

EXPERT TIPS voor ondernemers die een boek willen schrijven



Maak het verschil met de BESTSELLER-methode
voor het verhogen van je expertstatus

Daisy Goddijn



Inhoudsopgave

Voorwoord	11
Inleiding	13
De BESTSELLER-methode	17
Bepalen van het doel	23
Tip 1. Denk na over de toekomst van je bedrijf.....	23
Tip 2. Omschrijf je MIK, je Meest Ideale Klant	26
Tip 3. Bepaal het langetermijndoel	29
Tip 4. Omschrijf je eigenbelang	31
Tip 5. Stel het financieel belang vast.....	33
Enthousiasmeren van je doelgroep	35
Tip 6. Deel je plannen	35
Tip 7. Voer marktonderzoek uit.....	37
Tip 8. Vraag om input.....	39
Tip 9. Betrek je doelgroep bij het proces.....	41
Tip 10. Gebruik de kracht van social media	43
Slimme diensten ontwikkelen	46
Tip 11. Bepaal wat jouw bestseller is	48
Tip 12. Bepaal het onderwerp van je boek	52
Tip 13. Maak je diensten schaalbaar	54
Tip 14. Ontwikkel diensten om je boek heen	57
Tip 15. Creëer een funnel.....	59

Tijdsplanning maken	59
Tip 16. Creëer de randvoorwaarden	59
Tip 17. Schakel de juiste experts in	62
Tip 18. Recycle content.....	65
Tip 19. Bepaal je lanceerdatum	67
Tip 20. Doe een commitment	69
Structuur van je boek bepalen	72
Tip 21. Onderzoek wat de meestgestelde vragen zijn	72
Tip 22. Omschrijf de pijnpunten van jouw MIK	74
Tip 23. Bepaal de oplossingen voor jouw MIK	76
Tip 24. Bedenk een methode of stappenplan	78
Tip 25. Maak de blueprint voor jouw boek.....	80
Effectief je boek schrijven	83
Tip 26. Schakel je doelgroep in.....	83
Tip 27. Laat je begeleiden door een coach	85
Tip 28. Zoek een buddy	87
Tip 29. Neem interviews op in je boek	89
Tip 30. Maak gebruik van meelezers.....	92
Lekker snel maar goed schrijven	94
Tip 31. Schrijf eerst de flapttekst.....	94
Tip 32. Pas je aan je doelgroep aan en vermijd vakjargon	97
Tip 33. Schrijf actieve teksten.....	99
Tip 34. Neem praktische voorbeelden op	101
Tip 35. Zorg voor afwisseling.....	103

Laat jezelf zien door middel van boekpromotie.....	106
Tip 36. Gebruik de kracht van social media	106
Tip 37. Ga bloggen over je boek	110
Tip 38. Zoek aandacht in de traditionele media.....	112
Tip 39. Laat ook fysieke promotiemiddelen maken.....	114
Tip 40. Verkoop je boek in de voorverkoop	116
Efficiënt je mailinglijst opbouwen	118
Tip 41. Neem een gratis weggever op in je boek.....	118
Tip 42. Geef een deel van je boek gratis weg	121
Tip 43. Geef webinars over je boek	124
Tip 44. Organiseer gratis workshops of kennismakingsessies.....	127
Tip 45. Bied een gratis online training of challenge aan	129
Reusachtig groot bereik door samenwerking.....	131
Tip 46. Zoek de juiste partners voor je boek	131
Tip 47. Werk samen met andere auteurs.....	134
Tip 48. Zoek de juiste platformen	136
Tip 49. Ga spreken op bijeenkomsten van anderen	139
Tip 50. Laat je boek weggeven door anderen.....	141
Nawoord.....	143
Over de auteur	145
Hoe nu verder?.....	147

Hoe werkt de BESTSELLER-methode?

Bepalen van het doel

Als eerste ga je aan de slag met het bepalen van het doel van je boek. In deze stap denk je verder dan alleen aan 'veel boeken verkopen'. Ik zet je gelijk aan het werk. Je gaat aan de slag met de missie voor je bedrijf en het omschrijven van je Meest Ideale Klant. Als je slim bent, schrijf je je boek namelijk niet voor iedereen. Daarna ga je je LEF-doelstelling formuleren: het langetermijndoel, je eigenbelang en het financieel belang. Jouw LEF-doelstelling gaat je tijdens het hele boekproces helpen, niet alleen tijdens het schrijven maar ook vooral daarna, tijdens de boekpromotie.

Enthousiasmeren van je doelgroep

Heb je je doel helder, dan is het zaak om je doelgroep te enthousiasmeren. Dat kun je nu al doen. Sterker nog, hoe eerder, hoe beter. In deze stap help ik je daarbij. Je gaat de plannen voor je boek delen en ik leg je uit hoe je marktonderzoek kunt doen en hoe je om input bij je doelgroep kunt vragen. Daarna ga je enthousiasmeren. Betrek je doelgroep bij het proces en gebruik de kracht van social media. Ik geef je tips hoe je dat kunt doen. Deze stap kun je eigenlijk continu uitvoeren, maar hoe eerder je ermee begint, hoe beter.

Slimme diensten ontwikkelen

In deze stap ga je het onderwerp van je boek bepalen en diensten om je boek heen ontwikkelen. Ondanks dat je je boek nog niet geschreven hebt, is het handig om nu al na te denken over de diensten om je boek heen. Je kunt je boek dan namelijk aanpassen aan je diensten. Ik ga je helpen om je boek op te nemen in je businessmodel.

Tijdsplanning maken

Het moment breekt aan om een tijdsplanning te maken. Je gaat in deze stap aan de slag met het creëren van de randvoorwaarden voor het schrijven van je boek. Ik geef je tips over hoe je de juiste experts kunt inschakelen, hoe je content kunt recyclen en hoe je de lanceerdatum van je boek kunt bepalen. Daarna ga je een commitment doen.

Structuur van je boek bepalen

Voordat je gaat schrijven, gaan we eerst de structuur van je boek bepalen. In deze stap richt je je vooral op je Meest Ideale Klant (MIK). Die moet immers je boek gaan lezen. Wat zijn de meestgestelde vragen en de pijnpunten van jouw MIK? En welke oplossing kun jij hiervoor bieden? Kun je hiervoor een stappenplan of methode maken? Daarna maak je vrij eenvoudig de blueprint voor je boek.

Effectief je boek schrijven

Effectief schrijven, dat doe je door anderen in te schakelen. In deze stap ga je je doelgroep inschakelen en daag ik je uit om je te laten begeleiden door een coach. Ook kun je een buddy zoeken die je gaat ondersteunen in het schrijfproces. Ik leg je ook uit waarom het slim is om interviews in je boek op te nemen en gebruik te maken van meelezers.

Lekker snel maar goed schrijven

Waarop moet je letten tijdens het schrijven? Dat leer je in deze stap. Ik adviseer je om te beginnen met het schrijven van je flaptekst. Hoe pas je je schrijfstijl aan aan je doelgroep en vermijd je vakjargon? Hoe pas je actief taalgebruik toe en neem je praktische voorbeelden op in je boek? Tot slot geef ik nog een tip over hoe je voor afwisseling kunt zorgen, als je vastloopt tijdens het schrijven.

Laat jezelf zien door middel van boekpromotie

Boekpromotie is een cruciaal onderdeel van het succes van jouw boek. Met deze stap kun je al in een vroeg stadium beginnen. Hoe eerder je begint met boekpromotie, hoe meer profijt je ervan zult hebben. Tijdens deze stap geef ik je tips over hoe je gebruik kunt maken van de kracht van social media. Over hoe je kunt bloggen over je boek, aandacht kunt zoeken voor je boek in de traditionele media, over fysieke promotiemiddelen en hoe je je boek in de voorverkoop aan de man brengt. Ik geef je bij elk onderdeel praktische tips, om direct mee aan de slag te gaan.

Efficiënt je mailinglijst opbouwen

Je mailinglijst is goud waard. Veel fans op social media hebben is leuk, belangrijker is nog om ze op je mailinglijst te krijgen. Staan ze eenmaal op je mailinglijst, dan kun je ze gericht informatie geven en ze helpen door jouw diensten aan te bieden. In deze fase kun je flink aan de slag met het opbouwen van je mailinglijst, door een gratis weggever op te nemen in je boek, een deel van je boek gratis aan te bieden, webinars te geven over je boek, gratis sessies te geven en een gratis online training of challenge te organiseren.

Reusachtig groot bereik door samenwerking

In deze laatste stap leg ik je uit hoe je door samenwerking een reusachtig groot bereik kunt krijgen. Samen kom je namelijk vaak veel verder dan alleen. Bovendien is samenwerken leuk. Ik geef je tips en praktische voorbeelden met betrekking tot het zoeken van partners voor je boek. Verder is er aandacht voor het vormen van samenwerking met andere auteurs, de juiste platformen voor je boek, spreken op bijeenkomsten van anderen en ik vertel je waarom je je boek zou moeten laten weggeven door anderen.

Tien stappen voor het verhogen van je expertstatus met een boek dat het verschil maakt. Voor elke stap krijg je vijf tips om meteen mee aan de slag te gaan. Ik deel in dit boek dus vijftig praktische tips met jou om de stappen uit de BESTSELLER-methode uit te voeren.

Laat je vooral niet afschrikken door de hoeveelheid tips. Wellicht kun je niet alle tips uit dit boek meteen uitvoeren. Dat is ook helemaal niet erg. Sommige tips zul je vaker toepassen en andere pak je gewoon later op. Misschien zijn niet alle tips op jou van toepassing, kies de tips uit waarmee jij iets kunt.

Ga gewoon aan de slag zodat je boek er straks is. Hoe meer stappen je hebt gezet, hoe makkelijker het gaat, let maar op! Laten we snel beginnen.

Tips

Bepalen van het doel

Je gaat een boek schrijven. Gefeliciteerd! Om ervoor te zorgen dat je boek echt verschil gaat maken voor je bedrijf, is het van wezenlijk belang dat je het doel voor ogen hebt. De komende vijf tips helpen je bij het bedenken van de missie voor je bedrijf en het omschrijven van je Meest Ideale Klant. Als je slim bent, schrijf je je boek namelijk niet voor iedereen. Daarna ga je je LEF-doelstelling formuleren: het langetermijndoel, je eigenbelang en het financieel belang. Jouw LEF-doelstelling gaat je tijdens het hele boekproces helpen, niet alleen tijdens het schrijven, maar ook vooral daarna, tijdens de boekpromotie.

Tip 1

Denk na over de toekomst van je bedrijf

Weet jij waar je naartoe wilt met je bedrijf? Dat bepaalt namelijk ook de richting van je boek. Je bent immers ondernemer en je schrijft een boek om aan je expertstatus te werken. Het is dan wel handig als je boek aansluit bij de doelstelling van je bedrijf.

We beginnen daarom met het toekomstbeeld van jouw bedrijf. Dit wordt ook vaak in de vorm van de missie en visie voor je bedrijf geformuleerd. Heb je al een missie en visie voor je bedrijf, haak jij gelijk af bij het lezen van deze termen of gaan je haren ervan overeind staan? Lees dan toch even verder. Ik gebruik namelijk geen droge theorie, maar stel je slechts een aantal praktische vragen, waarmee je het toekomstbeeld van je bedrijf kunt omschrijven.

lezer van je boek. Je boek schrijf je namelijk niet voor iedereen, tenminste, als je het slim aanpakt. Je boek schrijf je voor je MIK.

Als je MIK jouw boek leest, is de kans namelijk groter dat hij of zij daarna klant bij je wordt. En je wilt toch niet dat iedereen klant bij je wordt? Focus je dus op je MIK. Dat helpt je niet alleen bij het schrijven van je boek, maar ook bij de promotie en het vinden van nieuwe klanten, nieuwe MIK's dus.

Natuurlijk is het leuk als iedereen je boek gaat lezen, maar schiet jij daar iets mee op? Ik zal je meteen even uit de droom helpen; er zijn maar een paar bestsellerauteurs in Nederland. Die kunnen een aardige boterham beleggen met de verkoop van hun boeken. Maar daar zijn er echt maar enkele van.

Ik ben van mening dat je als ondernemer helemaal niet moet willen verdienen aan de verkoop van je boek, maar aan de diensten die de lezers, na het lezen van je boek, bij je afnemen. Daar zit voor jou het verdienmodel.

Richt je daarom bij het schrijven van je boek op jouw MIK; die moet je boek gaan lezen en daarna klant bij je worden. En ja, uiteraard hoop ik dat jij na het lezen van dit boek ook klant bij Expertboek gaat worden.

Maar ik blijf wel met beide benen op de grond. Ik weet dat niet iedereen die dit boek leest klant bij Expertboek zal worden. Dat is een illusie. En dat is ook helemaal niet erg. Ik wil wel het verschil maken voor jou. Als ik jou met één tip uit dit boek heb geholpen, dan heb ik mijn doel al bereikt. Ik hoop dat je op enig moment dan weer eens aan mij denkt. Misschien word je geen klant maar 'like' je me op Facebook, geef je mijn naam door aan een potentiële klant of schrijf je een mooie recensie voor dit boek. Alles is goed!

Welke klanten zijn voor jou ideaal en prettig om mee te werken? Kun je die omschrijven? En dan bedoel ik omschrijven op detailniveau. Hoe gedetailleerder jij je MIK kunt omschrijven, des te beter het is. In het boek *Van bierviltje tot bestseller* ga ik hierop uitgebreid in.