je ze natuurlijk aanvullen met templates.

INTERACTIE

Naast het plaatsen van relevante content en zorgen dat mensen weten wie je bent, is het ook belangrijk om de interactie aan te gaan met andere mensen. Dus ga mensen volgen en reageer op hun posts. Reageer ook altijd als iemand een comment achterlaat of je een DM (direct message) stuurt. En als mensen je eenmaal volgen, blijf dan ook die interactie aangaan. Door het vertellen van een verhaal in je posts of stories kun je de interactie verhogen. Plaats ook regelmatig een poll of gebruik de vragensticker zodat mensen hierop kunnen reageren

PERSOONLIJK

"Ik ben gestart met het volgen van ideale klanten in de breedste zin van het woord. Iedereen die aan mijn ideale klantprofiel voldeed ging ik volgen. Dat waren soms ook BN'ers of zelfs internationale sterren, maar het ging me echt om de inspiratie. Daarnaast ging ik ook heel veel andere VA's volgen. Hoewel ik de connectie echt wel leuk vond en met sommige meiden een mega klik had (en nog steeds heb) merkte ik dat ik er in deze fase echt onzeker van werd. Ik zag allemaal succesvolle VA's met een volle agenda voorbij komen en ging me daar onbewust aan meten. Na een tijdje heb ik besloten deze (bijna) allemaal te verwijderen. Het bracht me namelijk geen inspiratie maar frustratie. Ontvolgen is niks persoonlijks, dus maak het dat ook niet. Merk je dat dingen die iemand zegt of doet je storen, ontvolg deze personen dan. Maak het leuk voor jezelf en zorg dat je enkel de mensen volgt die je inspireren of blij maken. Dat maakt het ook een stuk natuurlijker om de interactie aan te gaan."

OPDRACHT 1.10: CONTENTKALENDER

Maak voor jezelf een contentkalender voor de komende 30 dagen. Zorg dat het realistisch is binnen de tijd die je beschikbaar hebt. Buiten je posts en stories plan je ook ruimte in om interactie aan te gaan. (TIP: Google eens op contentkalender voor voorbeelden).

Een week kan er bijvoorbeeld zo uit zien:

Maandag	Post thema 1	5 stories	10 minuten interactie
Dinsdag	-	5 stories	15 minuten interactie
Woensdag	Post thema 2	5 stories	10 minuten interactie
Donderdag	-	5 stories	15 minuten interactie
Vrijdag	Post thema 1	5 stories	10 minuten interactie
Zaterdag	-	Stories (persoonlijk)	-

OPDRACHT 1.11: DOELEN STELLEN
Beschrijf hieronder je doelen voor komende maand:

Ik ga deze maand _____ posts / reels plaatsen

Ik ga deze maand op (minimaal) _____ dagen stories plaatsen

Ik ga deze maand _____ dagen 15 min per dag gebruiken om interactie aan te gaan.

METEN IS WETEN

Kijk na 2 weken eens wat het resultaat is. Groeit je volgersaantal? Op welke posts kreeg je de meeste likes en reacties? Zorg dat je dit soort data bekijkt. Het helpt je bij het verbeteren van je posts en stories. Je hebt minimaal 100 volgers nodig om je statistieken te kunnen bekijken, maar het is ook prima mogelijk dit zelf bij te houden in de eerste periode.

Je hebt nu een concreet plan om aan de slag te kunnen met social media. Het is vooral een kwestie van doen en kijken wat bij je past. Dat weet je vaak pas als je het een tijdje hebt geprobeerd. Probeer vooral niet te streng voor jezelf te zijn en maak het leuk en luchtig. De eerste stappen zijn vaak het lastigst.