



WERKBOEK ONLINE TRAINING

Creëer een persoonlijk & authentiek merk

“THE BIGGEST ADVENTURE
YOU CAN TAKE IS TO LIVE
THE LIFE OF YOUR DREAMS”

- *Oprah Winfrey* -

LOVELY TO MEET

Wat ontzettend tof dat je hebt besloten te investeren in deze training. In de komende 10 lessen helpen wij je om een persoonlijk en authentiek merk te creëren. Zodat jij op een jouw manier kan opvallen in de markt en je daarmee de klanten kunt aantrekken die echt bij je passen.

We wensen je heel veel plezier en succes.

Lieve groet,
Raisa & Elsa



AANTEKENINGEN TRAINING

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for taking notes during a training session. It occupies the central portion of the page below the title.

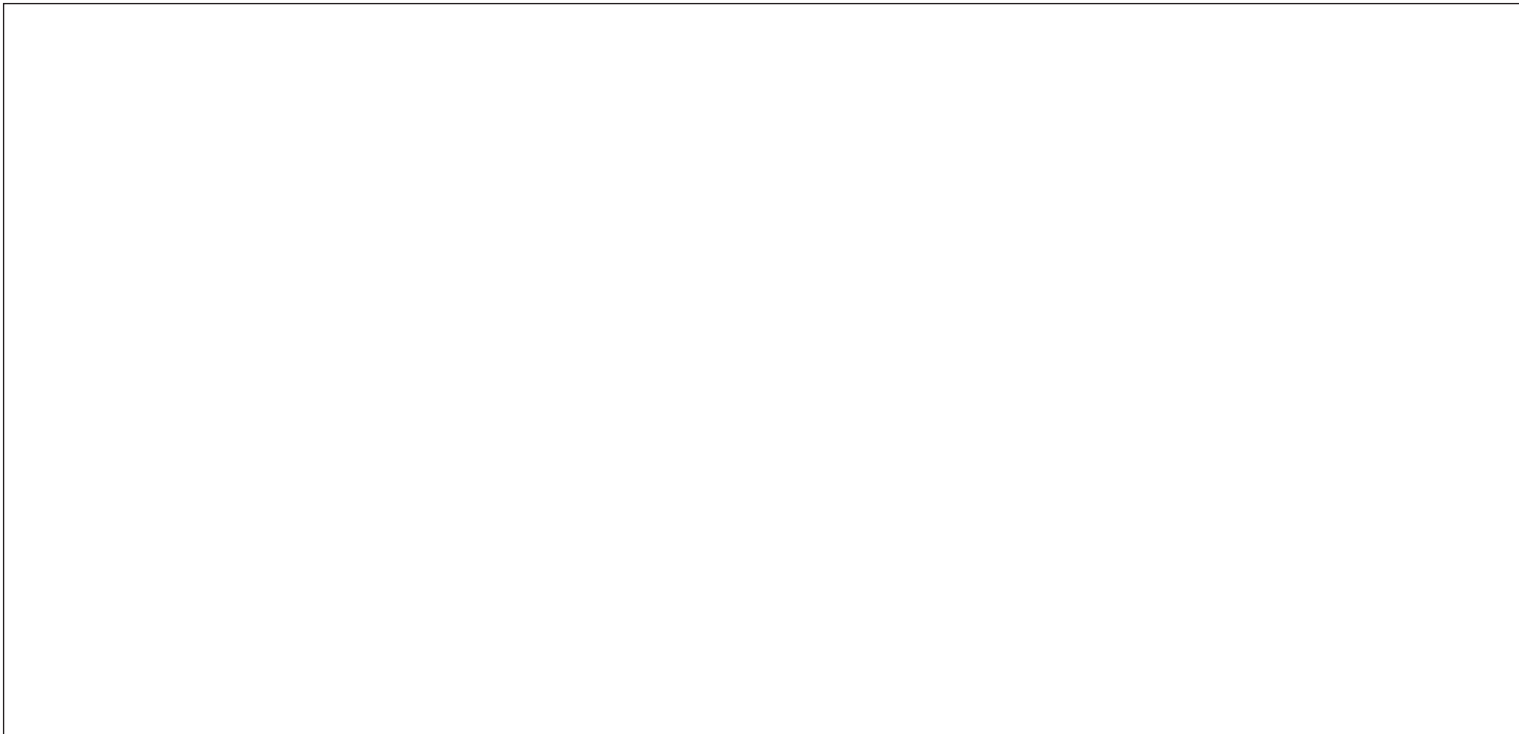
AANTEKENINGEN TRAINING

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for taking notes during a training session. It occupies the central portion of the page below the title.

TRAINING 1

MINDSET RONDOM EEN PERSOONLIJK & AUTHENTIEK MERK

Opdracht 1: Schrijf de belemmerende gedachtes die op dit moment een rol in jouw leven spelen of die in de afgelopen minuten naar boven zijn gekomen op. En zet er een grote streep onder. Zet de video even op pauze terwijl je dat doet.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write down their thoughts as instructed in the task.

TRAINING 1

MINDSET RONDOM EEN PERSOONLIJK & AUTHENTIEK MERK

Opdracht 2: Vervolgens mag je hier minimaal ZEVEN reden opschrijven waarom deze gedachten niet terecht zijn en waarom jij WEL alle recht hebt om dit te doen.

TRAINING 2

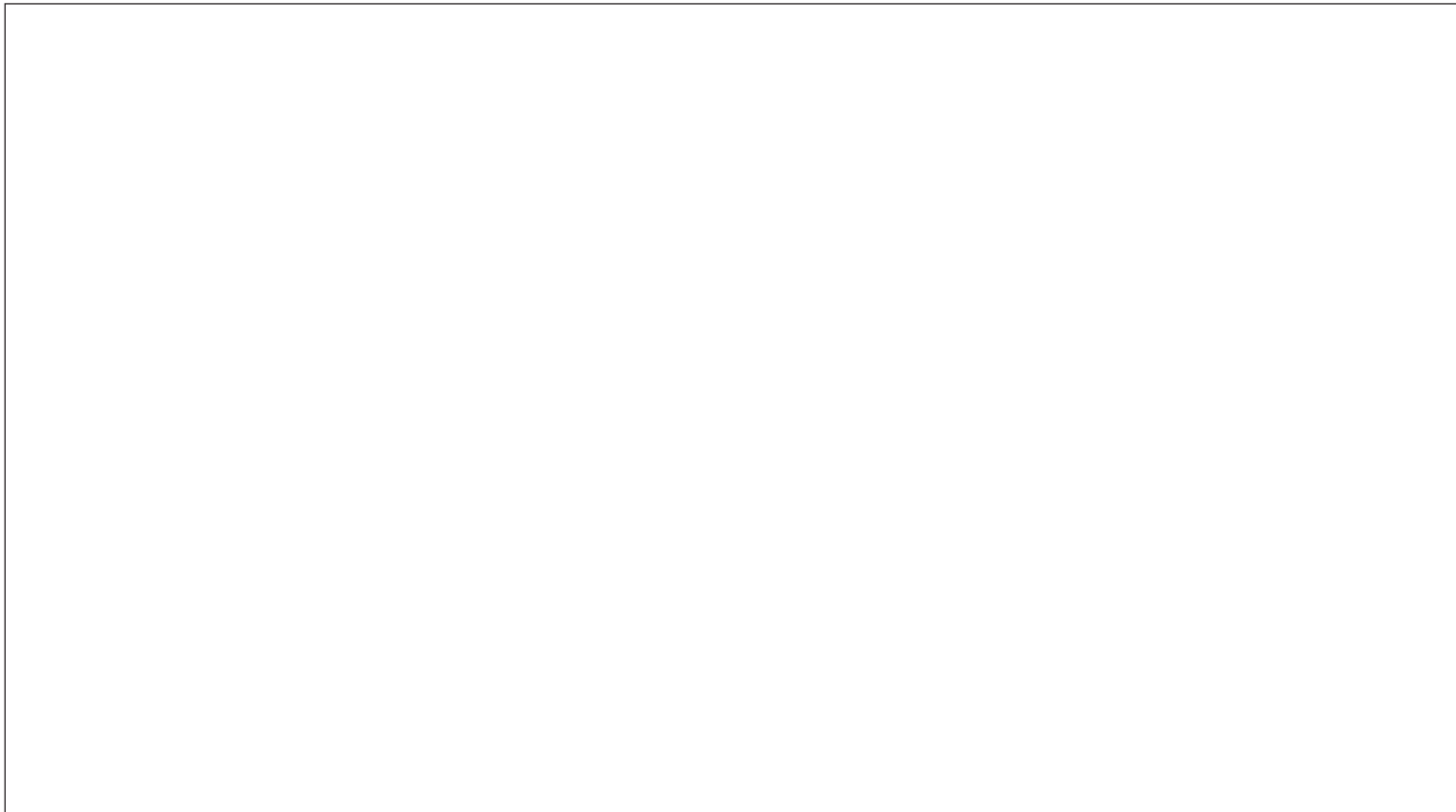
WERKEN AAN AUTHENTICITEIT

Opdracht 1: Iemand die jou online volgt wordt gevraagd wat ze van jou vindt. Hoe denk jij dat die persoon jou zou omschrijven? Ik wil je uitdagen om (zeker als je dit nog nooit hebt gedaan) dit ook gewoon te vragen op social media. Stel de vraag via de stories in combi met de 'vragen' functie en/of in een post op je feed: in welke 3 woorden zou je mij omschrijven? Schrijf hieronder de antwoorden op:

TRAINING 2

WERKEN AAN AUTHENTICITEIT

Opdracht 2: Is dit ook hoe je wil over komen? Zijn er dingen die je graag meer naar voren zou willen laten komen of anders wil?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for a participant to write their response to the assignment question.

PERSOONLIJKE EIGENSCHAPPEN LIJST

Aanpassingsvermogen	Discipline	Inlevingsvermogen	Recht door zee
Aanwezig en profilerend	Discreet	Innovatief en vernieuwend	Rechtvaardigheidsgevoel
Accuraat, nauwkeurig en precies	Doener, praktisch en oplossingsgericht	Inspirerend	Sensitief
Ad rem	Doortastend	Integer en integriteit	Snel schakelen
Afspraak is afspraak	Doorzettingsvermogen	Intuïtie en intuïtief ingesteld	Sociaal
Anticiperen	Eerlijk	Krachtig	Speels
Ambitieuus en grensverleggend	Empathisch, begrijpend en invoelend	Kritisch, alert en waakzaam	Spontaan en spontaniteit
Analytisch	Energiek	Loyaal en trouw	Teamplayer of samenwerker
Autonoom	Enthousiast	Medelijden	Temperamentvol
Bedachtzaam, doordacht en weloverwogen	Einzelgänger	Moed, moedig en durf	Toegankelijk en benaderbaar
Bescheiden	Flexibiliteit	Ontspannen, relaxt en tevreden	Toewijding en toegewijd
Behulpzaam en hulpvaardig	Gedreven en gedrevenheid	Oog voor details	Verantwoordelijkheidsgevoel
Betrokken en betrokkenheid	Geduldig	Open, openheid en openhartig	Verbindend
Betrouwbaar	Genuanceerd	Oprecht	Volhardend
Collegiaal	Gevoelig en gevoelsmens	Meegaand en volgbaar	Vurig en fel
Compassie	Harmonie, eenheid en saamhorigheid	No nonsens	Welbespraakt
Concreet	Heftig en intens	Nuchter	Wilskracht en vastberadenheid
Consequent	Helicopterview	Opschieten	Zachtaardig of zachtmoedig
Consciëntieus en gewetensvol	Hoogsensitief	Optimistisch	Zakelijk en zaakgericht
Creatief	Humor en humoristisch	Ordelijk, systematisch en gestructureerd	Zelfcompassie
Daadkrachtig	Improviseren	Prestatiegericht	Zorgvuldig
Directief		Realistisch	Zorgzaam

TRAINING 2

WERKEN AAN AUTHENTICITEIT

Welke woorden van de persoonlijke eigenschappenlijst spreken je aan? Welke woorden omschrijven jou het beste?

Kies vervolgens vijf woorden uit die voor jou echt symboliseren waar jij voor staat. Wat vind je belangrijk vind en wat wil je met je merk wil uitstralen?

TRAINING 2

WERKEN AAN AUTHENTICITEIT

Als je vijf woorden hebt uitgekozen, mag je deze in volgorde zetten van 1 - 5. Welke is voor jou het belangrijkste? Vervolgens mag je per woord jouw persoonlijke associatie hieraan toevoegen. Omdat iedereen ook altijd weer een andere invulling van een woord heeft. Dus stel dat jij het woord: 'Krachtig' of bijvoorbeeld 'verbindend' hebt uitgekozen - wat betekenen deze woorden voor jou? Welke invulling staat hier voor jou aan gelijk ten opzichte van je bedrijf?

TRAINING 3

BRENG FOCUS AAN IN JOUW BOODSCHAP

Opdracht 1: Wat zijn jouw persoonlijke redenen om een succesvol bedrijf te willen runnen? Wat betekent dit voor jouw leven? En voor de mensen om je heen?

Opdracht 2: Wat zijn jouw redenen om te doen wat je doet, naar je klanten toe? Waarom heb jij een passie voor deze doelgroep? En waarom wil jij ze graag helpen?

TRAINING 3

BRENG FOCUS AAN IN JOUW BOODSCHAP

Opdracht 3: Schrijf je brand statement aan de hand van het beantwoorden van de volgende vragen:
Wat doe je? Waarom doe je wat je doet? Voor wie doe je dit? En hoe onderscheid je je in de markt?

Vraag 1: Wat doe je?

Vraag 2: Waarom doe je wat je doet?

Vraag 3: Voor wie doe je dit?

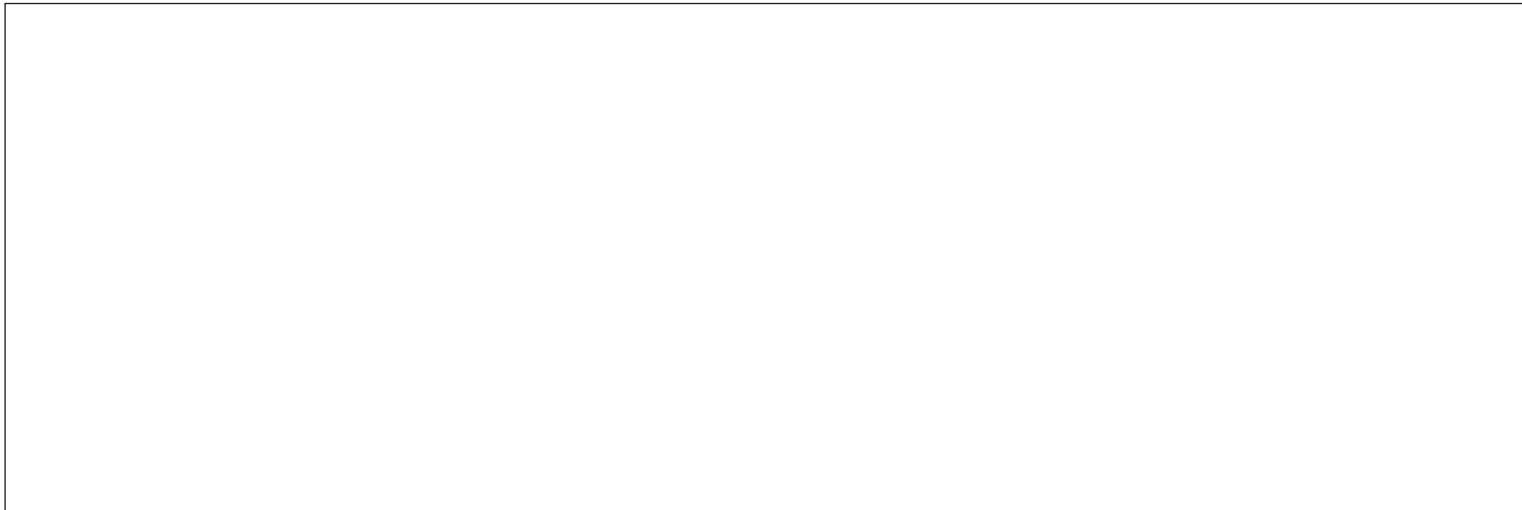
TRAINING 3

BRENG FOCUS AAN IN JOUW BOODSCHAP

Vraag 4: Hoe onderscheid jij jezelf in de markt?



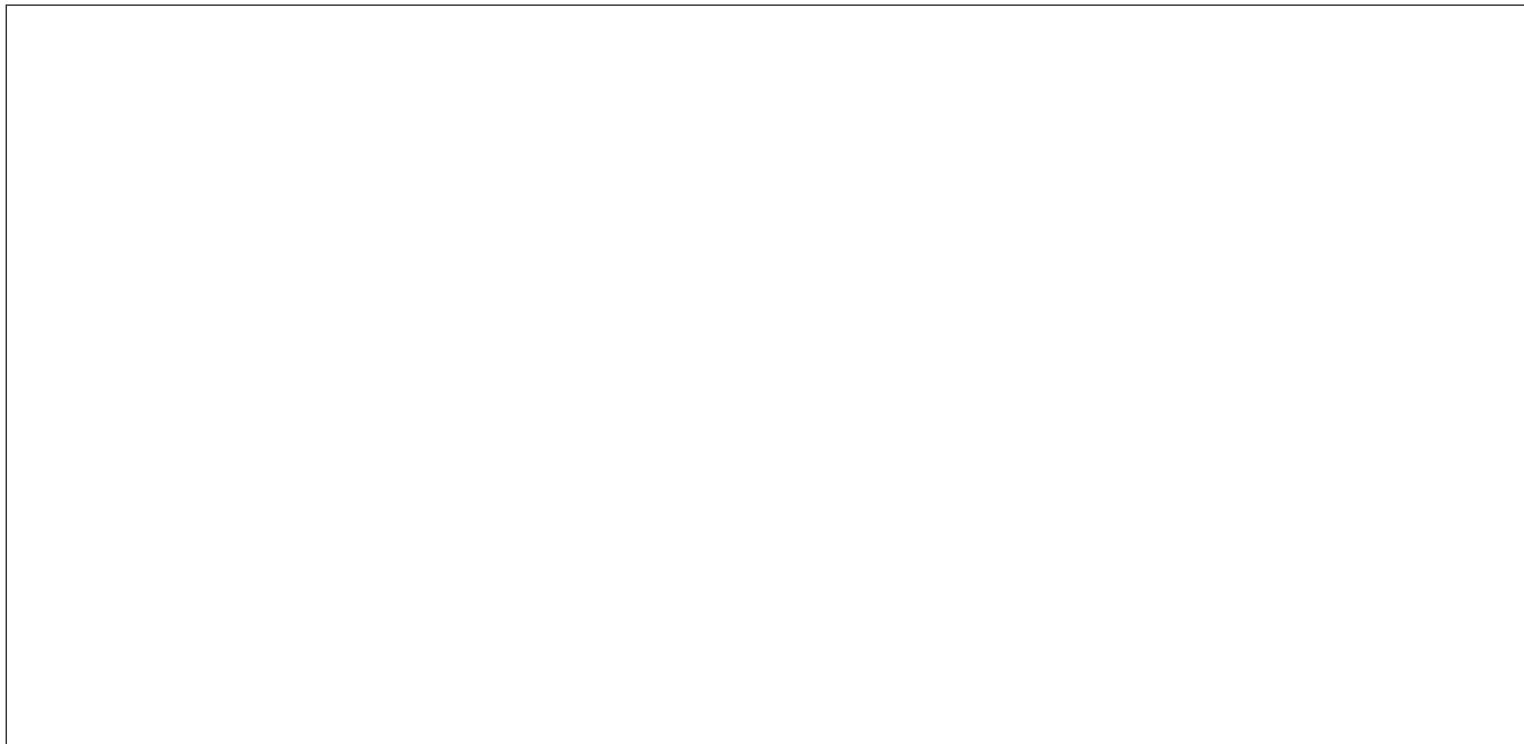
Schrijf je brand statement aan de hand van de post-it methode, zoals uitgelegd in de video.



TRAINING 3

BRENG FOCUS AAN IN JOUW BOODSCHAP

Als je jouw boodschap en dat wat je globaal doet, zou moeten bundelen in ca. 6 - 9 categorieën; welke zijn dat dan? Probeer om er maximaal drie tot vier specifiek over je werk te laten gaan.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their response to the training exercise.

“JE MERK IS NIET WAT JIJ DOET.
JE MERK IS EEN SAMENVATTING VAN
WIE JIJ BENT, WAT JE ZEGT EN HET
BELANGRIJKSTE; HET GEVOEL DAT
JE MENSEN MEE GEEFT. ”

- onbekend -

TRAINING 4

FINDING YOUR TRIBE: LEER JE IDEALE KLANT KENNEN

Opdracht 1: Welke ervaring geef jij jouw mensen als ze met jou werken? Of welke ervaring zou je mee willen geven? En hoe kun je deze ervaring doortrekken naar je social media of bijv. je nieuwsbrief? Hoe kan je zorgen dat mensen dit gevoel al (deels) krijgen als ze je volgen?

TRAINING 4

FINDING YOUR TRIBE: LEER JE IDEALE KLANT KENNEN

OPDRACHT 2: Definieer je ideale klant

Wie is de klant voor wie jouw kernboodschap écht bedoeld is?

☐ Man

☐ Vrouw

Gezinsstatus

☐ Single

☐ Relatie

☐ Getrouwd

☐ Gescheiden

☐ Anders nml:

Leeftijdscategorie (yup, kies er 1)

☐ 20 – 25

☐ 25 – 30

☐ 30 – 35

☐ 35 – 40

☐ 45 – 50

☐ 50 – 55

☐ 55 – 60

☐ 60 >

TRAINING 4

FINDING YOUR TRIBE: LEER JE IDEALE KLANT KENNEN

Kinderen

☐

Nee

☐

Ja, aantal:

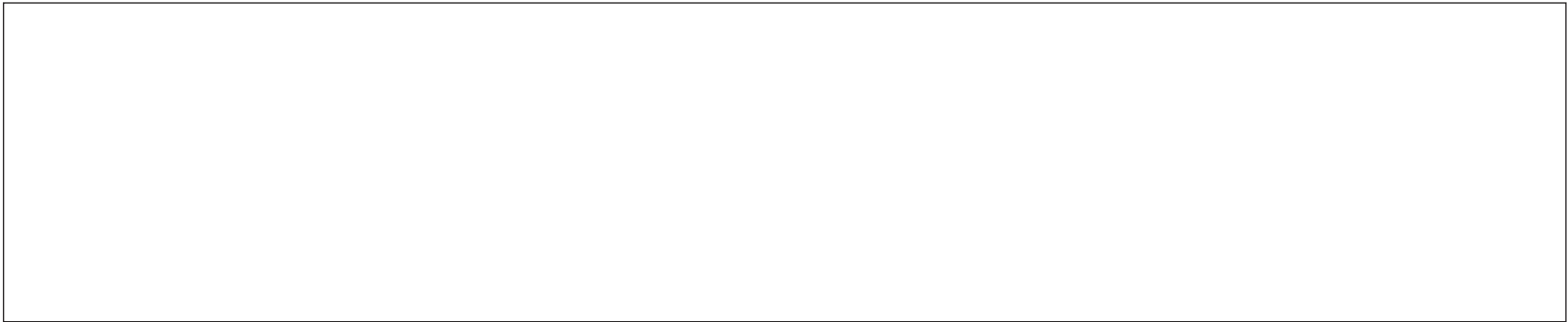
Ligt zijn/haar behoefte op prive of zakelijk gebied?

Wat is zijn/haar behoefte?

TRAINING 4

FINDING YOUR TRIBE: LEER JE IDEALE KLANT KENNEN

Welk verschil maak jij in het leven van deze persoon?



Waarom is jouw bedrijf een match voor deze persoon?



TRAINING 4

FINDING YOUR TRIBE: LEER JE IDEALE KLANT KENNEN

Wat ik nog meer heb ontdekt over mijn ideale klant:

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their findings about their ideal customer.

TRAINING 5

EEN STERKE CONNECTIE MET JOUW DOELGROEP

Opdracht 1: Wat voor soort relatie wil je opbouwen met je toekomstige klanten? Gebruik bijvoegelijknaamwoorden om de relatie te specificeren. Omschrijf daarna ook wat jouw associatie is bij deze relatie. Hoe gaan de mensen in deze relatie met elkaar om?

PERSOONLIJKE EIGENSCHAPPEN LIJST

Toegenegen	zelfbewust	verwachtingsvol	verbaasd
Zelfverzekerd	vernieuwd	levendig	uitbundig
Verfrist	geïnteresseerd	Vredig	Vrolijk
Betrokken	zachtmoedig	verlangend	rustig
Hartelijk	Gestimuleerd	gelukkig	verbluft
Gesterkt	geïntrigeerd	enthousiast	uitgelaten
Gestimuleerd	warm	verrast	Blij
Aandachtig	Dankbaar	gerust	sereen
liefdevol	Energiek	helder	verlangend
open	enthousiast	hartstochtelijk	verrukt
trots	nieuwsgierig	versterkt	frivool
hersteld	Hoopvol	kalm	stil
betoverd	Erkentelijk	opgewekt	geamuseerd
teder	geanimeerd	verwonderd	tevreden
vastberaden	verdiept	ontspannen	versterkt
uitgerust	Bemoedigd	geprikkeld	Geïnspireerd
geboeid	geraakt	opgewonden	vervuld
vol mededogen	gepassioneerd	vurig	Onder de indruk
veilig	waakzaam	opgelucht	opgetogen
zeker	optimistisch	levendig	voldaan
gefascineerd	ontroerd	stralend	uitbundig
vriendelijk	geprikkeld	gemak	verwonderd

TRAINING 5

EEN STERKE CONNECTIE MET JOUW DOELGROEP

Opdracht 2: Welk gevoel/emotie wil jij dat je klant ervaart, wanneer ze met jouw werken en/of wanneer ze klaar zijn? (zie vorige pagina) Kies vervolgens vanuit de verschillende gevoelens één gevoel die voor jou het belangrijkste is en voorop staat in het gevoel dat jij je klant wil meegeven.

TRAINING 5

EEN STERKE CONNECTIE MET JOUW DOELGROEP

Opdracht 3: Schrijf minimaal 5-10 ideeën op hoe jij kunt zorgen dat jouw klanten dit gevoel ervaren wanneer ze met je werken.

Opdracht 4: Bedenk ook hoe jij er voor kan zorgen dat mensen dit gevoel ook al online kunnen ervaren, wanneer ze je bijv. op social volgen, op je website terecht komen of je nieuwsbrief lezen.

TRAINING 5

EEN STERKE CONNECTIE MET JOUW DOELGROEP

Opdracht 5: Als je naar de relatie kijkt die je eerder hebt opgeschreven - Welke 'tone of voice' hoort dan bij deze relatie. Hoe praten de mensen in deze relatie met elkaar? Is dat wat zakelijker of juist heel informeel? Maken ze veel grapjes of hebben ze bijv. diepe persoonlijke gesprekken?

Karakter (hoe klinken je)

- vriendelijk
- humoristisch
- creatief
- autoritair
- professioneel
- inspirerend

Toon / sfeer

- informeel
- persoonlijk
- eerlijk
- direct
- no-nonsens
- zakelijk

Taalkeuze

- simpel / gemakkelijk
- met jargon
- serieus
- vrolijk / actief / grappig
- informatief / uitgebreid
- complex

Doel

- verkoop
- informatie
- educatief (laag 2)
- vermaken (laag 1)
- betrokkenheid vergroten
- autoriteit laten zien

extra toevoeging:

TRAINING 5

EEN STERKE CONNECTIE MET JOUW DOELGROEP

Opdracht 6: Even een checklist tussendoor

☐

Staat je naam duidelijk op je website en op je social media kanalen?
(ZO belangrijk! Ga er nooit vanuit dat mensen je wel kennen/weten hoe je heet.. ;))

☐

Deel je op social media informatie die te maken heeft met jouw 'waarom' en dat wat je wilt overbrengen door je bedrijf?

☐

Klopt jouw huidige tone of voice met het soort relatie dat je wilt met je klanten en de boodschap die je over wil brengen?

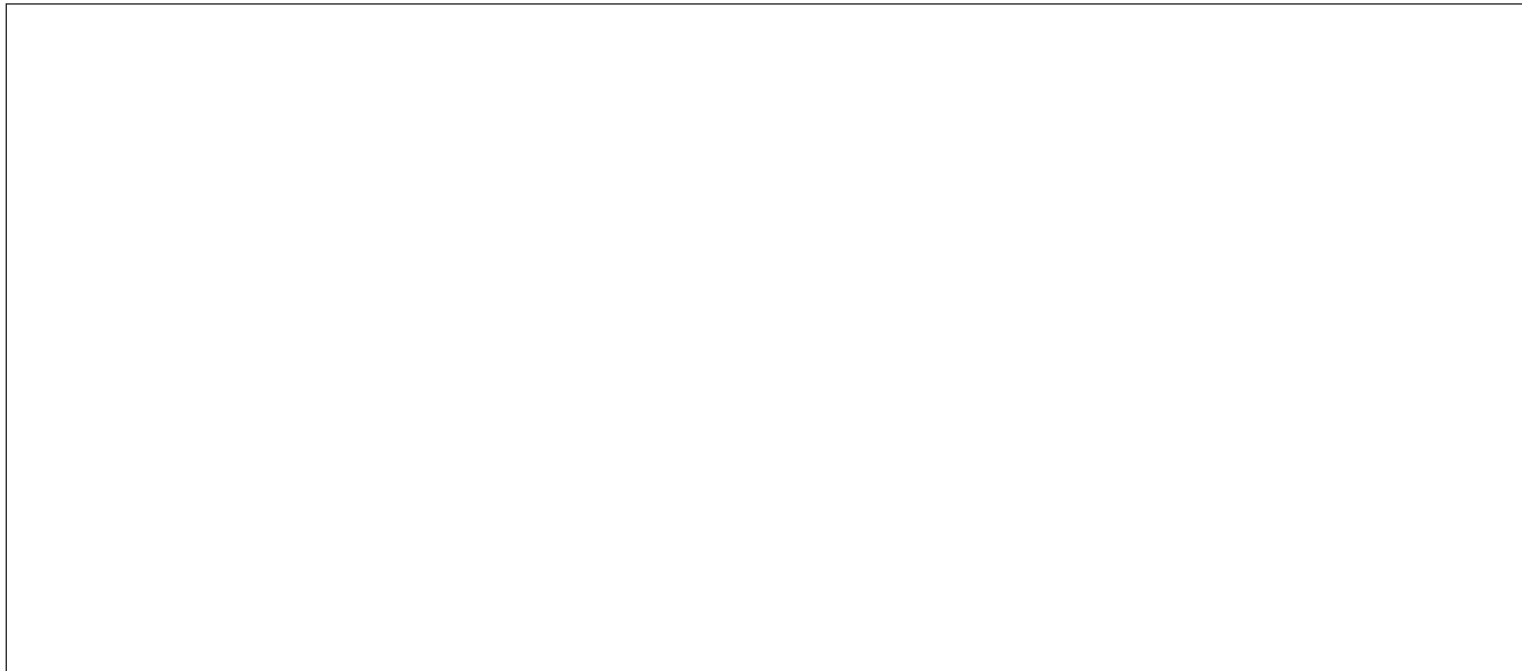
☐

BONUS IDEE: Stel jezelf voor in de hoogtepunten op social media.

TRAINING 5

EEN STERKE CONNECTIE MET JOUW DOELGROEP

Opdracht 7: Als je dat waar jij voor staat, wat je wilt overbrengen en wat je doet zou samenvatten in 6-9 categorieën voor social media - welke zijn dat dan? Dit zijn categorieën die jou helpen om je social media posts in te plannen, zodat je een goede afwisseling hebt van de onderwerpen waar je het op jouw social media over kunt hebben.



TRAINING 6

SCHRIJF EEN MANIFEST VOOR JOUW MERK - CHECKLIST

- | | |
|--|--|
| ☐ Je kernboodschap | ☐ Waar wil je heen met je bedrijf? De stip op horizon (voor zover je nu kunt dromen.. ;)) waar je naar toe wilt werken? |
| ☐ Waarom je doet wat je doet | |
| ☐ Waarom jouw bedrijf moet bestaan | ☐ Waar droom jij van om waar te kunnen maken? Met je bedrijf of in het leven? |
| ☐ Wat is jouw visie op de wereld en je bedrijf? | ☐ Wat betekent geluk voor jou? |
| ☐ Wat zijn jouw kernwaarden | ☐ Waar droom jij van dat waar wordt in jouw leven? |
| ☐ Wat is belangrijk voor je | ☐ Wat zijn voor jou onbetaalbare momenten? Momenten waar je je intens gelukkig voelt? |
| ☐ Waar geloof je in / wat geloof je dat waarheid kan worden? | ☐ Welke dingen zorgen bij jou dat je je in balans voelt? |
| ☐ Hoe wil je met je klanten omgaan | ☐ Welke boodschap wil jij jezelf meegeven over de manier waarop je het leven leeft? |
| ☐ Welk gevoel wil je ze meegeven & waarom | |
| ☐ Wat wil jij je klanten meegeven? Waar wil je ze mee te kunnen helpen? | |

TRAINING 7

ZES LESSEN RONDOM HET ONDERNEMEN VANUIT AUTHENTICITEIT

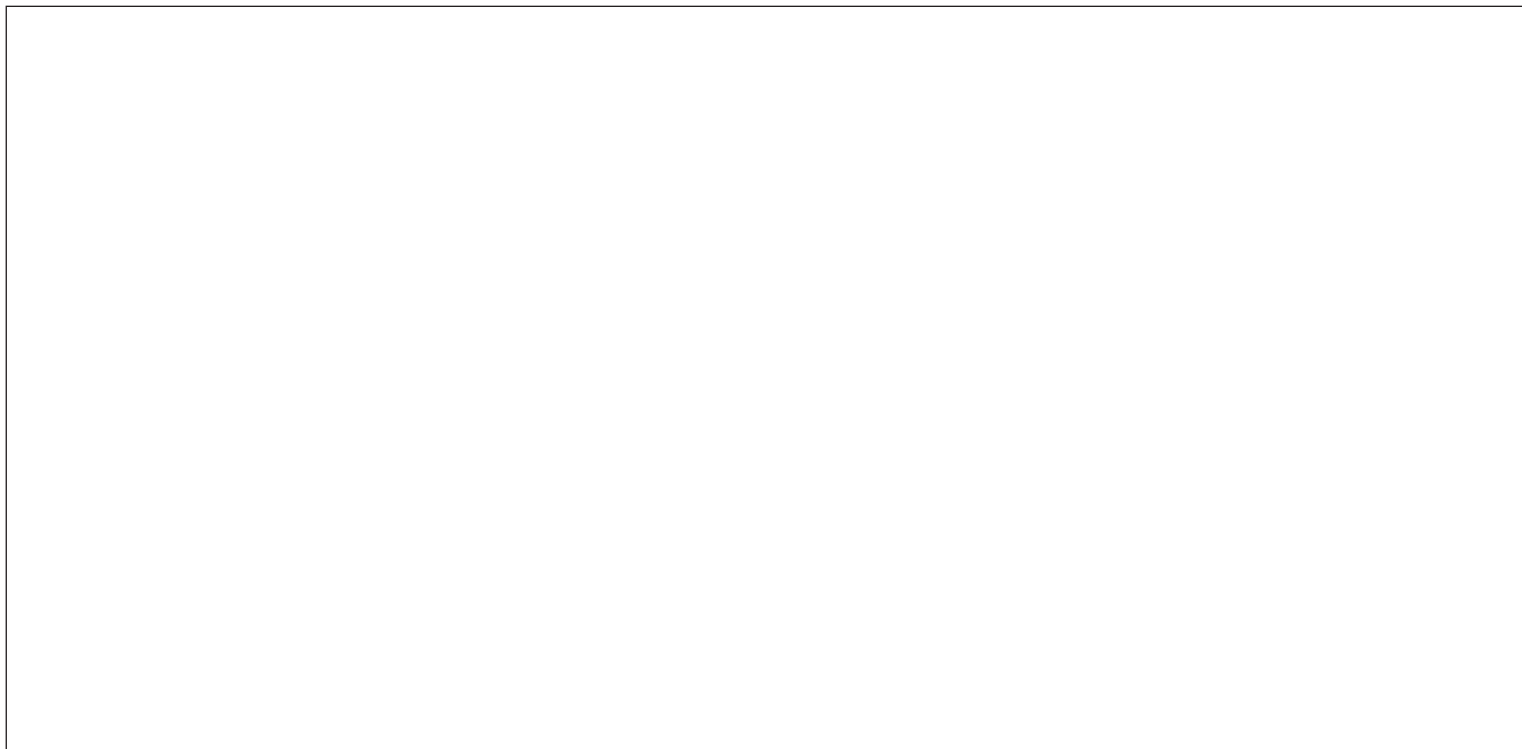
Opdracht 1: Welk punt(en) zet jij ook in voor jouw bedrijf?

Opdracht 2: Ben je hier tevreden mee of zou je hier nog iets in willen verbeteren? Zo ja; wat?

TRAINING 7

ZES LESSEN RONDOM HET ONDERNEMEN VANUIT AUTHENTICITEIT

Opdracht 3: Staat er een onderwerp tussen waar jij eigenlijk nog niet zoveel mee doet, maar waar je wel meer mee zou willen doen? Zo ja; schrijf dan de eerste drie kleine stappen op die je wilt gaan nemen om dit meer te gaan inzetten in je bedrijf of voor jezelf.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their response to the assignment.

TRAINING 8

CREËER EEN VISUELE UITSTRALING DIE JOUW MERK VERSTERKT

Opdracht 1: Als mijn bedrijf een ... was, dan was het ..., omdat...

Voorbeeld: als mijn merk een drankje was, dan was het een licht zoete cocktail in een chique glas omdat dat voor mij staat voor vrouwelijk en classy. Oké, nu aan jou: vul de opdrachten in.

Als mijn bedrijf een auto was, dan was het
een ..., omdat ...

Als mijn bedrijf een dier was, dan was het
een ..., omdat ...

Als mijn bedrijf een kledingstuk was, dan was het
een ..., omdat ...

Als mijn bedrijf een land was, dan was het
een ..., omdat ...

Als mijn bedrijf een kleur was, dan was het
een ..., omdat ...

Als mijn bedrijf een gerecht was, dan was het
een ..., omdat ...

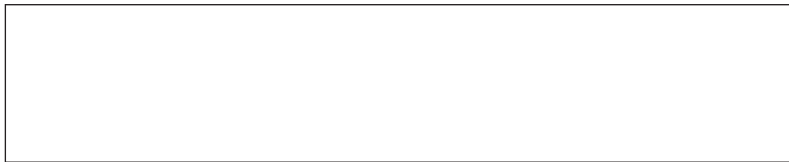
TRAINING 8

CREËER EEN VISUELE UITSTRALING DIE JOUW MERK VERSTERKT

Als mijn bedrijf een natuurgebied was, dan was het een ..., omdat ...



Als mijn bedrijf een vorm was, dan was het een ..., omdat ...



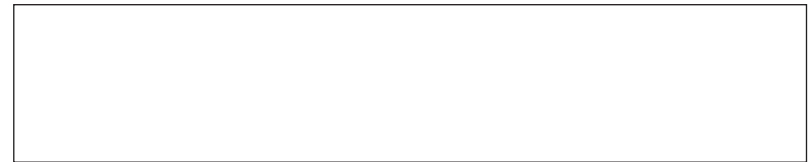
Als mijn bedrijf een smaak was, dan was het een ..., omdat ...



Als mijn bedrijf een interieurstijl was, dan was het een ..., omdat ...



Als mijn bedrijf een film was, dan was het een ..., omdat ...



Als mijn bedrijf een drankje was, dan was het een ..., omdat ...

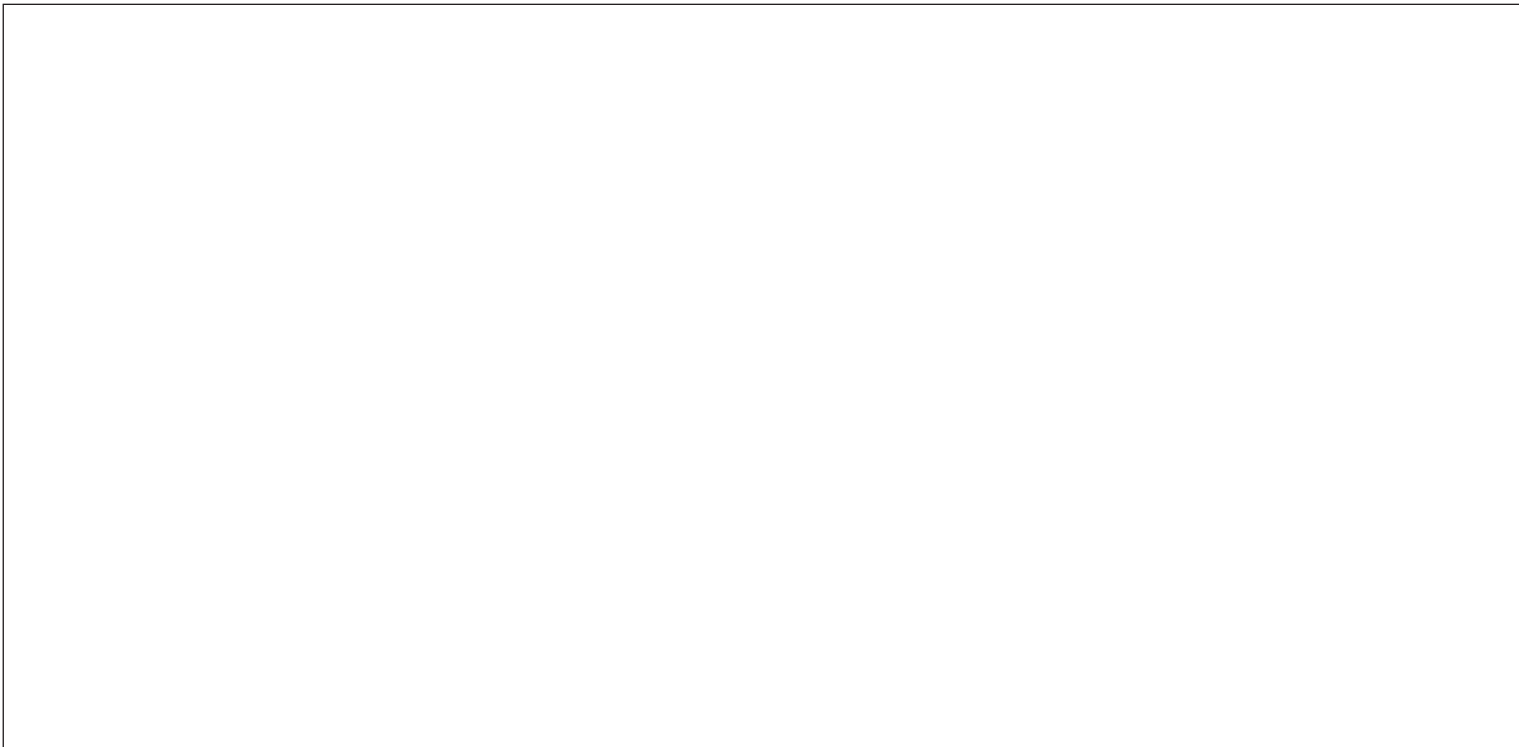


TRAINING 8

CREËER EEN VISUELE UITSTRALING DIE JOUW MERK VERSTERKT

Opdracht 2: Verzamel nu de woorden die het meeste voorkomen achter de 'omdat'.

Kies vervolgens de drie woorden die het meeste met jou en jouw merk resoneren en kies de woorden die je graag wilt uitstralen met je business.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their answers to the assignment.

TRAINING 8

CREËER EEN VISUELE UITSTRALING DIE JOUW MERK VERSTERKT

Opdracht 3: Aan de slag met pinterest n.a.v. de video. Als je het e.a. hebt gepint is het tijd om even tussendoor alvast voor jezelf te checken: Dat wat je nu hebt gepind voor zowel je visuele uitstraling als je foto's; komt dat ook overeen met wat je nu hebt?

Opdracht 4: Noteer welke kleurcodes je hebt uitgekozen voor je branding.

Opdracht 5: Noteer welke lettertypes je hebt uitgekozen voor je branding.

TRAINING 9 CONSISTENCY IS KEY (MAAR OOK: WANNEER MAAK JE UITZONDERINGEN?)

Opdracht 1: Wat zijn de elementen in jouw bedrijf die 'non negotiable' zijn en waar je dus nooit vanaf zou wijken?

Opdracht 2: En wat zijn de elementen waar je juist mee kunt spelen?

TRAINING 10 MAAK EEN SAMENVATTING VAN JE MERK, ALS LEIDRAAD VOOR DE TOEKOMST

Opdracht 1: Wat zijn voor jou de belangrijkste lessen die jij hebt geleerd in deze training?

TRAINING 10 MAAK EEN SAMENVATTING VAN JE MERK, ALS LEIDRAAD VOOR DE TOEKOMST

Opdracht 2: Vat samen hoe jij vanaf nu je business wil runnen. Wat zijn dingen die je vast wilt houden en wat zijn elementen die je graag vanaf nu wilt mee nemen?



BEDANKT!

Bedankt voor je vertrouwen in ons en voor je investering in dit e-book. We hopen dat het je helpt om gericht te adverteren op Facebook & Instagram. En dat het je voldoende ideeën heeft gegeven om weer aan de slag te gaan. Succes! En let's keep in touch.

xo Raisa & Elsa

INSTAGRAM

YOUTUBE

PINTEREST

FACEBOOK

WEBSITE