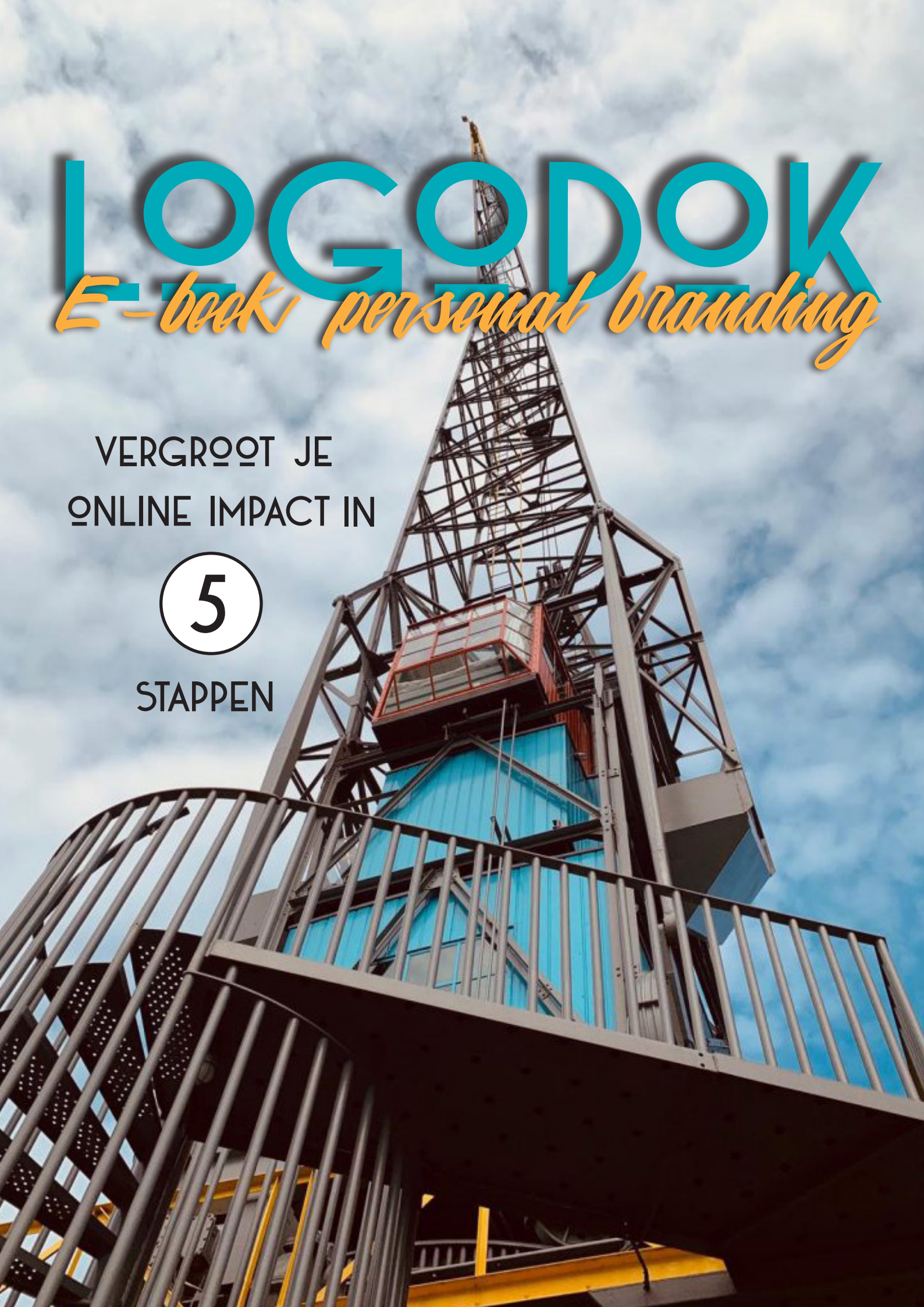
LOGODOK

E-book personal branding

VERGROOT JE ONLINE IMPACT IN

5

STAPPEN



LOGODOK

E-book personal branding

VERGROOT JE ONLINE IMPACT IN 5 STAPPEN

Geschreven door:
Peter Ockeloen
Leonie Klooster

Oktober 2020 ©Logodok, Amsterdam

INHOUDSOPGAVE

Inleiding

0.1 *Voor wie is het E-book Online Personal Branding?*
0.2 *Een brutaal mens heeft de halve wereld!*
0.3 *Wat is Online Personal Branding?*
0.4 *Wat heb ik aan het versterken van mijn Personal Brand?*
0.5 *Wat gaat Logodok je leren?*
0.6 *Wie zijn wij en waar kun je ons voor inzetten?*

H1 – De inhoud: Jij bent je brand

1.1 *Wat doe ik zelf/wat besteed ik uit? (En hoe bepaal ik dat?)*
1.2 *Wie ben jij? (Ken jezelf)*
1.3 *Jouw nulwaarde is andermans meerwaarde!*
1.4 *Wie is jouw opdrachtgever? (Ken je doelgroep)*
1.5 *Lijk jij op je doelgroep? (De spiegel methode)*
1.6 *Visualiseer de ideale klant*
1.7 *Missie, visie en boodschap (een consequent signaal)*
1.7.1 AIDA++
1.8 *Personal Privacy*
1.9 *Verwerkingsvragen/verder denken / 'nu jij'*
1.10 *Waar kun je het team van Logodok voor inzetten?*

STAP 1

"Wie ben jij en wat is je boodschap?"

H2 - Herkenbaarheid: je boodschap visueel maken

2.1 ***Wat doe ik zelf/wat besteed ik uit? (En hoe bepaal ik dat?)***
2.2 ***LOGO***
2.2.1 Wat maakt een logo goed?
2.2.2 Onderzoeken en vergelijken
2.2.3 Schetsen en lettertypes kiezen
2.2.4 Een ontwerp-app gebruiken
2.2.5 Het definitieve ontwerp (een vector bestand maken)
2.3 ***HUISSTIJL***
2.3.1 Wat is een huisstijl en waarom heb ik een huisstijl nodig?
2.3.2 Onderzoeken en vergelijken
2.3.3 Kleuren kiezen
2.3.4 Letter (fonts) kiezen
2.4 ***WEBSITE***
2.4.1 Je eigen website: waarom/met welk doel?
2.4.2 Tekst Schrijven
2.4.3 Fotografie
2.4.4 Snelheid en veiligheid
2.4.5 Wordpress en de DIVI Builder
2.4.6 Divi Builder
2.4.7 OnePager
2.4.8 Opbouw en website logica
2.5 *Verwerkingsvragen*

STAP 2

"Een sterke visuele taal ontwikkelen."

H3 - Vindbaarheid en bereik: online en offline

3.1 *Zenden naar doelgroep (actief) vs doelgroep vindt jou (passief)*
3.2 *Bewust kiezen: Google, Instagram, Facebook (ethiek en privacy)*
3.3 *Google zoekmachine optimalisatie (SEO)*
3.4 *Domeinnamen registreren en cross link building*
3.5 *Reviews en het belang daarvan*
3.6 *Vergroot je bereik met social media*
3.6.1 Facebook
3.6.2 Instagram
3.6.3 SnapChat
3.6.4 LinkedIn
3.6.5 Twitter
3.6.6 YouTube
3.6.7 Vimeo
3.6.8 TikTok
3.7 *Wat doe ik zelf/wat besteed ik uit? (En hoe bepaal ik dat?)*
3.8 *Waar kun je het team van Logodok voor inzetten?*

H4 - Legal part en overige "needs to have"

4.1 *Je zaken op orde hebben*
4.2 *Algemene (leverings)voorwaarden*
4.3 *AVG*
4.3.1 Een duidelijke privacyverklaring
4.3.2 Cookieverklaring
4.3.3 Technische veiligheidsmaatregelen
4.3.4 Webformulieren controleren op 'overbodige' persoonsgegevens
4.3.5 Controleer je WordPress-plugins
4.3.6 Controleer op toestemming
4.3.7 Loop alle medewerkersaccounts na
4.3.8 Maak Google Analytics privacyvriendelijk
4.3.9 Zorg voor overzicht in het back-end
4.3.9 Sluit verwerkersovereenkomsten af met derde partijen
4.4 *Auteursrecht en portretrecht*
4.5 *KvK, BTW, bankgegevens, et cetera*
4.6 *Verwerkingsvragen*
4.7 *Waar kan ik Logodok voor inzetten?*

H5 - On going proces: update update update

5.1 *Systeemontwikkelingen*
5.2 *Techniek, trends en ontwikkelingen*
5.3 *Klantrelaties*
5.4 *Gefeliciteerd!*
5.4.1 Verwerkingsvragen/verder denken / 'nu jij'
5.4.2 Waar kun je het team van Logodok voor inzetten?

“Succes betekent optimaal gebruik maken van jouw unieke talenten, vaardigheden en capaciteiten!”

Susan Shumsky (I Am)

INLEIDING Voor wie is dit boek?

We behandelen in dit hoofdstuk de volgende vragen:

- *Waarom is dit boek geschikt voor jou?*
- *Wat verwachten we van jou als ondernemer?*
- *Hoe gaat dit boek jou helpen meer plezier uit je werk te halen?*

0.1 Voor wie is het E-book Online Personal Branding?

Je bent een beginnend of gevorderd ondernemer, en wil een succes maken van je marketing en promotie. *"Ik wil meer mensen bereiken, meer klanten werven, meer omzet en meer winst maken, maar hoe doe ik dat zonder mijn integriteit en eigenheid te verliezen?"* Herken je deze gedachte? Dan is dit boek voor jou!

Laten we voor het gemak ervan uitgaan dat je – net als wij - **leerbaar** bent en **zelfsturend**. Je staat middenin de samenleving, bent middelbaar tot hoog opgeleid en bekwaam in het omgaan met smartphone en computers. Daarnaast kan het zijn dat je je **autonomie** nastreeft en dat je - wat binnen je eigen handbereik ligt - zo veel mogelijk zelf zult willen doen. Die doe-het-zelf mentaliteit heeft voordelen en nadelen. Het maakt je onafhankelijk en je bespaart op kosten die je zou maken wanneer je taken uitbesteedt, maar je loopt ook het risico in een 'aanmodder zone' terecht te komen wanneer de taken die je uitvoert niet onder jouw expertise vallen.

Misschien heb je al een logo, huisstijl en website en wil je leren hoe je die (en je brand) nog eens kritisch kunt bezien of herzien vanuit je oorspronkelijk visie. Of je hebt nog geen logo, huisstijl en website en je vraagt je af wat er allemaal bij komt kijken om die te realiseren. Met de diensten en pakketten van Logodok betaal je alleen voor de professionele hulp of ondersteuning die je écht nodig hebt. Op die manier is het mogelijk om maatwerk te leveren. Pakket of geen pakket, het lezen van dit boek is sowieso een eerste stap in de goede richting. Doe er je voordeel mee!

0.2 Een brutaal mens heeft de halve wereld!

De hamvraag is: ben je echt gemotiveerd? Als je niet gelooft in je eigen succes, doe je alle moeite voor niks! Ben je consequent en vastberaden? Dan is de Online Personal Branding (OPB) inspanning makkelijk te leveren. Wij verwachten niet dat jij geen fouten zult maken in het positioneren van jezelf op de markt. Ook wij zijn door vallen en opstaan, met voortschrijdend inzicht en door schade en schande een stuk wijzer geworden. Wij zullen je grootse stappen vooruit helpen! Met een brutaal mens heeft de halve wereld bedoelen wij: sommige dingen moet je gewoon dóén. Wees overtuigd van je kunnen, *beat the bastards* ofwel bevrijd je van je innerlijke demonen. En pas een beetje yoga wijsheid toe op z'n tijd: wees volkomen accepterend, okay en vriendelijk naar jezelf terwijl je streeft naar volmaaktheid.

0.3 Wat is Online Personal Branding?

Personal branding betekent vrij vertaald dat je jezelf als uniek en authentiek persoon als merk 'in de markt zet'. Door jouw unieke combinatie van talenten, ervaringen en kwaliteiten zichtbaar te maken, ontwikkel je een boodschap waarmee je je als merk en persoonlijkheid onderscheidt van anderen. Jouw boodschap vertelt je potentiële opdrachtgevers voor wat zij bij jou moeten zijn. Je probeert daarbij een stukje van de ervaring over te dragen die je klanten zullen hebben wanneer ze jouw dienst of product afnemen. Die boodschap vertaalt zich visueel, in je logo, huisstijl en website. Maar ook in het taalgebruik en de stijl die je kiest en welke marketing tools of technieken te toepast.

0.4 Wat heb ik aan het versterken van mijn Personal Brand?

Als jij helder uitdraagt wie jij bent, waar je voor staat en waar jij goed in bent, dan weten mensen waar ze jou voor kunnen vragen. *Duidelijke communicatie + zelfvertrouwen = aantrekkingskracht.* Personal branding is het antwoord op de vraag waarom juist jij die interessante opdrachten naar je toegeschoven krijgt en gevraagd wordt voor leuke projecten. Bovendien leidt het werken aan je personal branding tot **meer inspiratie** en een **hogere motivatie**. Dat maakt het voor jou mogelijk een diepere voldoening te halen uit je werk, en voor organisaties en ondernemers interessanter om een samenwerking met je aan te gaan.

0.5 Wat gaat Logodok je leren?

In dit e-book geven we heel veel van onze waardevolle inzichten cadeau, evenals leerzame ervaringen, tips en tricks en tools! We leiden je stapsgewijs door de kernpunten van branding en (marketing)communicatie, met als drie belangrijkste pijlers: inhoud, (visuele) herkenbaarheid en vindbaarheid/bereik. We doen dit op onze eigen unieke Logodok wijze: kernachtig, slim, eerlijk en eigenwijs. Het doel is het vergroten van je bereik en naamsbekendheid, door het versterken van je overtuigingskracht. Door kritisch naar jezelf te kijken creëer je een sterke en aantrekkelijke online (en offline) persoonlijkheid. Omdat we je helpen zoeken naar de meest efficiëntie aanpak, hou je uiteindelijk meer tijd over voor het verdiepen van je expertise en heb je meer plezier van je werk.

LOGODOK

Wie zijn wij en waar kun je ons voor inzetten?

LOGODOK ONTWERPT, BOUWT, ADVISEERT, REALISEERT EN DENKT MEE!

Wij zijn het Logodok kernteam, Leonie Klooster (visueel expert) en Peter Ockeloen (online duizendpoot). Wij hebben ondertussen jarenlange ervaring, prijzen verdiend, zijn door de wol geverfd (zie ook www.logodok.nl/team). Nu vinden we het de tijd om jou als mede- ondernemer, creatieve zzp-er en ideële organisatie een grote stap voorwaarts te laten maken door jou te helpen bij je OPB. Dat doen we door je te ondersteunen waar jij dat nodig hebt. In overleg met ons maken we samen snel en makkelijk helder waar de nadruk op moet liggen. Je kiest een van de drie all-in pakketen. Als je een pakket hebt aangeschaft, krijg je dit e-book en een aantal uren support op het gebied van design en website bouw (in de vorm van een overzichtelijke strippenkaart). Omdat we samenwerken met een aantal professionals, kun je de strippen inzetten voor onder andere hulp bij tekstschrijven, fotografie, legal support, video's maken (vloggen), bloggen of het maken van infographics. We verwerken jouw wensen in een stappenplan en een brandings-planning sheet. Jij houdt de regie, wij garanderen het resultaat. That's it!

LOGODOK

E-book personal branding

HOOFDSTUK 1
JIJ BENT JE BRAND

1.1 *Wat doe ik zelf/wat besteed ik uit? (En hoe bepaal ik dat?)*

1.2 *Wie ben jij? (Ken jezelf)*

1.3 *Jouw nulwaarde is andermans meerwaarde!*

1.4 *Wie is jouw opdrachtgever? (Ken je doelgroep)*

1.5 *Lijk jij op je doelgroep? (De spiegel methode)*

1.6 *Visualiseer de ideale klant*

1.7 *Missie, visie en boodschap (een consequent signaal)*

1.7.1 AIDA++

1.8 *Personal Privacy*

1.9 *Verwerkingsvragen/verder denken / 'nu jij'*

1.10 *Waar kun je het team van Logodok voor inzetten?*

H1 DE INHOUD Jij bent je brand

Logodok behandelt in dit hoofdstuk de volgende vragen:

- *Hoe bepaal je jouw relatieve en persoonlijke meerwaarde?*
- *Hoe krijg je een duidelijker en concreter beeld van je doelgroep?*
- *Hoe verbind jij je met je ideale klant?*
- *Wat is je missie, visie en boodschap?*
- *Wat toon en vertel je wel en wat bewust niet?*

1.1 Wat doe ik zelf/wat besteed ik uit? (En hoe bepaal ik dat?)

Als je van plan bent veel zelf te doen, of je begint net met ondernemen en bent de materie van OPB aan het verkennen, dan is dit een hoofdstuk om je echt in vast te bijten. Als je al langer onderneemt dan heb je veel van de vragen in dit hoofdstuk vast al eens aan jezelf gesteld en ooit verwerkt in je ondernemingsplan. Ook dan kan het geen kwaad om dit hoofdstuk goed door te nemen. Beschouw het als een unieke kans om jezelf opnieuw te leren kennen! Misschien lees je invalshoeken die je nog niet kende, ben je veranderd, of vindt je hier de angel/wortel/crux waarom iets in jouw onderneming of communicatie niet helemaal lekker loopt. Je kunt de hulp inschakelen van Logodok bij het in kaart brengen van je doelgroep, het maken van een *Mood Board* of het krachtiger verwoorden van je boodschap, visie of missie. Maar alleen jij kan kritisch kijken naar jezelf. Zelfkennis is simpelweg niet uit te besteden.

1.2 Wie ben jij? (Ken jezelf)

Om op te vallen in de markt moet je weten wat de 'unique selling points' zijn van jouw product of dienst ten opzichte van anderen in jouw vakgebied. Hoe kun je dat beter doen dan door te kijken naar wie jij bent, en wat jou onderscheidt van anderen? Wat drijft jou? Waar ben je goed in? Waar word je blij van? Waar loop je graag een stapje harder om? Wat maakt jou uniek? Hoe kijk jij naar de wereld? Wat zijn je ervaringen?