

A modern, multi-story building with a dark, textured facade and large windows, situated on a large green lawn. The building has a prominent brick base and a dark upper section. The lawn is lush green, and there are several large trees in the background. The sky is overcast.

De kunst van het  
**BLOGGEN**

donderdag 6 oktober 2016



## Wat is een blog | wat is bloggen?

Een **blog** is afkomstig van **weblog** en van oorsprong een persoonlijk dagboek dat geplaatst wordt op een website. De auteur, ook wel **blogger** genoemd, houdt een logboek op een website bij en deelt informatie met zijn publiek (**=bloggen**). De **inhoud** is kort, informeel, soms controversieel, vaak persoonlijk. Belangrijk kenmerk is dat het **informatief** is. Een blog bestaat uit **tekst**, met **foto's** en soms wordt ook **video** (vlog) of **audio** (podcast) toegevoegd. Of een blog dat bestaat uit een fotoverzameling: **plog** (photo-log).

## Vijf typen blogs:

---

- In de vorm van een **interview** – interview een expert uit jouw vakgebied en verwoord dat in een blog
- Een **'kennisblog'** – hierin leg je stapsgewijs uit in je blog wat jouw oplossing is bij een bepaald probleem, hoe jij dat aanpakt
- Een **Inspiratieblog** – behalve je kennis kun je ook inspiratietips geven in een blog
- Maak een **blogserie** (aan de hand van een bepaald thema) – dit kun je doen bij een bepaald onderwerp dat veel uitleg vergt en daarom is het handig dit in stukjes te knippen
- De **'101-tips-blog'** – tips doen het altijd goed in een blog

## 6 Redenen om niet te bloggen

---

1. **Wie zit er nou op mij te wachten?**
2. **Ik heb daar écht geen tijd voor.**
3. **Wat zullen ze wel niet denken?**
4. **Ik heb nog nooit een blog geschreven; ik kan dat vast niet.**
5. **En dan gaan ze ook nog reageren...**
6. **Ik zie er eigenlijk het nut niet van in.**



# Hoe 'werkt' bloggen

**BLOG**

kennis delen

website

social media  
(nieuwsbrief)

fans → volgers →  
klanten → ambassadeurs!



## Wat heb je nodig?

---

- Motivatie & focus
- Doorzettingsvermogen & geduld
- Een goede website
- Blogonderwerpen \*
- Briljante blogtitels \*
- Een blogplanner (voorbeeld)
- Een blogkalender



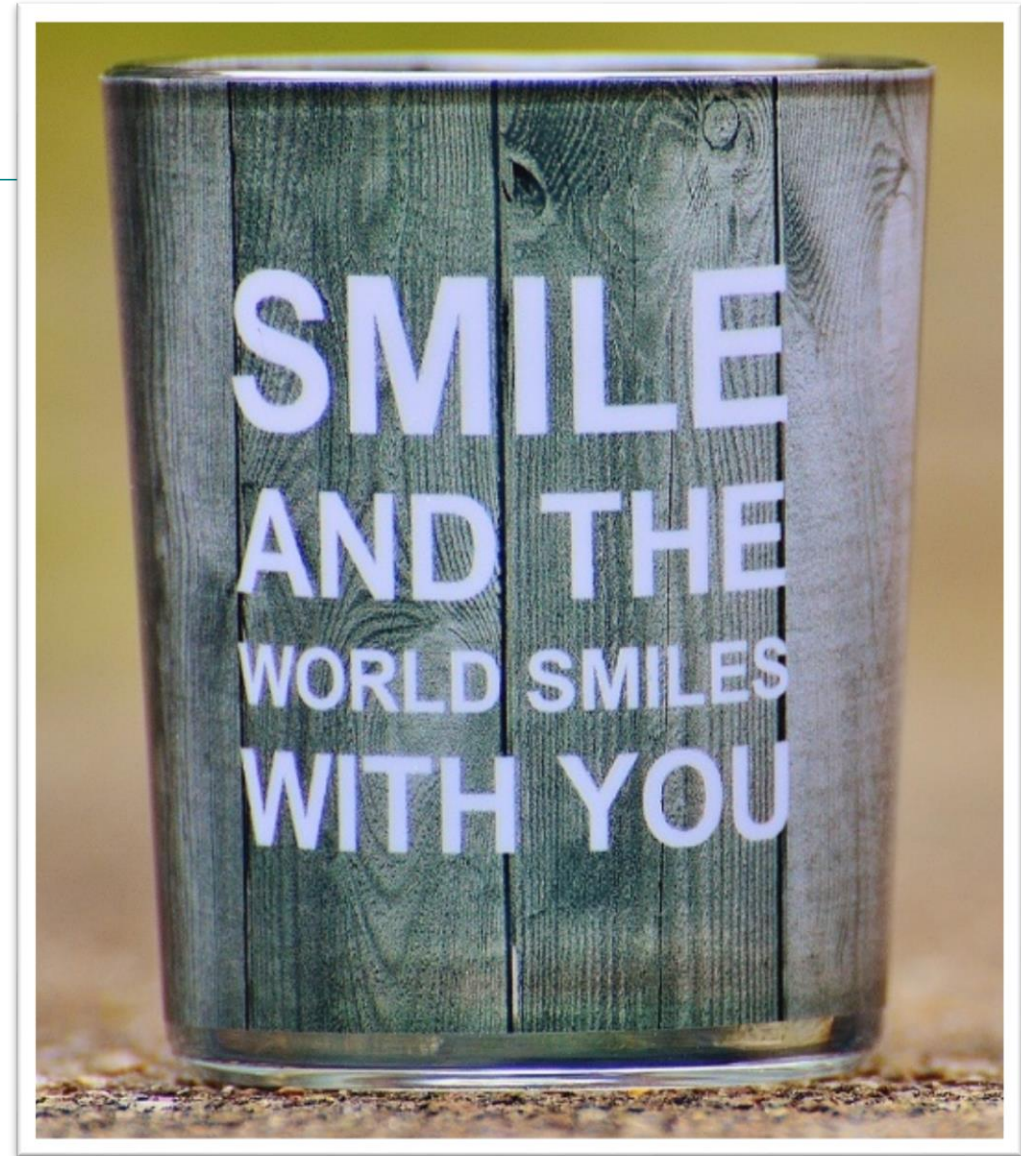
## 9 Tips voor blogonderwerpen

---

1. Interview een autoriteit uit jouw vakgebied.
2. Benoem je eigen leerpunten.
3. Lijstjes met korte tips doen het altijd goed!
4. Beschrijf een van de veel gestelde vragen van je klanten.
5. Geef jouw zienswijze op een bestaand blog.
6. Speel in op de trends in jouw branche.
7. Maak een lijst met handige tools.
8. Zet een klant in de spotlight.
9. Zoek een actueel haakje (voorbeeld)

## Een actueel haakje

Een inhaker is een gebeurtenis, evenement of feestdag waar je op een creatieve manier een link kunt leggen tussen de actualiteit en jouw product of dienst. Het is hoofdzakelijk **grappig** bedoeld en heeft verder als doel je naamsbekendheid te vergroten. De 'like-and sharefactor' schiet omhoog en je wordt bij een groter publiek zichtbaar.





## Een actueel haakje

Wees je bewust van een bepaalde actualiteit en haak daar op een originele manier op in.

### De dag van:

13 september → Wereld Chocoladedag...

25 september → Nationale Vitaliteitsdag...

29 september → Nationale Koffiedag...

Voor- en najaar → de Week van de Homeopathie; een mooi aanknopingspunt om als homeopaat jouw praktijk en diensten voor het voetlicht te brengen.

En als yogadocent kun je mooi inhaken op Wereld Yoga Dag (21 juni) en bijvoorbeeld een gratis kennismakingsles aanbieden.



## 9 Tips voor blogonderwerpen

---

1. Interview een autoriteit uit jouw vakgebied.
2. Benoem je eigen leerpunten.
3. Lijstjes met korte tips doen het altijd goed!
4. Beschrijf een van de veel gestelde vragen van je klanten.
5. Geef jouw zienswijze op een bestaand blog.
6. Speel in op de trends in jouw branche.
7. Maak een lijst met handige tools.
8. Zet een klant in de spotlight.
9. Zoek een actueel haakje (voorbeeld)





## Wat zijn de kenmerken van een Brilljante Blogtitel?

Wat zijn nou blogtitels die smeken om aangeklikt te worden?

### 5 kenmerken van aantrekkelijke titels:

1. Bevat cijfers
2. Lengte is 5 à 9 woorden
3. Is negatief geladen
4. Is duidelijk, superrrrrduidelijk
5. Bevat relevante kernwoorden



## Wat zijn de kenmerken van een Briljante Blogtitel?

### Bevat cijfers

- |   |       |
|---|-------|
| A. Neutrale titel: manieren om breien leuker te maken                                       | → 11% |
| B. Titel in vraagvorm: welke manieren zijn er om breien leuker te maken?                    | → 15% |
| C. 'How-to' titel: hoe maak je breien leuker  | → 17% |
| D. Lezer gericht (je of jij erin verwerkt):<br>manieren waarop jij breien leuker kunt maken | → 21% |
| E. Cijfer: 30 manieren om breien leuker te maken  | → 36% |

### Voorkeur



## Wat zijn de kenmerken van een Brilljante Blogtitel?

---



### Lengte is 5 à 9 woorden

Uit onderzoek blijkt dat titels met 7 plus of min 2 woorden de meest aantrekkelijke titels zijn. Zo kom je dus op 5 à 9 woorden.

Ook blijkt dat mensen de eerste 3 en de laatste 3 woorden van een titel het beste lezen.

VOORBEELD: **10 planning tips** om jouw **doelen te bereiken**

Dit in tegenstelling tot Engelstalige titels: hoe langer hoe beter (16 tot 18 woorden).

## Wat zijn de kenmerken van een Briljante Blogtitel?

---



### Is negatief geladen

Mensen zijn tegenwoordig een beetje ‘positiviteitsmoe’. Woorden zoals geweldig, super, fantastisch. Of de overtreffende trap: altijd, meest, best.

Lezers geven de voorkeur aan negatief geladen titels omdat:

- Het als authentiek en objectiever wordt ervaren. Het krijgt een ‘journalistiek’ randje.
- Het verrassender en onverwachter is en dat maakt de lezer nieuwsgierig.
- Titels die negatief geladen zijn scoren 30% beter dan neutrale titels.
- Negatief geladen titels scoren 60% beter dan titels met meerdere overdreven positieve woorden.





## Wat zijn de kenmerken van een Briljante Blogtitel?

### VOORBEELD VAN EEN NEGATIEF GELADEN BLOGTITEL

1. Heb jij ook last van blogangst?
2. De schokkende waarheid over bloggen.
3. Het ranzigste cakerecept aller tijden.
4. 20 Manieren om klanten voorgoed te verliezen.
5. Nooit meer bloggen.



## Wat zijn de kenmerken van een Briljante Blogtitel?

### Is duidelijk, superrrrrduidelijk

Vermijd twijfeltaal en vage termen zoals:  
lijken, blijken, schijnen, mogen, mogelijk,  
misschien, eventueel, wellicht, waarschijnlijk, soms  
denken, verwachten, eigenlijk, in principe...  
Schrijf actief en (als het kan) in de gebiedende wijs.  
Dat is helder en activeert je lezer.



# Wat zijn de kenmerken van een Briljante Blogtitel?

---



## VOORBEELD VAN EEN SUPERDUIDELIJKE BLOGTITEL

1. Ontdek hoe je een betere blogtitel kunt maken (twijfeltaal)
2. Ontdek hoe je een betere blogtitel maakt (zonder twijfeltaal)  
(hoezo beter? Beter dan nu, beter dan die van jou..? Maak het nog specifieker)
3. Ontdek hoe je een briljante blogtitel maakt.  
(dat 'maken' kunnen we ook nog duidelijker maken)
4. Ontdek hoe je een briljante blogtitel schrijft.

## VARIATIES

3 Tips voor een briljante blogtitel

Ontdek de 3 meest gemaakte fouten van je blogtitel

# Wat zijn de kenmerken van een Briljante Blogtitel?

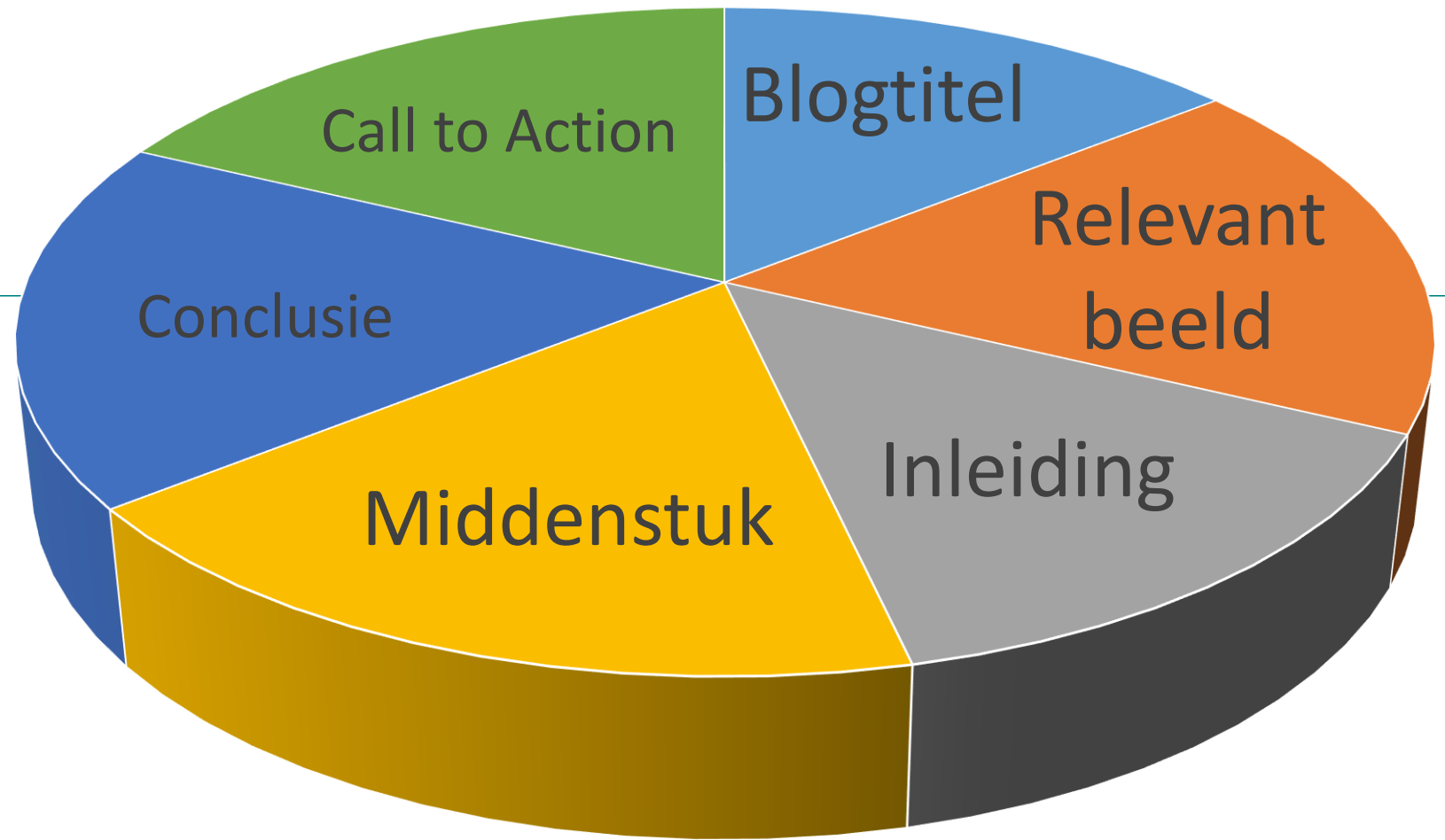
## Bevat Kernwoorden (key words)

- Een enkel zoekwoord of een combinatie van 2 à 3 woorden.
- Meestal zoeken mensen (in Google) op een paar woorden.
- Door deze zoekwoorden consequent te gebruiken word je steeds beter gevonden in Google ('ranking').
- Google zoekt als eerste binnen titels:  
Van pagina's, blogs en vlogs (=video).
- Vervolgens in subtitels en intro (inleiding van je blog).
- Daarna pas in de rest van je tekst.

TIP: Probeer het zeker toe te passen maar NIET FORCEREN.  
Blijf schrijven als een MENS.



## Hoe is je blog opgebouwd?



■ Blogtitel ■ Relevant beeld ■ Inleiding ■ Middenstuk ■ Conclusie ■ Call to Action



## Hoe is je blog opgebouwd?

- **Titel:** Bedenk bij je onderwerp een briljante blogtitel
- **Beeld:** Zoek rechtenvrij beeld of maak zelf foto's
- **Inleiding** (intro): Geeft duidelijk richting aan je blog maar verklapt nog niet alles.
- **Middenstuk** (paragrafen): Wat zijn de belangrijkste zaken die je wilt vertellen over je onderwerp. Geef deze paragrafen een duidelijke titel (met de codering H2). Dat geeft structuur.
- **Slot:** dat kan een conclusie of samenvatting zijn.
- **Call to Action:** Dat kan een verwijzing zijn naar een product of dienst maar stel hier ook altijd de vraag tot reageren.

## Gebruik **ALTIJD** rechtenvrij beeld!

---

Gebruik sowieso beeld. **Beeld zegt meer dan duizend woorden.** Het geeft richting aan je blog.

### **Wat is rechtenvrij?**

Vrij van rechten | Rechtenloos | Zonder recht. Rechtenvrij beeldmateriaal bestaat eigenlijk niet. Wat bedoeld wordt is dat de maker van het beeld vooraf toestemming heeft gegeven om zijn/haar werk (online) te gebruiken.

## 9 Tips om toe te passen in je blog

---

1. Behandel één onderwerp in je blog.
2. Kies de boodschap die je wilt overbrengen.
3. Je introtekst moet de lezer nieuwsgierig maken om verder te lezen.
4. Gebruik H2 voor je tussenkop.
5. Zorg dat je focus zoekwoord in je titel, intro en tussenkop voorkomt.
6. Gebruik daar waar het kan interne of externe links.
7. Maak sommige woorden in je blog **vet**.
8. Nodig de lezer uit een reactie achter te laten.
9. Bedenk een briljante blogtitel.



Wat moet je altijd  
voor ogen houden  
bij het schrijven  
van je blog?



■ Droomklant ■ Geef waarde ■ Simpel ■ Zoekwoorden ■ Authentiek

# Het echte werk - de 10 fases van het schrijven van een blog

---

1. Inspiratie opdoen
2. Brainstormen
3. Leeglopen
4. Ordenen
5. Raamwerk maken (structuur)
6. Dan pas schrijven
7. Schrappen
8. Herlezen
9. Laten proeflezen
10. Publiceren

## Bloggen doe je voor jezelf. Feit of fabel?

---

**Je blogt zélf – FEIT**

**Je blogt over jezelf – FABEL & FEIT**

**Je blogt voor jezelf – FABEL**

**Je blogt namens een ander – DAT KAN**



## Je salespitch in één, hooguit twee zinnen

---

Ik ..... (krachtig werkwoord)  
.....(doelgroep) ..... (eventueel hun  
probleem) met ..... , (wat leer je ze anders/beter  
te doen) om/zodat/waardoor..... (resultaat)

## Je salespitch in één, hooguit twee zinnen

---

- Krachtig werkwoord: help – begeleid – leer – ontzorg
- Doelgroep: definieer zo duidelijk mogelijk je doelgroep
- Wat is hun probleem: benoem de pijn van de klant
- Wat leer je ze: wel benoemen (maar laat de methodiek achterwege)
- Zodat/waardoor: benoem het resultaat dat behaald wordt

## Voorbeeld salespitch

---

*Ik help de vrouwelijke professionals die meer klanten willen en dus meer omzet. Ik leer ze hoe ze makkelijk en met plezier kunnen bloggen voor hun business, zodat ze zichtbaarder worden en potentiële klanten hun échte klanten worden.*

## Het NUT van een BLOGPLANNER voor het managen van je blogs

- Tijdwinst
- Overzicht
- Rust, vooral in je hoofd
- Houvast
- Schrijfloop



“Wees consequent en daag jezelf uit om je aan de deadline te houden”.



# Het nut van een Blogplanner

Onderwerp/Titel	Zoekwoord	Publicatiedatum	Beeld	Social Media	Opmerkingen
Hierin geef je aan waar het blogartikel over gaat. Misschien heb je al gelijk 'die pakkende en briljante blogtitel' maar dat kan ook nog in een later stadium.	Bepaal je belangrijkste zoekwoord(en) dat je helpt bij SEO (zoekmachine-optimalisatie).	Vul hier de streefdatum in wanneer je je blogpost wilt plaatsen op je website.	Heb je al ideeën over beeld dat je bij je blog wilt gebruiken omschrijf dan hier wat voor een soort foto je in gedachte hebt.	Op welk Social Media platform ga je je blog delen?	Hier kan van alles komen te staan; achtergrondinformatie, interne of externe links, tussenkoppen. etc.

## Hoe eng en groot zijn nú jouw 'beren'?



1. Wie zit er nou op mij te wachten?

---



Je nieuwe klant!

2. Ik heb daar écht geen tijd voor!

---

Maak van  
GEEN tijd  
PRIORITIJT!





### 3. Wat zullen ze wel niet denken?

---



Dat jíj de expert bent!

4. Ik heb nog nooit een blog geschreven;  
ik kan dat vast niet...

---



# Typisch geval van **KOUDWATERVREES**



"Ik heb het nog nooit gedaan,  
dus ik denk dat ik het wel kan"

5. En dan gaan ze ook nog reageren...

---

Dat hoop ik voor je;  
wees blij!





6. Ik zie er eigenlijk het nut niet van in.

---



Al eens gehoord van het  
**Know-Like-Trust-principe?**

# Het Know-Like-Trust principe

## Know

- Klanten moeten je eerst **leren kennen** en van je bestaan afweten. *Je laat je zien en horen*

## Like

- Vervolgens moeten ze je ook gaan **waarderen** en **aardig** vinden. *Je deelt je kennis met jouw persoonlijke 'sausje'*

## Trust

- Maar voordat klanten tot de koop overgaan, moeten ze je ook **vertrouwen** en ervan overtuigd zijn dat *jij het beste product/dienst aanbiedt*

## Het Know-Like-Trust principe

Trust

- Mensen geloven eerder aanbevelingen van bekenden dan van reclames.
- Aanbevelingen van anderen zijn dus erg waardevol om het vertrouwen op te bouwen.
- Richt een pagina in op je website met klantreacties (testimonials, reviews)

Extra  
Tip

## Wat je je kunt afvragen...

---

Je wilt je klantenkring graag vergroten maar weet niet goed hoe je dit moet aanpakken. Wat je je kunt afvragen is het volgende:

- Is jouw website alleen een online visitekaartje?*
- Weten jouw potentiële klanten wie je bent?*
- En weten ze wat jij doet?*
- Wat is jouw toegevoegde waarde?*

## Met je kop boven het maaiveld





## Met je kop boven het maaiveld

Bescheidenheid siert de mens. Een mooi gezegde, maar als ondernemer zul je toch je kop boven het maaiveld moeten uitsteken.

Hoe eng is dat, zichtbaar worden? Nou, best wel eng. Tenminste, zo lijkt het in het begin.

### TIPS om het wat minder eng te maken

1. Blijf dicht bij jezelf
2. Vertel op een authentieke manier jouw verhaal
3. Deel jouw passie en kennis op jouw specifieke manier

## Geef jezelf een podium

Geef jezelf meer status dan je tot nu toe deed. Jij biedt namelijk de oplossing(en) voor je klanten. Door te gaan schrijven over jouw vakgebied, voorzien van jouw persoonlijke sausje, wekt dat vertrouwen naar je (toekomstige) klanten maar **zeker ook naar jezelf.**

## Samenvatting en conclusies

1. Je blog is het hart van je bedrijf
2. Geef waarde / deel je kennis
3. Spreek de taal van je klant
4. Gebruik een blogplanner
5. Bedenk Briljante Blogtitels
6. Hanteer een goede opbouw van je blog
7. Bepaal het focus zoekwoord (SEO)
8. Deel je blog op social media
9. Houd vol
10. Houd vol





Last but not least





Waar wacht je nog op?



*Je hoeft niet goed te zijn  
om te beginnen.  
Je moet wel beginnen  
om goed te kunnen zijn.*







**Hoe kan ik je  
helpen met  
jouw  
blogavontuur?**

[www.blogbureau.nl](http://www.blogbureau.nl)



**Hoe kan ik je  
helpen met  
jouw  
boek?**

[www.hetboekenschap.nl](http://www.hetboekenschap.nl)

