

Voorwoord

Door Nisandeh Neta

Tien jaar geleden, in de zomer van 2004, begon ik met bloggen. Ik had zes weken vrij genomen om de Camino de Santiago de Compostella te lopen door de Spaanse Pyreneeën. Op dat moment had ik een succesvolle wekelijkse inspiratienieuwsbrief. Ik wist dat ik zes weken weg zou zijn en ik wilde wel in contact blijven met mijn lezers.

Tijdens die veertig dagen kopieerde ik, als ik de kans kreeg en een internetcafé kon vinden, mijn geschreven dagboek naar mijn (toen erg primitieve) WordPressblog. Ik was verrast en verbaasd toen ik zag hoeveel lezers reageerden. Ze stelden vragen en gaven advies. Ik voelde me daardoor niet alleen en het leek alsof we de Camino samen liepen; zij aan zij.

Door die ervaring raakte ik verslaafd.

Ik ging de jaren daarna door met bloggen. De frequentie van mijn blogberichten lag lager, maar het was mijn bedoeling contact te houden met mijn lezers en in gesprek te blijven: hun levens te raken met mijn inzichten en lessen. Het duurde echter enkele jaren voordat ik besepte welke kracht bloggen echt heeft voor een bedrijf.

Sinds 2009 schrijf ik wekelijks een blogartikel op mijn zakelijke blog: www.opencircles.nl/blog, het meest populaire Nederlandstalige zakelijke blog voor kleine ondernemers. Aan het aantal comments per blogartikel is te zien dat het één van de meest populaire blogs in onze niche ter wereld is.

Dit gebeurde niet zomaar van de ene op de andere dag. Het kostte tijd, inzet en toewijding en heel veel vallen en opstaan. Maar in de laatste vijf jaar werd dit kleine nicheblog onze meest waardevolle marketingtool. Het heeft miljoenen euro's aan inkomsten voor ons kleine trainingsbedrijf gegenereerd.

Na honderden blogartikelen en miljoenen views, concludeerde ik dat je met elk bedrijfsblog drie belangrijke doelen moet bereiken om het blog tot een effectieve en krachtige marketingtool te maken:

- Zorg voor top-of-mind awareness bij je (toekomstige) klanten
- Bereik een expertpositie in je vakgebied
- Creëer een veilige plek voor je community (gemeenschap) waarin die gemeenschap kan groeien en waar leden met elkaar kunnen praten en elkaar kunnen ondersteunen

Ik geloof dat wanneer je bloggen serieus neemt, geduldig bent en het strategisch inzet, je bedrijf zal groeien, stap voor stap, dag na dag, door waarde aan de markt te bieden, artikel voor artikel.

Al meer dan vijf jaar leer ik tienduizenden ondernemers om te bloggen en ik heb fantastische resultaten gezien bij mensen die zijn begonnen met bloggen en volhielden.

Esther Molenaar snapt de essentie van bloggen. Ze heeft mijn ideeën uitgevoerd en ze naar een hoger niveau getild. De afgelopen jaren heeft zij ons als blogmoderator geholpen om ons blog tot het grote succes te maken dat het nu is, en ik weet zeker dat zij hetzelfde voor jou kan doen.

Lees haar lessen, volg haar advies, en vooral: houd vol.

Ik wens je veel blogplezier.

Nisandeh Neta
www.OpenCircles.nl

Reacties van experts

“Met *Bloggen doe je zo!* heb je een complete stap-voor-staphandleiding die verder gaat dan alleen bloggen; ook andere aspecten van internetmarketing komen aan bod. Met dit boek kun je direct starten met bloggen. Ook als ervaren blogger zou ik de tips uit dit boek niet willen missen! Mocht je nog twifelen of je wel met bloggen wilt beginnen, doe het gewoon want het is de makkelijkste manier om jezelf als expert in de markt te zetten.”

Hugo Bakker – www.ImplementatieAcademy.nl

“Als ervaren blogger weet ik als geen ander hoe belangrijk het is om goed te bloggen. Je creëert een band met je bezoekers en ziet de bezoekersaantallen groeien. Zo heb ik in de loop van de tijd mijn ‘eigen methode’ ontwikkeld in het bloggen. Echter, na het lezen van het boek *Bloggen doe je zo!* heb ik waardevolle informatie gevonden die mij niet bekend was. Het lezen van het boek resulteerde in het verfijnen van mijn eigen blogs. En dat heeft als resultaat dat er nog meer mensen mijn blog enthousiast volgen en ik nooit meer verlegen zit om een onderwerp!

Een absolute aanrader, of je nu net begint met bloggen of je al jaren blogt, je zult enorme resultaten gaan halen uit dit unieke boek.”

Georgette van Aart – www.WordpressKennisbank.nl

“*Bloggen doe je zo!* is een aanrader voor iedereen die wil beginnen met bloggen of al een blog heeft. Esther Molenaar legt je op een zeer duidelijke manier alle kneepjes van het bloggen uit; ze gebruikt hiervoor de WRITE-methode waardoor je gegarandeerd resultaat behaalt. Erg tof – en waardevol – vind ik ook de opdrachten aan het eind van ieder hoofdstuk. Zo ga je straks de kennis direct in de praktijk toepassen!”

Jacko Meijaard – www.InternetSuccesgids.nl

Ervaringen van cursisten

“Ik ben beginnend blogger en Esther heeft mij goed op weg geholpen met duidelijke adviezen en praktische tips. Ik heb haar boek direct besteld en kijk er naar uit om er mee aan de slag te gaan.”

Willy Valk – Hands on Events

“Esther heeft veel kennis en ervaring met het schrijven van blogs. Daarover heeft ze mij waardevolle tips gegeven. De tips van Esther zijn praktisch, direct toepasbaar en informatief.”

Erika Lunsche – Succes in HR

“Voor mijn nieuwe website *levenzoalsjijwilt.com* wilde ik gaan bloggen. Esther heeft mij laten zien dat dit meer is dan alleen een verhaaltje schrijven. Tijdens de workshop vertelde ze niet alleen wat je moet doen maar vooral ook hoe. En daar heb je wat aan. Je kunt dan direct aan de slag. Ook hoe je een blog indeelt, koppelt en onder de aandacht krijgt, ze weet het allemaal. Zonder eromheen te draaien, in taal die je snapt. Daarbij helpt ze je tussendoor ook nog met tips en trucs om zo snel en efficiënt mogelijk het bloggen onder de knie te krijgen. Ze maakt bloggen leuk!”

Anje Haveman – Future to Build

“Als dyslectische beelddenker heb ik veel ideeën en moeite ze op te schrijven. Esther leerde mij mijn gedachten op papier te zetten. Met haar hulp heb ik in een half uur een prachtig mooi blog geschreven. Fantastisch!”

Janine de Wolf – Praktijk Manitou

Inleiding

I blog therefore I am

De afgelopen vier jaar ben ik in totaal met vier verschillende blogs gestart. Daarvan zijn er drie langzaam in de vergetelheid geraakt. Mijn vergetelheid wel te verstaan. Ik had geen tijd, geen onderwerpen, en twijfelde aan mezelf.

Elke dag komen er blogs bij. Elke dag gaan mensen vol goede moed aan de slag met een blog. Veel van die blogs verdwijnen. Mensen hebben geen tijd, geen onderwerpen en men twijfelt aan zichzelf.

Ben jij ook met je blog begonnen? Vol goede moed ging je aan de slag. Toch? Je wilde je kennis delen, meer omzet, meer bereik en je expertstatus vergroten. Wat houdt jou tegen om je blog tot een succes te maken?

Gebrek aan tijd?

Gebrek aan energie?

Gebrek aan onderwerpen?

Of zijn het bij jou ook de twijfels? En vraag jij je af of je wel kunt schrijven...

Schrijven kun je leren!

Tijdens een training ontmoette ik Sylvia. Haar hele leven hoorde ze dat zij niet kon schrijven en dat ze er ook geen moeite voor hoefde te doen; ze zou het toch niet leren. Sylvia is dyslectisch. Het enige wat zij hoorde was: 'Dat kun jij niet!'

Tijdens de training leerden we een speciale schrijftechniek. Ze was verbaasd over het resultaat. Dat ze een goed verhaal had geschreven, dat mooi was om te lezen, was voor haar een echte doorbraak. Voor

haar waren er geen twijfels, geen blokkades en er was geen kritische stem die behoefte had te corrigeren. 'Ik was in de flow en dat was nieuw voor mij. Het opende nieuwe deuren. Ik kan schrijven en ik laat het daarna wel redigeren' zegt ze zelf. 'Nu weet ik zeker dat ik schrijverstalent heb, want sindsdien heb ik al heel wat mooie teksten geschreven.'

Bloggen is hard werken. Keihard werken.

Jazeker: bloggen is hard werken. Maar je krijgt er ook zo veel voor terug. Bloggen is schrijven over het mooiste vak dat er is: jouw vak! Jouw passie!

Voor mij gaat het om het geloof in je eigen passie, wat die ook is. Is het masseren? Geloof met je hele wezen in jezelf en je eigen kunnen. Is het coachen? Geloof in je hele wezen in jezelf en je eigen coachingsvaardigheden.

Zorg dat je je passie vindt! Met passie voor je vak, kun je succesvol zijn. Zonder die drijfveer houd je het niet vol.

Passie is voor mij met mijn hele wezen geloven in mezelf en mijn eigen talent. Met onophoudelijk bezig kunnen zijn met wat ik leuk vind. Mijn ogen gaan glinsteren wanneer ik het over schrijven en bloggen heb. Mijn hart gaat sneller kloppen en ik wil het wel van de daken schreeuwen.

Nu jij ook aan de slag wilt gaan met bloggen, is het beste advies dat ik je kan geven: schrijf over het mooiste vak ter wereld. Schrijf met passie. Blog met passie voor jouw vak. Leg je hele wezen er in.

Bloggen doe je zo! is een handboek dat je dagelijks kunt gebruiken bij het bloggen. Het bevat informatie over bloggen, systemen die je kunt gebruiken om te schrijven, en een methode om artikelen te schrijven. Het is mijn doel om je met dit boek aan het werk te zetten.

Ik wil je laten zien dat bloggen niet moeilijk is. Je komt sneller aan meer ideeën dan je ooit voor mogelijk had gehouden. Je kunt met dit boek stap voor stap aan de slag.

Starten met bloggen zorgde er niet alleen voor dat ik mijn schrijftalent ontdekte. Het was ook een ontdekking van mezelf en wat ik de wereld mee wil geven via mijn blog.

Bloggen is niet alleen de feitelijkheden van je vak en je kennis toevertrouwen aan het ‘papier’ en delen met een groep mensen. Bloggen is jezelf blootgeven. Jezelf laten zien aan meer dan alleen de mensen op je mailinglijst. Het maakt niet uit waar je over schrijft. Het gaat uiteindelijk over jou, jouw verhaal en hoe jij daarmee een ander kunt en wilt helpen.

Via dit boek wil ik je bij de hand nemen en je laten zien wat de mogelijkheden zijn voor je blog en voor jezelf om je bedrijf te laten groeien en bloeien, want *Bloggen doe je zo!*

Esther Molenaar,
Gepassioneerde blogger en blogcoach

In dit boek krijg je heel veel informatie over bloggen. Graag had ik je nog veel meer verteld over WordPress en Bloggen. Daarom heb ik speciaal voor alle lezers van dit boek een online ledengedeelte met extra video's, e-books en een online community. Voordat je verder leest raad ik je aan om je eerst te registreren op www.bloguniversiteit.nl/leden.

Hoofdstuk 1

Waarom jij moet gaan bloggen

De belangrijkste redenen om te bloggen

Je denkt misschien: Leuk dat inspirerende verhaal in de inleiding. Maar, waarom moet ik nou echt gaan bloggen? Er zijn al zoveel blogs. Wie zit er nu op mijn blog te wachten?

We leven in een tijd waarin technologie en kennis hoogtij vieren. We leven bijna op het internet: we onderhouden relaties via Facebook, doen zaken via LinkedIn en kletsen even snel met elkaar via Twitter en Whatsapp. Bijna alles gaat digitaal en via het internet. De industriële revolutie is voorbij en we leven in het tijdperk waarin kennis macht is. Kennis is volgens mij alleen macht wanneer je het deelt met de wereld. Vroeger kon men kennis beperken tot een kleine groep en hield men de massa dom. Tegenwoordig gaat dat niet meer op. Met Google hebben we toegang tot alle kennis die we maar willen.

Ik zal je de belangrijkste redenen geven waarom jij vandaag nog moet gaan bloggen of, als je een blog hebt, maar er niet veel mee doet, moet heroverwegen wat je met dat blog gaat doen.

Je verhoogt je **expertstatus**: met je blog laat je zien dat jij weet waar het 'pijn' doet bij je klant, zoals een expert of specialist dat weet. En je laat zien dat jij kunt helpen. Jij kent de pijn en jij hebt de oplossing.

Je creëert **online zichtbaarheid**: met een blogartikel blijf je oneindig aanwezig op het web. Het artikel is te vinden via zoekmachines, terwijl een advertentie na één dag alweer is verdwenen. In deze tijd gebeurt veel online. Platforms als LinkedIn (250 miljoen gebruikers) en Facebook (1,1 miljard gebruikers) zijn de laatste jaren explosief

gegroeid. Het is steeds belangrijker dat jij jezelf ook online gaat profileren en je blog is daar het perfecte middel voor. Je gebruikt je blog als uitgangspunt voor je online activiteiten op LinkedIn, Facebook, Twitter en andere platforms die je gebruikt.

Je wordt **gevonden in de zoekmachine**: met je blog vernieuw je met ieder artikel je website. De zoekmachines houden van vernieuwing. Hoe meer waardevolle artikelen jij via je blog deelt hoe hoger jij in de zoekresultaten naar voren zult komen. SEO (Search Engine Optimization) leeft nog steeds. Jouw blog is een waardevolle bijdrage aan je online vindbaarheid.

Je maakt gebruik van het **hefboomeffect**: je bent door je artikel ineens in gesprek met 50 of 100 mensen. Je blog is de hefboom die je gebruikt om meerdere mensen tegelijk te bereiken met dezelfde inspanning die je gebruikt voor een een-op-een-gesprek.

Je blog is een **klantmagneet**: je bereikt met je blog meer potentiële klanten dan een advertentie in een dagblad of tijdschrift. Bloggen kost niets, hoogstens tijd. Het is gratis reclame. Vertel tijdens het netwerken wat je doet en verwijst je gesprekspartners naar je blog, waar ze waardevolle informatie kunnen vinden over jouw vakgebied. Bloggen is een goede marketingstrategie, omdat je jouw lezer de gelegenheid geeft in alle rust te lezen wat jij te vertellen hebt.

Bespaar op marketing en ga bloggen. Mariska Daselaar gebruikt in haar boek *Zakelijk Bloggen* een geweldig voorbeeld, een rekensom, om dat eens en voor altijd helder te maken.

Wat	Kosten	Levensduur
Kleurenadvertentie regionaal dagblad, halve pagina	€ 5.000,-	1 dag
Blogartikel	€ -	oneindig
Blogartikel uitbesteden (25 x € 75)	€ 1.875,-	oneindig

Vertel mij een verhaal...

Er is maar één vorm van informatie die mensen onthouden: verhalen. Vroeger werd de geschiedenis met verhalen doorgegeven aan de volgende generatie. Met een verhaal spreek je tot de verbeelding van de lezer. Met een verhaal gebruik je emotie, humor, drama om je boodschap over te brengen.

Wij zijn altijd op zoek naar aansluiting. Aansluiting bij een groep, bij collega's en bij vrienden. Die aansluiting kan ontstaan door veel dingen: een gemeenschappelijke ervaring of hobby, of een zelfde auto. Of het nou een emotionele of materiële zaak is, iets gemeenschappelijk hebben kweekt een saamhorigheidsgevoel.

Een verhaal gaat niet alleen om aansluiting, het gaat om herkenning. Een ervaring hoeft niet per se jouw ervaring te zijn, het kan ook de ervaring zijn van een ander, maar je herkent de situatie en je kunt je erin inleven. Beelden en emoties zorgen voor verankering van een ervaring in je lichaam en in je hersenen. Dit zorgt ervoor dat je de inhoud van het artikel beter onthoudt. Sprookjes zijn daar een goed voorbeeld van. De oorspronkelijke sprookjes zoals Assepoester en Sneeuwwitje, waren niet voor kinderen geschreven maar juist voor volwassenen. Een sprookje was een manier om iemand iets te leren over waarden en normen. De les zit verpakt in een spannend verhaal.

In je artikelen gebruik je verhalen om die herkenning teweeg te brengen alsof je bij je lezer thuis op de bank zit om ze te vertellen wat jij die dag hebt gedaan. Om te beginnen houd je het dicht bij jezelf. Je dagelijkse leven kun je gebruiken om een verhaal te vertellen. Stel jezelf een paar vragen:

1. Hoe was je dag?
2. Wat gebeurde er?
3. Wat leerde je over een collega?
4. Wat leerde je over jezelf?

Verwerk deze informatie in een verhaal en verbind er een 'les' aan. De beste bloggers luisteren naar hun dagelijkse aha-momenten en maken die onsterfelijk in een artikel. Verhalen zijn sleutels die onze geest openen. We kunnen allemaal verhalen vertellen. Mensen laten een advertentie links liggen, maar zijn wel bereid dertig minuten naar een geweldig verhaal te luisteren.

Een verhaal vertellen moet geen trucje worden dat je keer op keer toepast om je doelgroep voor je te winnen. Het verhaal is voor je doelgroep en gaat over je doelgroep en indirect gaat het ook over jou. Je geeft jezelf bloot. Je wilt jezelf zijn. Je wilt authentiek zijn. Van je verhaal moet je passie afdruipen.

Lef en authenticiteit gaan voor mij hand in hand. Wanneer je lef hebt, durf je je hart te laten spreken. Jouw stem bepaalt de stem van je blog. De artikelen die Jon Morrow, van Boost Blog Traffic, op zijn blog schrijft, zijn ronduit confronterend. Jon Morrow is niet bang om te zeggen waar het op staat. Daar ligt zijn authenticiteit.

Wees oprecht wanneer je een artikel voor je blog schrijft en schroom niet om je eigen mening te geven. Je stem creëren betekent lef hebben om het anders te doen dan anderen en om je niet te laten beïnvloeden door wat 'men' zegt dat je moet doen.

Het vertellen van je eigen verhaal, je fouten en successen en belangrijker jóúw leermomenten, zorgen voor herkenbaarheid. Je verlaagt daarmee ook de drempel voor mensen om te reageren en contact met je op te nemen. Je legt sneller de verbinding met de ander. Kijk in je eigen leven. Op welke momenten maakte jij heel snel verbinding met een ander?

Mark Schaefer zegt in zijn boek *Born to blog*: 'Aan het einde van de dag gaat het om wie jij bent, hoe je erbij hoort, jouw waarheid in dit moment in deze tijd. Vind je eigen stem: het is de enige manier

om op te vallen in deze overbevolkte wereld die wij het sociale web noemen.’

De mens leeft op verhalen. Vroeger deed men niet anders dan verhalen vertellen ‘ter leeringh ende vermaeck’. Wij zijn dol op entertainment. De les is saai, maar als je hem weet te verpakken in een gemakkelijk verhaal, dan entertain je. Gebruik een verhaal als metafoor voor de les die je wilt overbrengen. Maak vergelijkingen die onweersstaanbaar zijn en je lezers vergeten de moraal van je verhaal nooit.

Kijk naar jezelf, naar je eigen leven en je verleden. Welke lessen heb jij geleerd? Hoe heb je ze geleerd en waarom zijn ze je bijgebleven? Door een verhaal uit je eigen leven te delen, kunnen mensen een verbinding met je maken. Ze herkennen de emotie en emotie is het meest krachtige middel waardoor ervaringen en lessen je levenslang bijblijven. Van alleen feiten leer je niets wat de moeite waard is: slechts jaartallen, namen en rijtjes. Een verhaal geeft emotie, historie en inzicht in alle feiten van de geschiedenis. Het biedt context.

WRITE

Je blog is het uithangbord voor je bedrijf. Je trekt daarmee de aandacht van een groot publiek. Wat je in je blog stopt, krijg je er ook uit. Het resultaat is afhankelijk van de hoeveelheid werk die jij erin stopt: je creëert de uitkomst zelf. Bloggen is hard werken met je passie als basis.

W.R.I.T.E. is de afkorting van de fasen die je doorloopt als je volgens deze methode werkt. W.R.I.T.E. staat voor:

Writing towards Results to Improve the Top Expert

W.R.I.T.E. helpt je die fasen te onthouden, zodat je blog een uithangbord voor je bedrijf is. Met deze methode kun je effectiever en

efficiënter gaan bloggen. W.R.I.T.E. is een methode die draait om doen. Met W.R.I.T.E. kun jij je volledig richten op de inhoud en het strategisch inzetten van je blog.

De W van Writing

Een artikel schrijven vergt kennis van structuur, taal en planning. In dit hoofdstuk laat ik je zien welke structuren je kunt hanteren voor artikelen en hoe je het schrijven het beste aanpakt.

De R van Results

Met je blog wil je een vooraf gesteld doel bereiken. Of het nu gaat om een X aantal klanten, inschrijvingen op je mailinglijst of bezoekers op je website, doelen geven je richting. Resultaten helpen je bij het bepalen van je koers. Ik laat je zien hoe je bepaalde resultaten kunt lezen.

De I van Improve

Wat ga je met die resultaten doen? Met al die cijfers? In dit hoofdstuk komt aan de orde hoe jij de resultaten van je blog kunt verbeteren.

De T van Top

Aan de top staan betekent niet alleen dat je expert bent. Het betekent ook dat je een belangrijke rol vervult. De rol van leider en rolmodel. In dit hoofdstuk laat ik je zien wat je als leider doet en wat er van je verwacht wordt.

De E van Expert

Om een expertstatus op te bouwen, hoef je niet af te wachten. Je kunt er zelf actief mee aan de slag. De actiepunten die daarvoor nodig zijn, komen in dit hoofdstuk aan bod.

Kom nu in actie

Een aantal vragen/ opdrachten waar je direct mee aan de slag kunt:

1. Waarom ga jij bloggen?

.....

2. Welk doel wil je bereiken met bloggen?

.....

3. Waar ligt in jouw vakgebied jouw grootste passie?

.....

Wat is je belangrijkste inzicht na het lezen van dit hoofdstuk?

.....

Welke vragen heb je nog naar aanleiding van dit hoofdstuk?

.....

Wil je meer weten over het vertellen van verhalen? Dan ga je naar het ledengedeelte op de website van BlogUniversiteit.nl.

Heb je jouw boek nog niet geregistreerd? Doe dat dan nu op www.bloguniversiteit.nl/leden

Hoofdstuk 2

Voordat je content gaat maken

Voordat je überhaupt start met het maken van content, is er een aantal zaken waar je rekening mee moet houden. Deze voorkennis zorgt ervoor dat jij de fouten die ik heb gemaakt, kunt overslaan. Het gaat om methodes die het creëren van content een stuk gemakkelijker maken.

Tekst in print versus tekst online

Lezen vanaf een beeldscherm gaat 35% langzamer dan van papier lezen. Dat komt doordat digitaal beeld is opgebouwd uit pixels die bewegen. Je ogen nemen die beweging waar en dat maakt het lezen vanaf een beeldscherm een stuk vermoeiender dan vanaf papier.

Tijdens het lezen gaat een lezer op zoek naar *ankers* (trefwoorden) in de tekst. Zo'n anker helpt de lezer om de tekst gemakkelijker te lezen. De lezer gaat op zoek naar zijn eigen ankers: naar woorden die je lezer zelf ook gebruikt. Jouw schrijfstijl kan anders zijn dan die van je lezer. Zoekwoorden, de woorden die je gebruikt om via zoekmachines te zoeken, spelen een grote rol. Doe vooraf onderzoek naar je de zoekwoorden met een tool van Google: Zoekwoordplanner, een onderdeel van Google Adwords.

Wanneer je je lezer met de juiste ankers kunt bedienen, heb je een lezer voor het leven. Jouw artikelen zijn prettig te lezen en de lezer/bezoeker zal terugkomen.

Vormen voor content

Wanneer je het hebt over web content, dan heb je het over de inhoud van je blog en alle andere inhoud die je op je website aanbiedt. Op