

Sta steviger in je schoenen in 7 stappen in 7 weken
**Jouw Personal Branding en
Zichtbaarheid**
WEEK 4

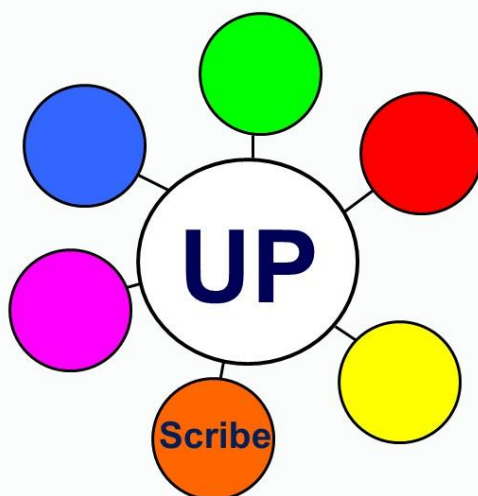


PAK JE PODIUM!

“Wie schrijft, die blijft!”

Patrick van Gils

4. Publiceren



Sta steviger in je schoenen in 7 stappen in 7 weken

Publiceren/PR

Jouw 'pet': Woord-voerder

'Scribe UP' betekent letterlijk 'opschrijven'. Publiceren kan natuurlijk op veel meer manieren dan alleen in een geschreven vorm. Denk bijvoorbeeld aan publiceren via geluid of beeld. Toch begint bijna elke vorm van publicatie vaak wel met schrijven. 'Schrijven en Schrappen' om je eigen gedachten, jouw ideeën en je kernboodschappen te ordenen, aan te scherpen en nog beter te maken! Vandaar 'Scribe UP'! En weet je nog waar 'UP' voor staat? Het betekent in de letterlijke zin: 'omhoog', 'opwaartse beweging'. In deze methode staat U.P. voor: Unieke Punten. Jouw Unieke Punten. Jij als Uniek Persoon! En als het over publiceren gaat, is het belangrijk dat jij in al jouw publicaties iets van jezelf legt. Mensen willen jou zien, jouw eigen-wijze, zodat ze, naast je persoonlijke expertise, ook jouzelf beter leren kennen.

De 'pet' die bij Publiceren hoort, is de rol van 'woord-voerder'. Ook die pet mag en moet jij, als professional of zelfstandig ondernemer, soms opzetten om vanuit jouw woorden je ideeën, kennis en overtuigingen wereldkundig te maken. En die woorden kun je dus publiceren via blogs

(tekst), laten horen via podcasts (audio) of zelfs in beeld brengen via vlogs (video).

‘Publiceren’ wordt vaak als synoniem gebruikt voor ‘PR’, Public Relations. Vaak denken we dan aan ‘Free Publicity’. Gratis positieve, enthousiasmerende aandacht in de media. Toch zit in het woord Public Relations ook een essentieel woord: Relations. Relaties. Om publiciteit te realiseren, is het ook belangrijk dat je contact legt en relaties bouwt. Net als je met klanten doet. Zo ook kun je met media, redacteurs en journalisten relaties bouwen. Deze relaties kunnen de springplank zijn naar publicaties. Naast dat jij op eigen kracht, met je eigen publicaties, enorme stappen kunt zetten, is de ultieme kracht van publiceren dat met name anderen over jou en/of je bedrijf berichten. Via hun kanalen. Met hun bereik. En: als anderen over jou publiceren, is dat nóg geloofwaardiger. Dat versterkt jouw image, personal brand, zichtbaarheid en reputatie. Het is dus nog overtuigender als anderen vertellen wie jij bent, wat jij doet en hoe goed jij dat doet.

Week 4. Thuiswerk-opdrachten

In week 4 focussen wij ons op een nieuwe 'P': Publiceren. We zitten op de helft van het programma. Een kantelpunt. Waarom?

Als we terugkijken naar de afgelopen drie weken uit dit programma, hebben we in week 1, vanuit de kern bij het Positioneren, de stap gemaakt om de 'stem' in ons hoofd of hart onder woorden te brengen. Zodat we vanuit onze eigen helderheid helder kunnen zijn naar anderen. Bij het Pitchen in week 2 hebben we ervaren hoe we kort en krachtig kunnen zijn, onder andere in 1 op 1 gesprekken. En in week 3 hebben we bij Presenteren geleerd hoe we een grotere groep mensen kunnen raken. Voel je dat we de beweging 'van binnen naar buiten' aan het maken zijn? Van onzichtbaar naar meer zichtbaar?

Deze week maken we een volgende stap in het verder vergroten van je zichtbaarheid vanuit jouw Personal Branding. Het Publiceren. Publiceren geeft je de mogelijkheid om nog grotere groepen, bijvoorbeeld jouw doelgroep, te kunnen bereiken. Vaak wordt bij publiceren onderscheid gemaakt tussen owned, earned en paid media/publicaties.

1. *'Owned media'* zijn jouw eigen communicatiemiddelen waarover jij de volledige controle hebt (bijv. je website of je mailinglijst);
2. *'Earned media'* zijn mediakanalen die onbetaald over jou publiceren (bijv. een artikel in de krant) of social media waar jijzelf of anderen onbetaald over jou of jouw bedrijf kunnen posten en ervaringen kunnen delen. Het zijn de media waar jij de aandacht echt moet 'verdienen'. Vandaar 'earned';
3. *'Paid media'* zijn de media en kanalen waarlangs jij in contact kunt komen met de mensen die jij graag wilt bereiken (bijv. je doelgroep) maarr... waarvoor je wel moet betalen (bijv. een betaalde social media campagne. Of een advertentie/advertorial - advertorial is een advertentie in redactionele vorm) die jij inkoop om jouw publiek te bereiken.

Omdat Publiceren een grote groeistap kan zijn in het bereiken van veel meer mensen, besteden we juist in deze les extra aandacht aan het te lijf gaan van je inwendige 'remmende stemmen'. Ga je mee op 'ontdekkingsreis' in de wereld van het Publiceren? Mooie week weer!
Hartelijke groet,

Patrick van Gils



DAG 2. PLAY! *(uitschrijven, proberen, 'spelen')*

Dag 2, de dag van 'Play'. Publiceren is echt een 'play'-vaardigheid: doen, prutsen, proberen, maken en creëren. Pen in de hand of je vingers op het toetsenbord en gáán... Ervaren wat eruit komt. En soms stroomt het. En soms blokkeert het. Hier komt de term 'writer's block' vandaan. Dit is dus volstrekt normaal. En ook met het schrijven, vaak het startpunt van publiceren, ervaar ook jij wellicht dat knagende stemmetje in je hoofd...

"Doe ik het wel goed genoeg?"

"Is het wel goed genoeg?"

"Ben ik wel goed genoeg?"

Het antwoord is 3 x "JA!"

Dus: schrijven maar.....

SCRIBE UP!





4. Publiceren

Tekst, Geluid, Beeld

1. Tekst > Scribio > Blogs
2. Geluid > Audio > Podcasts
3. Beeld > Video > Vlogs

Met de drie punten hierboven even wat meer helderheid tussen alle begrippen en termen die je vaak ‘om de oren vliegen’. Het rijtje helpt je om beter te begrijpen welke keuzes je kunt maken, keuzes die echt bij jou passen.

1. Als je bovenstaande drie vormen van publiceren in jouw eigen voorkeursvolgorde moet zetten, wat is dan jouw ‘top 3’ om mee aan de slag te gaan:
 - 1.
 - 2.
 - 3.
2. Redeneer nu eens vanuit de mensen die jij graag wilt bereiken (jouw doelgroep/DIK). Op welke wijze zouden zij informatie en publicaties van jou willen zien?
 - 1.
 - 2.
 - 3.

3. Wat is het verschil tussen de 'top 3' bij vraag 1 en 2? Wat zou dit voor jou kunnen betekenen?



“Je smartphone is jouw online radio- en TV-station.” Je kunt met je smartphone ontvangen. Jijzelf consumeert via je mobiel tekst, geluid en beeld. Maar met mijn uitspraak tijdens dit interview heb ik vooral willen overbrengen dat jij met je mobiel kunt ‘uitzenden’, dat je zelf kunt publiceren naar de hele wereld. Hoe mooi is dat? En dat je met je mobiel jouw geluids- en TV-studio letterlijk in de hand hebt. Het zit allemaal al in je mobiel.

1. Hoe consumeer jij zelf publicaties op jouw mobiel? Word je eens bewust van jouw TEKST-consumptie, je AUDIO-consumptie en je VIDEO-consumptie op je mobiel. Wat zijn de websites, apps, social mediakanalen die jij vooral gebruikt om te ontvangen?
2. Hoe zet jij zelf je mobiel nu al in om uit te zenden en te publiceren? Wat zijn de manieren hoe jij nu TEKST, GELUID en/of BEELD publiceert?

3. Om nog een stapje concreter te worden en misschien je geheugen wat op te frissen... Het onderstaande lijstje is zeker niet compleet. Dus vul het vooral aan. Het is bedoeld om je bewust te maken van de mogelijkheden die je al inzet, en vooral ook nog tot je beschikking hebt om te publiceren en te communiceren met de wereld om je heen.

A. Heb jij je mobiel/smartphone al eens gebruikt voor...?

- Tekst-creatie
- Tekst-publicatie
- Audio-creatie
- Audio-publicatie
- Video-creatie
- Video-publicatie

B. Welke kanalen zet jij al in om te Publiceren?

WhatsApp; een praktisch kanaal om het publiceren te ontdekken:

- WhatsApp-tekstbericht
- WhatsApp-spraakbericht
- WhatsApp-videobericht
- WhatsApp-verzendlijst om grotere groepen te informeren
- WhatsApp-...

LinkedIn; een platform voor zakelijke contacten en communicatie:

- LinkedIn-tekstbericht (een eigen 'post' of een reactie op een post)
- LinkedIn-spraakbericht (in gesprek met jouw relaties)
- LinkedIn-videobericht (filmppost met of zonder ondersteunende tekst)
- LinkedIn-live-video
- LinkedIn-...

Facebook. Instagram. Twitter. Pinterest. TikTok e.v.a. platforms om je doelgroep te bereiken. Hoe heb jij deze al ingezet om te Publiceren?

-
-
-



“Zegt u het maar!” De microfoon staat symbool voor het mogen laten horen van je stem. Dat je mag zeggen of delen wat jij te vertellen hebt. Dat je dat mag publiceren. Via jouw stemgeluid. Via jouw beeld. Via jouw tekst. Of een combinatie van deze drie. Veel mensen voelen daarbij vaak een enorme rem. Schroom. Schaamte. Tegelijkertijd voel je wel dat het natuurlijk ook een enorme kans is om de aandacht op jou of op jouw bedrijf te vestigen. En zo tegenover een groter publiek te kunnen ‘schitteren, shinen en stralen’! Accepteer die spanning. Dat is stap 1.

1. Wat remt jou het meest om te gaan Publiceren?



4. Publiceren

De “niet”-machine



Ons brein is een oneindige ‘NIET’-machine... Het vertelt je continu om dingen niet te doen. Misschien herken je stemmetjes als: ‘Ik kan het NIET.’ ‘Ik weet het NIET.’ ‘Ik durf het NIET.’ ‘Ik doe het NIET.’ Etcetera. Word je eens bewust van jouw NIET-jes. Pas als je ze kent, kun je leren hoe je je ‘nietjes’ kunt ont-NIETEN!

1. Van welke bovenstaande NIET-jes heb jij weleens last?
2. Wat kun je eruit leren? Mis je bijv. kennis? Ontbreekt het je aan moed? Mis je lef? Loop je ervoor weg?
3. Waarop zou je je mogen (misschien wel ‘moeten’) gaan focussen als je kijkt naar je antwoord bij vraag 2?



Jouw 'BTW'

Bijzondere!

Toegevoegde!

Waarde!

Het lijkt een woordgrapje. En dat is het ook 😊. Maar wel met een bloedserieuze ondertoon. Ik hoop dat je dankzij mijn programma van de afgelopen weken je al wat bewuster bent geworden van jouw unieke en sterke punten. Oftewel: wat is jouw bijzondere en toegevoegde waarde? Jouw 'BTW'? Normaal moet je in Nederland BTW *betalen* als je iets verkoopt. Maar het mooie is: deze BTW, jouw bijzondere, toegevoegde waarde, is BTW waar anderen jou voor moeten betalen! En goed ook.

1. Wat is jouw belangrijkste 'BTW'?
2. Hoe word je daar nu voor *gewaardeerd*?
3. Hoe word je daar nu voor *betaald*?
4. Is het genoeg? Of weet je, diep van binnen, dat je meer *waard* bent?



Voor mij is *waarde* een woord dat mij enorm fascineert. Want: wat ben jij waard? Wat is jouw waarde voor de wereld om je heen? En nog belangrijker: hoe ervaar je zelf je eigen-waarde en meerwaarde? Als je naar bovenstaand model kijkt, zie ik dat te veel mensen regelmatig of permanent in het -1 gebied zitten. Ze hebben een lage eigenwaarde en voelen zich soms 'waarde'-loos. Maar weinigen zitten continu in het gebied erboven. In +1.

1. Over het afgelopen jaar genomen. Waar zit jij? -1 of +1? Waarom?
2. Wat zijn de momenten dat jij je mentaal in de -1 zone voelt?
3. Wat zijn de momenten dat jij je mentaal in het +1 gebied voelt?
4. Welke stap ga jij nu zetten om minder -1 en meer +1 te voelen?



Dé 2 vragen aan jezelf

1. Kan ik het *nu* beter dan ik het *nu* kan?
2. Hoe word ik beter?

Om je eigen beperkende denken, en met name je inwendige ‘remmende stemmen’ te temmen, zijn de bovenstaande twee powervragen zeer krachtig. Hoe kun je deze vragen inzetten? Op het moment dat je last hebt van je beperkende, kleinerende denken, stel jezelf dan deze twee vragen. Vraag 1 rekt ‘in het moment’ onmiddellijk af met oververwachting naar jezelf toe. Vraag 2 geeft ‘licht, lucht en ruimte’ naar de toekomst en creëert onmiddellijk in je denken en in je brein oplossingsgerichte gedachten. Lees beide vragen nog eens woord-voor-woord. Stel de vragen nu eens aan jezelf.

1. Wat is jouw oprechte antwoord op vraag 1?

2. Wat zijn de eerste gedachten die nu al bij je opkomen bij vraag 2?



Jouw mantra

1. “Ik *ben*; dus ik mag er *zijn*”
2. “Ik ben een waardevol mens”
3. “Ik ben genoeg”
4. “Ik pruts, leer en probeer”
5. “Ik groei!”

In de kortste uitleg is een mantra een spreuk met een ‘magisch effect’. Omdat je brein vaak oneindig veel negatieve angsttaal ‘uitspuwt’, is het de hoogste tijd voor positief tegenwicht. Zie je brein als een harde schijf. Vul jouw harde schijf met meer stukjes positieve gedachten. Zodat dat stukje van je schijf wordt bezet, en niet meer kan worden ingenomen door negatieve gedachten, door, zeg maar, het ‘onkruid in je breintuintje’. Dat betekent dat je tijd en aandacht mag geven aan zelf-bekrachtigende taal. Ik noem het ook wel ‘Pokon voor je brein-tuin!’. Dit zorgt voor persoonlijke groei en blijmakende bloei. Wat kun jij doen? Spreek dagelijks, op een vast moment, in rust, eventueel met rustige muziek op de achtergrond, bovenstaande zinnen uit. Eerst drie keer in gedachten, daarna drie keer fluisterend en daarna drie keer met normaal stemvolume. Na deze negen keer loop je voor de afsluitende tiende keer naar de spiegel, je trekt een ‘big smile’ en spreekt ze nogmaals uit, nu met nog wat steviger stemvolume. Probeer het! Ervaar het! Voel het!

1. Welke weerstand voel je bij het bovenstaande?
2. Wat zou deze weerstand kunnen vertellen over jou?
3. Wat besluit je om hier concreet mee te doen?



De transformatie van jouw klant

1. ☹️	>	😊
2. A	>	B(eter)
3. Pijn	>	Fijn
4. Au	>	Wow
5. Shit	>	Hit

Jouw leven is 'een grote transformatie'. Daarbinnen zijn allerlei fases met kleinere transformaties te ontdekken. Denk nog maar eens terug aan het tekenen van je levenslijn in week 1. Kun je je herinneren dat na de 'dalen en falen-periode' vaak een tijd van pieken en groei aanbrak? Dat is het begin van een nieuwe fase, een nieuwe transformatie. Ook dit trainingsprogramma volg je, omdat je een persoonlijke transformatie voor ogen hebt. Je wilt jezelf met alle kennis, vaardigheden en inzichten óf Versterken, óf je wilt iets structureels Veranderen óf je wilt een diep sluimerend Verlangen eindelijk eens de volle ruimte geven. Bovenstaande woorden geven alle drie de 'van A naar B(eter)-transformatie' aan.

1. Welke transformatie wil jij in deze fase van jouw leven vooral doormaken? Van... Naar ...
2. Ook als jij je inleeft in jouw klanten, of in de mensen met of voor wie jij werkt, kun jij je dan voorstellen dat ook zij een transformatie of mini-transformatie willen doormaken? Wat is de grootste verandering waarnaar jouw klanten/relaties verlangen en waarbij jij hen kunt helpen?



De Elevator Pitchformule

1. Wie ben jij?
2. Wat doe jij?
3. Wie help jij?
4. Wat vraag jij?
5. Hoe vertel jij het?
- 6. Wat trigger/raak jij?**

We hebben in de voorgaande oefeningen aandacht besteed aan jouw 'mental state', die helpend of soms enorm beperkend kan zijn bij Personal Branding en Zichtbaarheid. Nu gaan we de slag maken naar jouw inhoudelijke kant van het publiceren. We behandelen nu de 6^e verdieping van jouw elevator pitch. En dat is de vraag "Wat trigger/raak jij"? Als jij met een ander communiceert, waaraan merk jij dan dat je de snaar van de ander weet te raken, weet te triggeren?

1. Denk eens terug aan eerdere gesprekken met mensen. Wanneer merk jij dat je de snaar van de ander raakt in een gesprek?

2. En nog specifieker. Welke informatie deel jij als je de ander triggert?

4. Publiceren

Jouw waarde



Pijn - Medicijn - Fijn

Deze 6^e verdieping noemen we ook wel: Pijn – Medicijn – Fijn. Een aspirine is een medicijn. Maar zonder het hebben van een vorm van pijn, is een aspirine een medicijn zonder waarde. De waarde van dit medicijn neemt toe in geval van meer pijn. Dan ‘schreeuw’ je erom. Als je dit medicijn hebt ingenomen, voel je je uiteindelijk anders dan ervoor. Hoe voel je je even daarna? Je voelt je ‘fijn’. Je voelt je Beter! Van ‘Au naar Beter’! De waarde van dit product wordt vergroot door het communiceren over de ‘pijn’ (mijn hoofdpijn gaat weg) en door te communiceren over ‘fijn’ (ik voel me beter en lekkerder). Dit is de mini-transformatie die een klant, of jij soms ook, met dit aspirine-medicijn wil doormaken. Toch?

Bij het publiceren en communiceren over een aspirine grijp je sneller de aandacht van de klant als je publiceert over de ‘pijn’ en over de ‘fijn’. Dat is wat mensen raakt en triggert. Daar zit de herkenning (pijn) en daar zit het verlangen (fijn). Ook jouw publicaties worden duidelijker, meer herkenbaar, overtuigender en aantrekkelijker als jij de ‘pijn en fijn’ communiceert. Denk nog eens aan de klant die jij helpt, of wilt gaan helpen (DIK) en aan zijn problemen en gewenste resultaten. Misschien ken je zijn problemen en wensen al heel goed of een klein beetje. Of nog amper. In dat laatste geval is het belangrijk om met jouw toekomstige

klanten in gesprek te gaan om dit te ontdekken. Deze pijn/medicijn/fijn kun je ook toepassen op 'interne klanten' als je daar vanuit je rol meer mee te maken hebt.

Het leren, ontdekken en begrijpen van deze drie stappen ('pijn/medicijn/fijn'), stappen die het verschil maken, heeft bij mij zeker een jaar geduurd. Ikzelf was dus een jaar verder voordat ik ze scherp had, eigen had gemaakt en kon toepassen. Dus overvraag jezelf nu niet. We gaan eens een 'braindump' maken. Deze gaat je helpen bij overtuigende en aantrekkelijke Publicaties!

1. Wat zijn de **problemen (pijn)** van jouw klant? En om je gedachten op gang te brengen: wat vindt jouw klant lastig, moeilijk, wat lukt hem niet, waarvan ligt hij wakker, etc.?
2. Wat is de **oplossing (medicijn)** die jij voor deze klanten, met deze problemen, hebt? Beschrijf hier jouw product of dienst (jouw medicijn). Beschrijf wat je aanbiedt. Beschrijf ook hoe jij dit aanbiedt.
3. Wat is het **resultaat (fijn)** wat jouw klanten verlangen, nadat ze jouw product, dienst of project hebben ervaren?

Kijk nog eens goed naar al je woorden. Bevat het naast rationele woorden ook sensitieve/emotie-woorden? Laat deze lijst de komende tijd groeien; vaak zijn de woorden die klanten gebruiken de allerbeste woorden. Deze woorden drukken uit waar zij tegenaan lopen en naar verlangen.



4. Publiceren

Geld = 'waardetransport'



Veel mensen hebben iets met geld. Vaak is het gevormd vanuit vroeger in je jeugd. Mijn moeder had een houten trommeltje tot de rand toe gevuld met dubbeltjes. Die had ze gespaard. Dat zal ik nooit vergeten. Ook had zij een metalen blik om het beschikbare geld te verdelen over de verschillende uitgaven die mijn ouders moesten doen. Dit heeft mij achteraf, meer dan ik bewust was, gevormd richting het belang van sparen. Geld verzamelen leek een doel op zich en voelde belangrijker dan het uitgeven (de gespaarde pot met dubbeltjes). Daarnaast leerde ik dat je het beschikbare geld moet verdelen, zodat je nooit te kort hebt (het metalen blik). Daarnaast zag ik hoe mijn beide ouders heel hard werkten voor hun geld (toch ook overgenomen...). Het effect is dat geld in z'n algemeenheid voor mij 'een ding' werd, een doel op zich, en - soms - een schaars product. Het heeft mij meer beïnvloed dan ik ooit had gedacht. Met lastige kanten. En mooie kanten. Bovenstaande is uiteindelijk ook één van de redenen waarom ik zelfstandig een succesvol bedrijf heb kunnen opbouwen. Het gaat hier niet letterlijk om mijn verhaal. Spiegel het eens op jezelf. Ga eens terug naar vroeger.

1. Welke relatie heb jij met geld?
2. Wat herinner jij van vroeger over geld?
3. Wat is de lastige kant voor jou van geld? En de mooie?



4. Publiceren

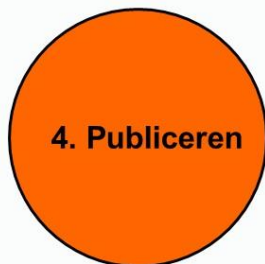
Pijn & Fijn = Waarde



Geld is een 'ruilmiddel'. Zo leerde mijn economiedocent mij. Hij had gelijk. Het is een middel om waarde te ruilen. In die zin is geld als ruilmiddel een 'waardetransport'. Kun jij je voorstellen dat de prijs, die jij vraagt, een uitdrukking is van jouw waarde, van jouw product of dienst? Bij een dienst zie ik dat geld ook een uitdrukking van eigen-waarde is. Als je eigen-waarde stijgt, voel je dat de prijs in gelijke tred meestijgt. De net toegelichte en uitgewerkte 'pijn en fijn' zijn de waardeverhogers. Daar zitten de woorden waar jouw klanten en toekomstige klanten op getriggerd worden. Klanten kopen niet jouw 'medicijn'. Zij kopen de oplossing voor hun probleem, voor hun 'pijn'. En ze kopen het voor hun gewenste resultaat, hun 'fijn'. Hoe beter je de 'pijn en fijn' kent en publiceert, hoe meer klanten je trekt en hoe hoger de prijzen die je kunt vragen!

1. Als jij kijkt naar je huidige gesprekken met mensen, hoeveel procent, *van al hetgeen jij nu vertelt*, gaat over:

- | | | |
|--|---|-------|
| - Pijn/Problemen van de klant | : | |
| - Jouw Medicijn/Oplossing | : | |
| - Fijn/Verlangde Resultaten van de klant | : | _____ |
| TOTAAL | | 100% |



Publiceren in 10 stappen

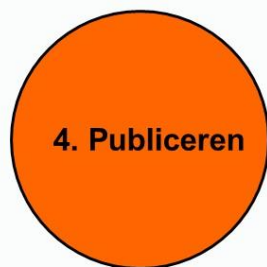
1. Werk de 'Pijn/Medicijn/Fijn' uit
2. Maak een content ideeën dump (Wist je dat...?)
3. Doe je "Medicijnkast"-check op je website (teveel productinfo?)
4. Verrijk jouw 'Over mij'-pagina (dé Publicatie over jou!)
5. Versterk je social media-basis (Linkedin-profiel samenvatting)
6. Publiceer op je eigen site, je uitvalsbasis (blog, podcast, vlog)
7. Experimenteer/"pruts" met je social media posts, kanalen etc.
8. Schrijf jouw e-book/whitepaper (jouw 'klantmagneet')
9. Verken externe blogs/rubriek (jij de content, ander het kanaal)
10. Verstuur persberichten

Tijdens de online training zijn de verschillende stappen uitgelegd. En van concrete voorbeelden voorzien, onder andere van mijzelf. Wat is jouw top 3 waarmee je de komende tijd aan de slag wilt gaan?

1.

2.

3.



Jouw krantekop?

De Telegraaf

De Telegraaf is de krant met de grootste oplage en het grootste bereik van Nederland. Stel: binnenkort staat er een hoofdartikel over jou/jouw bedrijf op de voorpagina... Weten waar jij wilt uitkomen, is het startpunt om daar ook daadwerkelijk te komen!

1. Wat is dan de 'droom'-kop die jij het allerliefst gepubliceerd wilt zien op de voorpagina van De Telegraaf? (meer dan 1 mag 😊)



DAG 3. SOUND! *(hardop uitspreken, spiegel, je mobiel)*

Dag 3. Sound! Een dag waarop je de tijdens dag 2 uitgeschreven vragen hardop kunt uitspreken. Wat kun jij gaan uitspreken?

1. *Dé twee vragen aan jezelf*

Het is belangrijk om deze 'erin te stampen'. Als je een keer spanning voelt of een beperkende overtuiging hebt, kun jij deze twee vragen aan jezelf stellen.

2. *Jouw mantra*

Ga dit proberen en ervaren. Voor heel veel mensen is dit zeer betekenisvol en bekrachtigend. Het geeft innerlijke rust, bewustzijn, berusting en kracht. En brengt je dichterbij jouw kern-energie, jouw onuitputtelijke bron!

3. *Take 5*

- Geniet even van dit muziekje... Een instrumentale. Met die toepasselijke titel als het over opnemen gaat: *Take 5* (van Dave Brubeck). Lees hier waarom ik dit nummer met deze titel heb geselecteerd. Tijdens dag 5, Fast Forward, komen we hier nog op terug! De link 🎵: <https://www.youtube.com/watch?v=tT9Eh8wNMkw>



Take 5

Neem nooit meer dan 5 takes op van 1 video-fragment. Binnen de eerste 3 zit altijd de beste. Die zijn het echtst. Daarna wordt het gemakker. Dat wil jij toch niet?

In de tijdsduur van dit instrumentale nummer spreek jij een onvergetelijke video in. Neem de proef maar eens op de som. Camera aan! Open je hart. Vertel het maar. Het is goed genoeg. En post het maar! De wereld wacht op je! Yes, you can!

It's "pruts-time"!

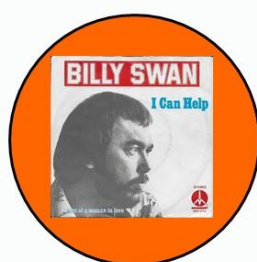




DAG 4. PAUZE! *(adempauze, beweeg, drink water)*

Dag 4 is het vaste ‘pauzemoment’. Publiceren is ook de tijd inplannen om eraan te werken. Als je het ‘er even tussendoor’ wilt doen, lukt het vaak niet. Plan daarom een Publiceren-tijdsblok en focus. En laat het maar stromen en gebeuren... Een creatief proces kun je niet forceren. De ene keer gaat het beter dan de andere keer. Na de focus van de afgelopen dagen is het tijd voor het welverdiende pauzemoment.

- Een liedje dat ik heb geselecteerd als het over Publiceren gaat, is van Billy Swan – “I can help”. We besteedden in deze les veel aandacht aan het publiceren over de huidige problemen en gewenste resultaten van je klanten. De ‘pijn en fijn’. Ik heb geleerd dat ik de afgelopen jaren heel veel klanten heb gekregen omdat mensen, zo geven zij zelf terug, zich echt vooruit geholpen voelen. Dat maakt mij blij en geeft vervulling. Als klanten het gevoel hebben dat jij hun probleem/pijn begrijpt en hun verlangen/fijn snapt, ga jij dit ook ervaren: meer verkopen, meer vervulling. Ertussen zit jouw oplossing/medicijn: jouw hulp! De essentie van succes is dan ook maar één woord: HELP. En dat is de titel van deze plaat! De link 🎵: <https://www.youtube.com/watch?v=sD5HnHo7JbY>



If you've got a problem,
I don't care what it is
If you need a hand, I can assure you this
I can help, I've got two strong arms,
I can help
It would sure do me good to do you good
Let me help

It's a fact that people get lonely, ain't
nothing new
But a woman like you, baby, should never
have the blues

Let me help, I've got two for me, let me
help
It would sure do me good to do you good
Let me help

When I go to sleep at night, you're always
a part of my dream
Holding me tight and telling me everything
I want to hear





DAG 5. FAST FORWARD! (*feedback van ander*)

Vandaag Fast Forward. Fast Forward betekent dat je sneller groeit als je je gedachten niet voor jezelf houdt, maar ze juist met anderen deelt. En feedback erop ontvangt. Daarom heb ik iets superleuks en waardevols. Het gaat over Publiceren deze week. Laten we dan ook maar écht gaan Publiceren!

Maak een ‘Stel je voor-filmpje’

Ga eens lekker prutsen met de camera op je mobiel. Neem een filmpje op van maximaal 1 minuut. Stel jezelf nog eens voor, zoals oefende tijdens de les Presenteren. Je hebt nu wat extra tijd om nog iets meer te vertellen. Maar dat hoeft niet. Er is één ding dat ‘moet’. Je filmpje moet eindigen met een vraag. Het beste is een open vraag. Vraagsuggesties: ‘Wat vinden jullie hiervan?’ ‘Wat spreekt je aan?’ ‘Hoe kom ik over?’ ‘Wat vinden jullie goed?’ ‘Wie zou dit zelf interessant vinden? Stuur dat filmpje aan een of enkele mensen uit jouw netwerk. En zie welke reacties je krijgt!



Wie ben jij + vraag (max 1 min.)



Door het te delen, ben je aan het PUBLICEREN! Delen, vertonen, publiekelijk maken. En iedere vorm van reactie is goed. Zelfs geen reactie is goed. Jij hebt het gedaan. En dat is het allerbelangrijkst! Dus doe het zonder verwachting. Zonder verwachting naar jezelf en zonder verwachting naar de ander. Gewoon zonder doel. Gewoon doen. Dat is de mind-set voor Publiceren. Doen! En onthoud: je eerste 'take' is vaak de meest echte, de meest pure en dus de beste! Als je er meer oefent... prima! Maar niet meer dan... 5. Take 5! Lekker prutsen! Succes!





DAG 6. STOP! *(stoppen met dingen, denken)*

Dag 6. De dag waarop je kunt kiezen om met iets te stoppen. Iets dat jou niets brengt. Wat je veel te veel tijd kost. En waar jij een keuze in hebt te maken.

Misschien wil je stoppen met een concreet 'ding'. Iets waarmee je kunt of wilt gaan stoppen. Te veel Netflixen? Want deze tijd kun je ook gebruiken om supergave blogjes te gaan schrijven!


Misschien is het een 'patroon'? Iets dat je, als een ingesleten patroon, doet en continu herhaalt, maar je niets brengt.

Misschien is het je 'denken'? Je 'remmende stemmen', je beperkende overtuigingen. In dit werkboek vind je concrete inspiratie hoe je hier korte metten mee maakt. Stop ermee! En vervang dit onvruchtbare denken door vruchtbare mentale grond voor jouw persoonlijke groei en blijf bloei!

Waarmee wil jij stoppen? Welke keus maak je?

Het nummer dat helemaal past bij Publiceren is 'Born to be Wild' van Steppenwolf. Het lijkt een ruige motorsong, en dat is het ook, maar de diepere laag, zeker als je onderstaande tekst leest, is dat je "los mag gaan". Dat JIJ los mag gaan! En dat is de essentie van PUBLICEREN!


De link 🎵: <https://www.youtube.com/watch?v=rMbATaj7II8>



Get your motor runnin', head out on the highway
 Lookin' for adventure, and whatever comes our way
 Yeah Darlin' go make it happen, take the world in a
 love embrace
 Fire all of your guns at once, and explode into space
 I like smoke and lightning, heavy metal thunder
 Racin' with the wind, and the feelin' that I'm under

Yeah Darlin' go make it happen, Take the world in a
 love embrace
 Fire all of your guns at once,
 And explode into space
 Like a true nature's child,

*We were born, born to be wild
 We can climb so high
 I never wanna die
 Born to be wild
 Born to be wild
 Get your motor runnin'
 Head out on the highway
 Lookin' for adventure...*



En tot slot de checklist week 4:

LES 4 - PUBLICEREN
 Jouw Personal Branding & Zichtbaarheid. Pak je podium!
 © 2021 - Patrick van Gils – www.toppresentaties.nl





Gereflecteerd?



Geschreven?



Gesproken (hardop)?



Gepauzeerd?



Gepubliceerd (in de groep)?



Gestopt (met iets?)