Claim je online podium

Trede 6: Aanvalsplan online zichtbaarheid

Mieke Verhoef

Je DNA-paspoort, check. Je pitch, check. Belemmerende overtuigingen ombuigen naar motiverende gedachten, check. Je niche bepaald, check. Je aanbod aantrekkelijk geformuleerd, check. LinkedIn-profiel aangescherpt, check. Dagelijks je maximaal 15 ideale klanten uitnodigen voor je netwerk, check. Weten hoe je het spel van LinkedIn wint, check. Je hebt al heel wat stappen gezet naar het claimen van je online podium. Ontzettend goed van je!

Nu is het belangrijk dat je niche jou en je onweerstaanbare aanbod ook gaat zien. Dat je opvalt bij de juiste mensen. Inspireert. Triggert. Tips geeft. Helpt. Daar heb je een plan voor nodig. Je aanvalsplan voor je online zichtbaarheid. Die maak je deze trede. Na deze trede plannen we een 1 op 1 sparsessie in. Dan nemen we je plan door en scherpen we hem waar nodig aan, zodat je klaar bent voor je grote SHOW UP!

Content marketingmissie

Wat wil je bereiken met je content?

Natuurlijk wil je dat je niche loyaal en betrokken wordt, is en blijft. Denk daarom als een uitgever. Zo ben je consistent online zichtbaar, draagt elke update bij aan het versterken van je expertstatus en blijf je weg van hagelschieten. Een contentmarketingmissie helpt je om content te maken die aansluit bij je doel én helpt je om relevant en waardevol te zijn voor je publiek.
Je contentmarketingmissie bestaat uit 3 elementen:

1. Je niche
2. Het resultaat voor je niche
3. Omschrijving van de informatie die je biedt en de regelmaat waarop je dat doet

Leuk zo'n 1,2,3-tje. Maar hoe vertaal je dit naar de praktijk? Komt ie, hiernaast zie je mijn contentmarketingmissie.

Wat wil jij bereiken met je content? Wat geef jij vanuit jouw oprechte intentie? Pas de 3 elementen toe en vertaal die naar jouw missie. Als je het lastig vindt, spiek bij die van mij. Misschien inspireert het je.

Ondernemers (niche) helpen groeien in online zichtbaarheid, expertstatus en klanten (resultaat) door hen dagelijks te inspireren met content, zoals blogs, nieuwsbrieven en social posts waarin ik waardevolle en relevante informatie geef en mijn visie en kennis deel (hoe + regelmaat).

Mijn contentmarketingmissie:

Tip:

Hang je contentmarketingmissie op bij je werkplek. Maak hem zichtbaar voor jezelf. Zodat je er niet omheen kan, hem dagelijks ziet en het gaat DOEN.

Kapstokken voor je content

Denk vanuit thema's en rubrieken

Thema's en rubrieken zijn kapstokken voor je content. Denken vanuit thema's en rubrieken maakt consistent online zichtbaar zijn zoveel makkelijker voor je. Thema's zijn overkoepelende onderwerpen. Welke thema's leven er bij jouw niche? Hieronder zie je een aantal thema's. Benoem 3 thema's die leven bij je niche.

Over deze thema's ga ik komende 3 maanden updates posten op LinkedIn

1.
2.
3.

Geld, sparen, ondernemen, recht, samenwonen, trouwen, zwanger, baby, kinderen, huis kopen, scheiden, pensioen, overlijden, tweede woning kopen, hypotheek, autorijden, schade, onderhoud, kunst, vakantie, sporten,gezondheid, voeding, leefstijl, meditatie, mindset.

Popcorn!

Zet je mind op standje brainstorm. Laat de popcorn volop ploffen. Bepaal per thema 5 onderwerpen waarmee je inzoomt op de pijn, problemen en wensen van je klant.

Bijvoorbeeld:
Thema: Geld

Onderwerp 1: Besparen
Onderwerp 2: Passieve inkomsten generen
Onderwerp 3: Geld voor later
Onderwerp 4: Hypotheek
Onderwerp 5: Beleggen

Thema 1:

Onderwerp 1:

Onderwerp 2:

Onderwerp 3:

Onderwerp 4:

Onderwerp 5:

Thema 2:

Onderwerp 1:

Onderwerp 2:

Onderwerp 3:

Onderwerp 4:

Onderwerp 5:

Thema 3:

Onderwerp 1:

Onderwerp 2:

Onderwerp 3:

Onderwerp 4:

Onderwerp 5:

Bepaal per onderwerp vervolgens 5 subonderwerpen.

Bijvoorbeeld:
Thema: Geld
Onderwerp: Besparen
Subonderwerp 1: Vaste lasten
Subonderwerp 2: Verzekeringen
Subonderwerp 3: Verduurzamen
Subonderwerp 4: Kleiner wonen
Subonderwerp 5: Aflossen

Vind je dit lastig? Een aantal tips:

1. **Google je onderwerp en laat je inspireren**
2. **Surf naar answerthepublic.com, voer daar je onderwerp in en ontdek alle vragen over jouw onderwerp**
3. **Bezoek websites over je onderwerp en check de topics**

Thema 1:	
Onderwerp:	
Subonderwerp 1:	
Subonderwerp 2:	
Subonderwerp 3:	
Subonderwerp 4:	
Subonderwerp 5:	

Thema 2:	
Onderwerp:	
Subonderwerp 1:	
Subonderwerp 2:	
Subonderwerp 3:	
Subonderwerp 4:	
Subonderwerp 5:	

Thema 3:	
Onderwerp:	
Subonderwerp 1:	
Subonderwerp 2:	

Subonderwerp 3:

Subonderwerp 4:

Subonderwerp 5:

Rubrieken

Rubrieken houden je thema's spannend en geven je structuur (en rust). Hieronder zie je een aantal rubrieken plus voorbeelden. Kies 5 rubrieken uit.

Rubriek:	Visie delen op ontwikkeling
Voorbeeld:	Yoga steeds populairder onder ouderen Lage hypotheekrente funest voor mensen met een lange rentevaste periode

Rubriek:	Inhaken op een dag
Voorbeeld:	Motivatiemaandag, mondaymood, tiptuesday, wednessdaywisdom, wealthywednessday, throwbackthursday, videovrijdag, financieelfitvrijdag, zendag, sunyay

Rubriek:	Vraag en antwoord
Voorbeeld:	Welke yogahouding helpt bij rugklachten? Is mijn verzekering dagelijks opzegbaar?

Rubriek:	De beste
Voorbeeld:	Yogahoudingen bij rugklachten Podcasts voor ondernemers

Rubriek:	Advies
Voorbeeld:	Jij over onderwerp X Doe deze yogahoudingen niet als je zwanger bent Zo win je als vrouw de worsteling met 'de mening van de ander' Deze verzekeringen heb je echt niet nodig

Rubriek:	Uitleg
Voorbeeld:	Yoga volgens Jip & Janneke
	Huis kopen volgens Jip & Janneke

Rubriek:	Volgen
Voorbeeld:	Een dag op pad met ... jou!
	Ik vertrek

Rubriek:	Nieuws uit je bedrijf
Voorbeeld:	Nieuwe medewerker
	Wij gaan verhuizen

Rubriek:	Alles over X
Voorbeeld:	Het effect van pilates op je lichaam
	Elektrische auto verzekeren
	Inbraak tijdens vakantie

Met deze 5 rubrieken ga ik komende 3 maanden aan de slag:

1.

2.

3.

4.

5.

Het grote geheim....

En dan nu, het grote geheim om bijna moeiteloos consistent online zichtbaar te zijn. Het geheim voor slimme marketing is contentcuratie. Elk onderwerp staat voor 1 week. Vul het volgende schema in en ontdek de magic!

Ik als uitgever

Het onderwerp deze week is:

Deze updates haal ik uit het ontwerp:

Dag	Post	Subonderwerp	Rubriek
Maandag	1		
Dinsdag	2		
Woensdag	3		
Donderdag	4		
Vrijdag	5		

Zo vertaal je het onderwerp van je nieuwsbrief, blogpost, podcast of video naar 5 social media updates én zoom je dagelijks vanuit een andere invalshoek in op je onderwerp van die week.

Aanvalsplan maken

Vul nu in de kalender je thema, onderwerpen, subonderwerpen, rubrieken en de tekst voor je post in. Tijdens de sparsessie zoomen we hier verder op in en denk ik volop met je mee over je contentkalender en je updates.

Week 1

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 2

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 3

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 4

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 5

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 6

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 7

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 8

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 9

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 10

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 11

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 12

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 13

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 14

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 15

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 16

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 17

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Week 18

Dag	Thema	Onderwerp	Subonderwerp	Rubriek	Update
Ma					
Di					
Wo					
Do					
Vr					

Mieke Verhoef

Jij bent je merk.
Je website is je winkel.
Social media is je etalage.
Sta in de deuropening.
Show up.
Claim je online podium!

www.miekeverhoef.nl
mieke@miekeverhoef.nl
LinkedIn /mieke-verhoef
Instagram: @mieke_verhoef

Deze inhoud is intellectueel eigendom van Mieke Verhoef en mag niet vermenigvuldigd of gedeeld worden met anderen.