

Sta steviger in je schoenen in 7 stappen in 7 weken
**Jouw Personal Branding en
Zichtbaarheid**
WEEK 5

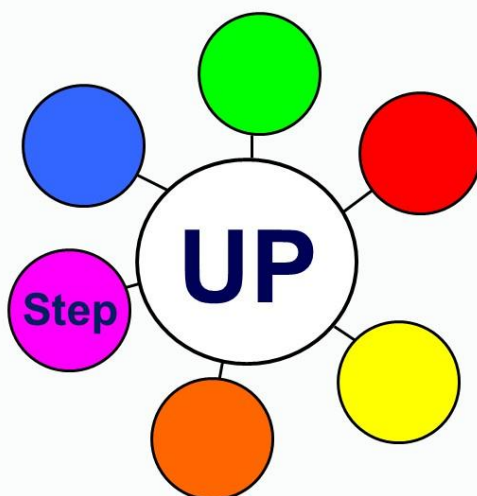


PAK JE PODIUM!

“Laat zien en horen wie jij bent!”

Patrick van Gils

5. Profileren



Sta steviger in je schoenen in 7 stappen in 7 weken

Profileren

Jouw 'pet': Netwerker

Profileren is een breed begrip. Het goede nieuws is: 'profi-leren' kun je leren! Wat is eigenlijk de betekenis van het woord 'profiel'?

pro·fiel (*het; o; meervoud: profielen*)

- 1 zijaanzicht, m.n. van het menselijk gelaat
- 2 geribbeld, oneffen oppervlak: *het profiel van een autoband*
- 3 korte persoons- of karakterbeschrijving, algemene typering: *een profiel aanmaken* een korte persoonsbeschrijving van zichzelf op een site zetten

En van het werkwoord 'profileren'?

zich³pro·fi·le·ren (*wederkerend werkwoord; profileerde zich, heeft zich geprofileerd*)

- 1 de aandacht vestigen op zichzelf of op een bepaald aspect van zichzelf

Vier gebieden worden in dit werkboek behandeld. Jouw mindset en durf om te gaan profileren, een consistente boodschap, het bouwen en

benutten van jouw netwerk en de vorm, zeg maar het 'hoe' van je communicatie, waarmee je jouw profilering aantrekkelijker kunt maken. Bouw en voed je netwerken! Wat is de ultieme kracht van jouw netwerkcontacten? Dat mensen jou kennen en je al eens eerder hebben ervaren? Kort of zelfs lang geleden. Hoe meer iemand jou in het echt heeft meegemaakt, hoe meer kracht er aanwezig is om dat contact weer aan te boren en ten volle te benutten. Je netwerk is als een boom met 'hoog- en laaghangend fruit'. Je zult het fruit zelf moeten plukken. Zelf aan de slag, pro-actief! Onbevooroordeeld zijn leidt tot de brug naar klanten en nieuwe ingangen. Profileer jezelf, sluit niemand op voorhand uit en verken nieuwe contacten!

Week 5. Thuiswerk-opdrachten

In week 5 focussen wij ons op de volgende 'P': Profileren. Niet voor niets in het Engels: Step up! Ik denk dat deze foto alles zegt. Profileren is de mindset dat jij een stap durft te zetten naar de wereld om je heen en zichtbaarder wordt. Dankzij een aansprekende boodschap en een herkenbare vorm in contact komen met jouw bestaande en toekomstige connecties en klanten.



Ik wil jou graag leren om professioneel te profileren. Echt 'profi'! Profileren als 'prof', zeg maar. En dat valt te leren! Door het te doen en te ontdekken! En de inzichten uit dit werkboek te gaan ervaren. Veel succes deze week!

Warme groet,

Patrick van Gils



DAG 1. REWIND! *(reflectie, inzichten, herhaling)*

Dag 1, de dag van reflectie. 'Rewinden', kort terugspoelen; omkijken en reflecteren. Denk nog even terug aan de vijfde online-training. Over Profileren.

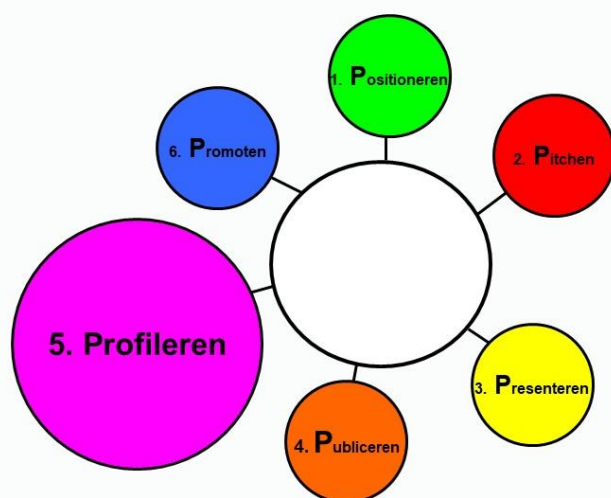
1. Wat is je grootste inzicht uit de laatste online-training over Profileren?

2. Waar kan het Profileren jou vooral bij helpen?



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

Dag 2, de dag van 'Play'. Lekker de opdrachten uitwerken. Schrijven wat er in je opkomt en naar boven komt. En dat is goed. Daarin zit vaak jouw 'goud' al verstopt. Het vloeit zo uit je pen...





Profileren in 4 stappen

1. **Durf** op te staan!
2. **Communiqueer** Consistent & Consequent!
3. **Bouw** en voed je netwerk!
4. **Maak** het verschil met 'Hoe'

Profileren is een breed domein. Het is ook een woord dat 'te pas en te onpas' wordt gebruikt, vaak met wisselende bedoelingen. Wat er altijd in het woord doorklinkt, is dat het te maken heeft met 'opvallen' en 'jezelf onderscheiden van de rest'. Hierboven staan vier belangrijke domeinen die behoren tot het professioneel profileren van jezelf en/of je bedrijf.

NU

Wat is voor jou de volgorde waar jij tot nu toe de meeste aandacht aan hebt besteed:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

TOEKOMST

Op welke van deze 4 zou je je meer mogen of moeten focussen?



Jij bent een 'ART'-iest!

- Artiest > **Jij**
- Titel van de plaat > **Jouw '2 woorden'**
- Tekst (refrein/couplet) > **Jouw pitch**
- Stem > **Jouw stem**
- Optreden > **Jouw profilering**
- Albumhoes, foto's > **Jouw middelen**

De eerste stap uit het domein van Profileren is Durf op te staan!. Dat is wat een artiest doet om fans te krijgen en een fan-base te bouwen. Hoe zit dat bij jou?

1. Wat is jouw 'ART'? (wat beheers jij goed, waar weet jij veel van, wat is je specialiteit?)

2. Hierboven staan zes veelgebruikte elementen die een ART-iest inzet om zichzelf te profileren. Zet deze elementen in de volgorde die voor jouw eigen profilering de meeste impact kunnen maken:
 - 1.
 - 2.
 - 3.
 - 4.
 - 5.
 - 6.

3. De goede klanten van artiesten worden fans genoemd. Vaak geldt hoe groter de 'fanbase', hoe zichtbaarder en succesvoller de artiest. Wie zouden er vooral in jouw 'fanbase' moeten zitten?



Gaby pakte haar pen en schreef...

“Niemand leeft zoals die deed
 Dat is wel even wennen
 De een die neemt de ander geeft, zo leer je
 mensen kennen
 Niets is meer zoals de dag ervoor, maar we
 moeten door

We moeten hoop houden want dan komt het
 goed
 Doe wat je doen moet
 Doe niet je eigen wil
 En hou je even stil
 Tot het EINDE VAN DE FILM”

Gaby Visscher werd in deze online training over Profileren als voorbeeld gebruikt van iemand die op betrekkelijk jonge leeftijd durft op te staan. De coronacrisis heeft haar geïnspireerd een lied te schrijven. Vervolgens heeft zij stappen gezet om zichzelf met haar song te profileren.

1. Hoeveel ‘Gaby’ zit er momenteel al in jou? Op een schaal van 1-10 (1 = weinig, 10 = heel veel):

2. Wat is je uit Gaby’s aanpak opgevallen en bijgebleven, waar jij in jouw gedrag ook je voordeel mee kunt doen?



Gaby stond op 1 op Linda.nl...

LINDA.NL

HOME **NIUWS** KIJKEN LOVES MEIDEN BESTEL LINDA. Zoeken

LUISTERTIP

7 X ONTROERENDE (CORONA)NUMMERS DIE JE EEN HART ONDER DE RIEM STEKEN

17.04.2020 | 15:34 UUR | JULIETTE ESSINK

De coronacrisis in Nederland roept emoties bij iedereen op. Voel jij je – op wat voor manier dan ook – geraakt door het coronavirus? Misschien kunnen de volgende nummers jou helpen.

LINDA.nl zet een aantal hartverwarmende (corona)nummers op een rij.

1. Gaby Visscher – Einde van de film

Gaby bracht afgelopen week haar eerste single uit. Een prachtig liedje over hoe het coronavirus ons land min of meer heeft overgenomen. "Ik kan het bijna niet geloven, maar mijn liedje staat nu ook op Spotify. *Einde van de film* is een lied over deze

Gaby pakte haar pen, schreef een lied, nam het akoestisch op, nam het daarna professioneel op, zette het op Spotify, benaderde de media en verscheen uiteindelijk op Linda.nl op 1 in de Ontroerende Coronalijs.

1. Wat zijn de drie belangrijkste vormen in haar gedrag die zij, in jouw ogen, heeft vertoond om zich met haar song te profileren?
2. Welke van deze drie heb jij ook al in je?



5 x S Profilerenformule

1. **Story!**
2. **Sound!**
3. **Sing!**
4. **Show!**
5. **Swing!**

We zijn nog in het domein Durf op te staan!. Dat is de mindset; de mentale kant van het Profileren. Profileren is ook jezelf durven laten zien. En laten zien is 'to SHOW!'. Hierboven zie je vijf begrippen die in de SHOW-business veel worden gebruikt. Het is de 5 x S Profileringsformule. Als je nu kijkt naar jouw eigen plannen of naar jezelf.

1. Welke associaties krijg jij bij deze woorden als je ze betreft op jezelf?

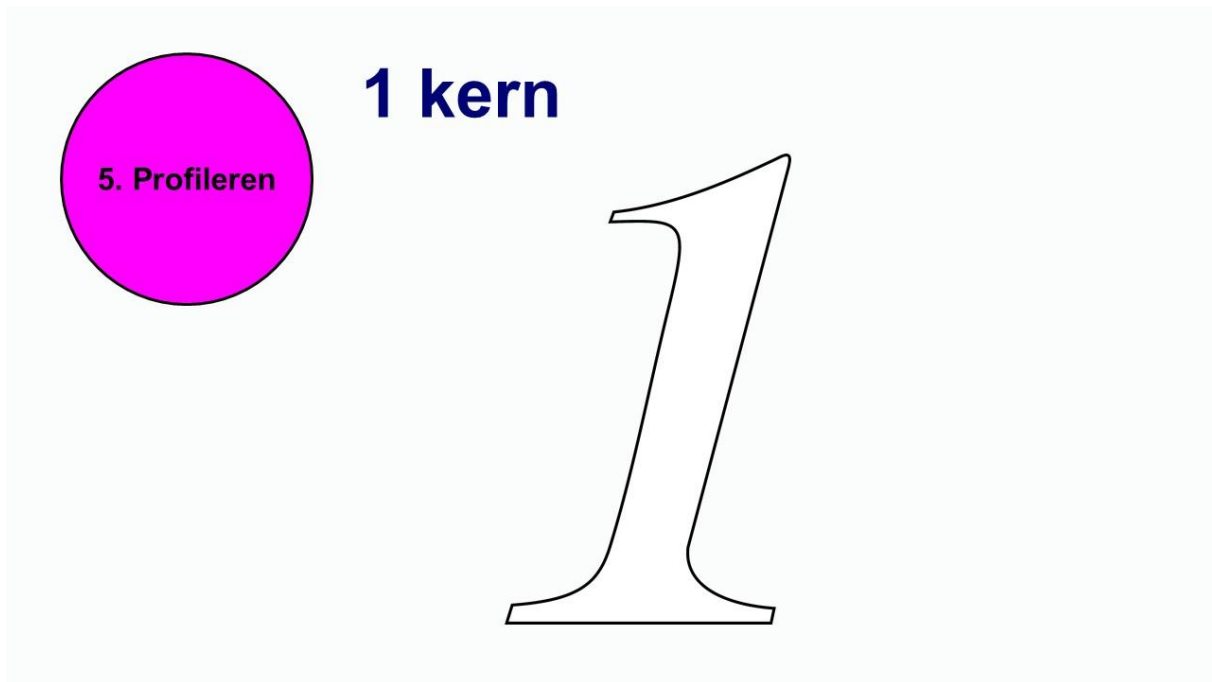
STORY:

SOUND:

SING:

SHOW:

SWING:



We gaan nu naar het tweede onderdeel uit het domein Profileren: **Communiqueer Consistent en Consequent**. Veel mensen hebben geen heldere kern in hun gesproken en geschreven boodschap en communicatiemiddelen. En ze houden zich er ook niet voor een langere tijd aan vast, ze wisselen te snel en te veel in tekst en vorm.

1. Hoe consistent en consequent is jouw kern in al jouw communicatie op een schaal van 1-10? (1 = weinig, 10 = veel)



Logo



Een logo is een krachtig visueel element. Je kunt het continu toepassen in al je communicatie. Het vergroot daarmee de herkenbaarheid en bekrachtigt op visuele wijze jouw kernwoorden. Om een lang verhaal kort te maken... denk serieus na over het ontwikkelen van een logo, of het vernieuwen of 'oppoetsen' van je bestaande logo.

1. Wat wil jij met je logo (gaan) uitdrukken?
2. Welke kleuren vind jij belangrijk en waarom?
3. Welke visuele elementen wil jij erin verwerken en waarom?
4. Welke tekst-slogan wil je erin verwerken en waarom?

5. Profileren

Branding



Soms kan een echt visueel element jouw communicatie en daarmee je boodschap veel kracht bij zetten. Bij mij is dat de “Zeepkist” geworden: het kleinste podium van Nederland. Jouw podium! Je mentale podium!

1. Welke visuele elementen zie jij voor je die jouw bedrijf, jouw product, dienst of idee kunnen versterken? Schrijf eens alle ideeën op die je te binnen schieten. Hoe gekker hoe beter 😊



Personal Branding



Als klant koop je uiteindelijk bij 'de vent' en niet bij 'de tent'. De ondernemer, de persoon maakt het verschil (samen met de medewerkers uiteraard, als die er zijn). Vele kleinere ondernemers zijn zich daar amper van bewust. Jij bent het gezicht van je bedrijf of je organisatie. Letterlijk en figuurlijk. In je wijze van profileren kan het helpen om een goede foto of fotoreportage van jezelf te hebben. Dat is pas profileren! Toch?

1. Welk beeldmateriaal heb jij nu al van jezelf?
2. Hoe bruikbaar is dat om jezelf daarmee te profileren?
3. Als je nieuwe foto's van jezelf zou laten maken, wat is dan belangrijk? Wat moeten ze uitstralen?



Tekst



Pak je podium!

1. Pitch-training 2. Presentatie-coaching 3. Public-speaking

Ben jij?
Onbekend?
Onzeker?
Onzichtbaar?

Leer pitchen & presenteren.
top

Jouw resultaat
Meer zelfvertrouwen!
Meer bekendheid!
Meer klanten!

toppresentaties
versterkt je boodschap

Patrick van Gils
trainer - spreker - coach
www.toppresentaties.nl
info@toppresentaties.nl
06-2009 1787

We zijn nog bij het onderdeel: Consistent & Consequent Communiceren. Dit is een voorbeeld van een banner die ik heb. Daarop staan tekst-elementen die je ook in mijn andere communicatiemiddelen terugziet.

1. Wat zijn de belangrijke tekstboodschappen of kernwoorden die jij in al je communicatiemiddelen zou willen laten terugkomen?



Hier zie je enkele voorbeelden uit mijn fotoreportage. Iedere foto heeft een boodschap. En kan ik in verschillende momenten, uitingen, presentaties of trainingen terug laten komen.

1. Welke verschillende poses zou jij willen hebben om op een later moment te kunnen gebruiken in jouw communicatie?



Je hebt nu al een aantal communicatiemiddelen tot je beschikking, die jij momenteel al inzet om met de wereld om je heen te communiceren. Straks volgt een checklist. Eén van de meest gebruikte en onderschatte is de e-mail. Ieder mailtje is een kans om ook een ‘klein verhaaltje’ te vertellen over jouw personal branding.

1. Wat vertelt jouw huidige e-mailhandtekening?
2. Wat zou je nieuwe e-mailhandtekening tot uitdrukking moeten brengen?



1 herkenbare lijn, ook online



Online kun je jezelf ook Profileren. Via Social Media. Maar ook tijdens bijv. een Zoom-call. Hierboven met een achtergrond; een voorbeeld van mijn branding.

1. Welk gevoel en welke sfeer wil jij 'digitaal' online vooral over jezelf overbrengen?
2. In hoeverre gebeurt dat nu al?
3. Wat is de eerste stap die jij kunt zetten om het antwoord onder 1 te gaan bereiken?



Jouw achtergrond?

1. Kies een achtergrond-foto die jouw Personal Branding versterkt
2. Ga naar linksonder in Zoom
3. Rechts naast de knop 'stop video': ^
4. 'Choose virtual background'
5. '+': hiermee kun je een achtergrondfoto uploaden
6. Gebruik effen achtergrond (wit, groen, blauw)
7. Let op dat het jouw ondersteunt

Laat het maar zien volgende week! Dat is PROFILEREN!

Hier de gebruiksaanwijzing hoe je zelf in Zoom jouw 'Personal Branding-achtergrond' kunt instellen. Belangrijk is dat jij goed op de voorgrond bent en dat het beeld de achtergrond is. Het beeld moet jou niet domineren en overstemmen. Het moet jou en bijv. jouw vakgebied 'slechts' versterken.

1. De eerste vraag is natuurlijk... Wat is hét achtergrondbeeld dat jouw personal branding zou kunnen versterken?
2. Ga bovenstaande stapjes in Zoom uitvoeren en experimenteer ermee
3. Durf je het aan om de eerstvolgende les jouw achtergrond te tonen? Dat is echt Profileren!!!



5. Profileren

Branding-checklist

- logo?
- slogan?
- lettertype?
- kleuren?
- persoonlijke foto?
- herkenbare achtergrond?
- vast herkenbaar symbool?
- terugkerende kernwoorden-boodschappen?
- ..

In bovenstaande Branding-checklist kun je afvinken welke van deze elementen jij al helder hebt. Of dat je er nog wat dieper over moet nadenken en er met anderen over wilt sparren. Neem je tijd. Forceer het niet. Aan de andere kant: volg soms maar gewoon je gevoel. Zeker met personal branding is het dan altijd goed. Het gaat immers over jou. Dus: volg je hart, dat klopt altijd!



Jouw visitekaartje voorkant



Hoe minder ruimte je hebt, hoe meer je moet weglaten... Of: hoe minder woorden je mag uitspreken, hoe lastiger het is om de beste woorden te kiezen. Dat is het uitgangspunt bij de 'visitekaartjes-oefening'. Met een visitekaartje zet jij jezelf, of je bedrijf, op de 'kaart'. Het is een bekrachtiging van de eerste indruk die jij maakt als persoon. Met het geven van je kaartje maak je de stap van de eerste indruk naar de tweede indruk. Feitelijk moet een goed visitekaartje minimaal de informatie bevatten waardoor de ontvanger weet wie jij bent, wat je doet en hoe iemand met je in contact kan komen. Toch is dit slechts belangrijke 'verzekeringpolis-informatie'. Daarnaast is het belangrijk om jouw Personal Branding te versterken. In de Branding-checklist, op de vorige pagina, zie je welke elementen je nog meer kunt toevoegen of verwerken in je kaartje. Vaak zeggen mensen dat een fysiek kaartje achterhaald is. Ik zie dat anders. Een kaartje is tastbaar. Dus als mensen dat kaartje van jou de volgende dag uit hun zak of portemonnee halen, denken ze weer even aan jou. Verbinding en verkoop gaat om het opbouwen van 'een reis met contactmomenten'. Ook je kaartje is een belangrijk tweede contactmoment en herinneringsmoment aan jou!

1. Schrijf in bovenstaand 'kaartje' alle informatie die jij op je eerstvolgende visitekaartje wilt zetten.



Jouw visitekaartje achterkant



Schrijf in bovengenoemd 'kaartje' alle Personal Branding elementen (zie de checklist) die jij op je kaartje wilt toevoegen. Die hoeven trouwens niet letterlijk op de achterkant te staan! Dit vlak is bedoeld om ideeën te bedenken, waardoor jouw personal touch, jouw personal branding op jouw kaartje tot leven komt!

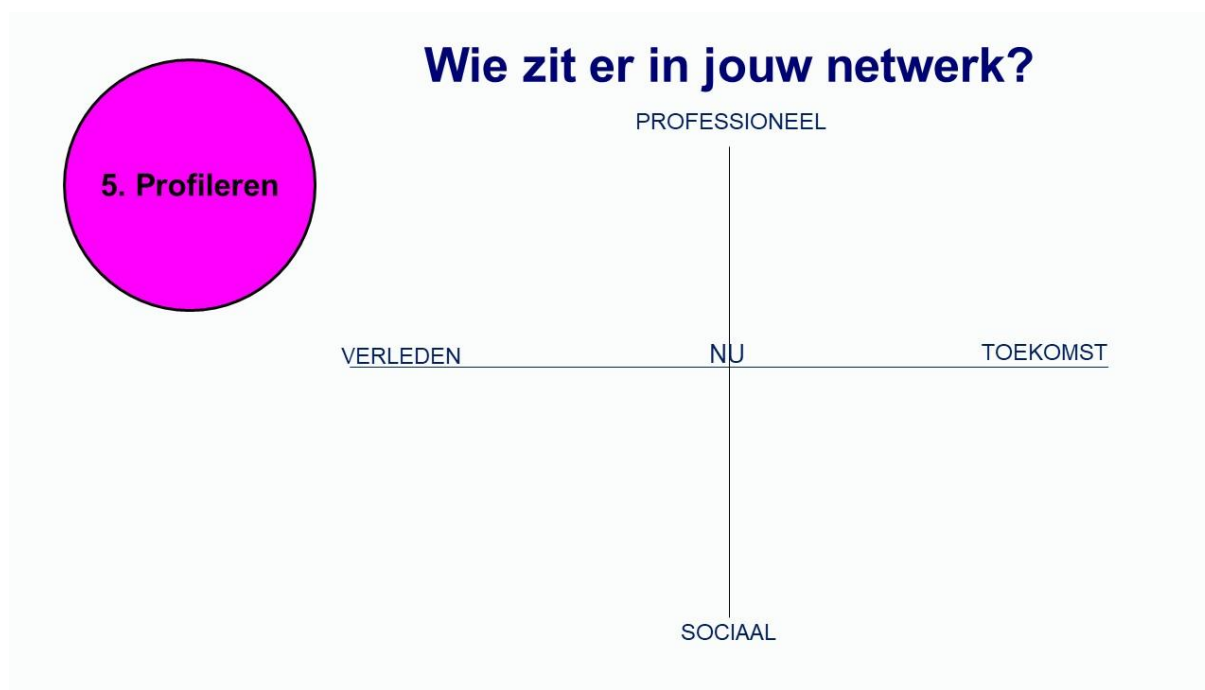


Middelen-checklist

- visitekaartje
- email-handtekening
- voicemailboodschap
- folder
- website
- social media kanalen
- powerpoint-slides
- en alle andere middelen waar jij
jouw bedrijf op communiceert:
-
-

De communicatiemiddelen die jij gebruikt zijn altijd een persoonlijke keuze. Het hangt af van je doelen, je plannen, je bedrijf, je klanten en hoe je met hen in contact kunt en wilt komen. De meest gebruikte middelen voor Personal Branding staan hierboven.

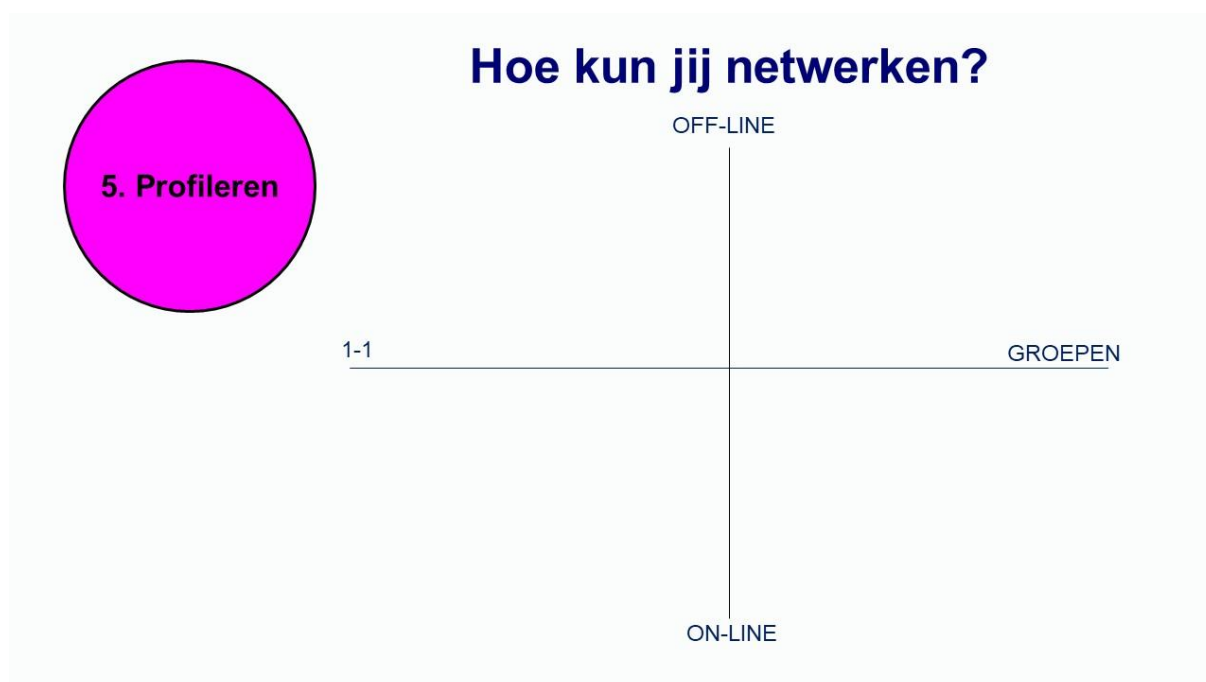
1. Vink eens aan welke je nu al hebt
2. Leg deze eens naast elkaar. Hoe eenduidig is de boodschap in deze middelen?
3. Welke middelen zou jij aan de lijst willen toevoegen die voor jou belangrijk zijn?



Tijdens de live-training heb ik uitgelegd waarom je netwerk van vroeger en van nu zo krachtig is. Dat zijn mensen die JOU kennen. Als mens. Als persoon. Als professional. Daar ligt een basis van vertrouwen en gunnen. Maak werk van jouw netwerk! Jij bent een ART-iest. Dus creëer jouw eigen fan-base! Social media zijn daar zeer goed geschikt voor! Binnen je netwerk heb je de sociale kant (hobby, sport, vrienden, burens, kerk, vrijwilligerswerk etc.) en je professionele kant (werk, opleiding etc.).

1. Maak een 'braindump' van alle fases in jouw leven. Verdeel jouw leven eens in vier delen (je leeftijd gedeeld door 4). Wandel 'mentaal' door de fases en zie wat je toen deed. Wie ontmoette je? Met wie had je (veel) contact? Sociaal en zakelijk?
2. Leg opnieuw een connectie met deze mensen (of een selectie eruit). Jij bepaalt natuurlijk zelf hoe intens en diep je dit aanpakt.

P.S. De beste manier van connecten met eerdere netwerkcontacten is via een persoonlijke boodschap. Ook de rechtstreekse uitnodiging of link-uitnodiging zonder persoonlijk bericht is tegenwoordig helemaal niet raar. Volg daar je eigen vorm en norm!



Netwerken moet je vooral op je eigen-wijze doen. Bovenstaand schema geeft aan hoe jij kunt netwerken. Je kunt het 1 op 1 doen of in groepen. En je kunt een keuze maken tussen offline en online. Ontdek wat echt bij jou past.

1. Wat heeft jouw voorkeur? Zet in de vier bovengenoemde vakken jouw voorkeursvolgorde (met het cijfer 1, 2, 3 of 4).
2. Schrijf in ieder vak een vorm waaraan jij de voorkeur geeft. Bijvoorbeeld in het vak *1-1 / Offline* kun je netwerken door iemand te bellen, een afspraak te maken of te mailen.



Hoe zien anderen jou?

Over Patrick van Gils

Patrick is dé professional in Branding en Zichtbaarheid. Hij is de #1 pitch- & presentatie- & personal branding-expert van Nederland. Hij was meer dan 20 jaar de marketingcommunicatie-topman en woordvoerder van A-merk-bedrijven als McDonald's, Studio100 en Makro.

Ruim 6 jaar geleden, besloot hij, na een reorganisatie en ontslag, zijn passie en droom te gaan volgen. Hij richtte TOPpresentaties op. Inmiddels een florerend bedrijf. Patrick is inspirerend spreker, pitch- & presentatietrainer en businesscoach.

Hij heeft inmiddels 25.000 mensen geholpen met zijn praktisch toepasbare 7 stappen personal branding- & pitch-formule. Een methode waarmee ook jij, tijdens en na de Corona-crisis steviger in je schoenen staat, glashelder overkomt, meer impact maakt op anderen, nooit meer wordt vergeten en je je droomklanten, droomopdracht of droombaan aantrekt. Door velen wordt hij inmiddels 'de pitchkoning van Nederland' genoemd.

Als jij een tekstje over jezelf in de derde persoon schrijft, word je bewuster wie jij bent! Zie het voorbeeld hierboven.

1. Stel je voor dat je binnenkort een praatje/presentatie mag houden op een grote bijeenkomst met jouw toekomstige klanten. En de moderator van deze bijeenkomst vraagt jou om een tekstje dat hij kan gebruiken om jou aan te kondigen. Schrijf dan nu, met mijn bovenstaande tekst als voorbeeld, een korte wervelende, prikkelende tekst over jezelf, die kan worden gebruikt door de moderator wanneer hij jou aankondigt!

5. Profileren

Profileren met content **VROUW**

Wát zeg je?
Een artikel over de favoriete zaterdag van Aurifalla Karim, met een foto van haar.

Lezen in vrijheid
Nog steeds is de Tweede Wereldoorlog een dankbaar onderwerp voor mooie boeken, die vooral in deze tijd wat verschijnen. Hier vijf nieuwe pareltjes met aangrijpende verhalen.

Eenige strijder
Een artikel over Michael van Goyt, met een foto van hem in een militaire uniform.

Nieuw VROUW
Nieuw in je boek, heren en dames! Denk in je vrijheid van de wereld... Dit is een artikel over de nieuwste editie van het tijdschrift.

Tweede Eekendraad
Een artikel over de tweede editie van het tijdschrift, met een foto van de cover.

Wijheidsheid
Een artikel over de 'Wijheidsheid' van de vrouw, met een foto van een vrouw.

56% laant de make-up lekker zitten als ze thuiswerkt
Een infographic die aangeeft dat 56% van de vrouwen lekker zit in hun make-up terwijl ze thuiswerken.

We zijn nu bij de laatste van de vier domeinen. De kracht van HOE. Deze les is ook bedoeld om je door een andere 'bril' naar vormen van profileren te laten kijken, zodat je gaat herkennen hoe anderen hun boodschap of contact profileren. En hoe jij daar concrete ideeën uit kunt halen voor jouw content en profilering. Tijdens de online training is de bovengenoemde pagina getoond uit de Vrouw-bijlage van De Telegraaf. Op de volgende pagina's zie je de 10 ideeën afgebeeld, die in deze pagina verstopt zitten. Ieder met één concrete tip!



5. Profileren



De favoriete zaterdag van Nurlaila Karim

Ochtend

"Sinds mijn burn-out zwem ik graag 'therapeutisch' in de Noordzee, óók in de winter. Koffie en croissantjes mee. Gelukkig heb ik stoelverwarming in de auto, haha!"

Middag

"Ons leven bestaat nu uit koken en lekker eten, dus begin ik 's middags al aan de avondmaaltijd. Leuk om de hele tuintafel met kleine hapjes te vullen."

Avond

"In deze coronatijd houden we film-marathons met het gezin. Ik heb alle 21 Marvel-films moeten kijken en alles van Quentin Tarantino gezien. Met mijn dochter heb ik *Outlander* gekeken."

Zodra het weer kan, schittert Nurlaila twee keer per week in *TINA - De Tina Turner Musical*

1. "Deel jouw week-indeling!"

5. Profileren

2. "Benut de bekendheid van anderen"



Eeuwige strijder

Helaas is George Michael al ruim drie jaar niet meer onder ons, maar zijn hit *Freedom '90* blijft een van de beste vrijheidsliedjes ooit. In het nummer, met beroemde clip vol supermodellen, rekende hij voorgoed af met zijn status als tieneridool in Wham!.



5. Profileren

3. “Kies een getal. Maak dat groot en vertel!”



56%
laat de
make-up lekker
zitten als ze
thuiswerkt



5. Profileren

4. “Brand je eigen rubriek!”



In de mix

TANJA SPAANDER

Journalist Tanja: “Wat geeft u een gevoel van vrijheid? Niet wekenlang in thuisisolatie zitten, dat begrijp ik. Zelf krijg ik een vrij gevoel als ik in mijn auto stap en overal naartoe kan rijden. En dan niet in een file terechtkomen, natuurlijk.”

5. Profileren

5. “Publiceer TOP-boeken uit jouw vak!”

Lezen in vrijheid

Nog steeds is de Tweede Wereldoorlog een dankbaar onderwerp voor mooie boeken, die vooral in deze tijd veel verschijnen. Hier vier nieuwe pareltjes met aangrijpende verhalen:



Vrijheid
Imogen Hecsey
Nancy Wake is een van de beste verzetstrijders die door de Britten achter de frontlinie is gedropt: in 1943 probeert ze als spion in Frankrijk de Duitsers zoveel mogelijk dwars te zetten. Maar die zitten haar op de hielen. (De Fontein, € 22,50)

De appelboom
Christian Berkel
Berlijn, 1932: Otto en Sala zijn tieners als ze verliefd worden. Hij komt uit de arbeidersklasse, zij uit een Joodse familie. Ze beleven de oorlog allebei anders en belanden erna in verschillende werelddelen. Maar vinden ze elkaar nog terug? (A.W. Bruna, € 19,99)

Het verhaal van Edith
Edith Velmans-van Herwen
De Joodse Edith is 13 als ze in 1938 begint aan haar dagboek. Eerst over jongens, school en feestjes, maar dan breekt de oorlog uit. Uiteindelijk zijn zij en haar broer Guus de enige twee die overleven. Een bijzonder boek vol herinneringen. (Podium, € 17,50)

5. Profileren

6. “Creëer interactie via een prijsvraag!”



Voor de Eilandraad

Altijd al eens mee willen doen aan *Expeditie Robinson*? Oké, het is niet helemaal hetzelfde, maar nu is er het bordspel *De Eilandraad* van Just Games. En kunt u in de woonkamer op exotisch avontuur, een kamp met expeditieleiden leiden en andere spelers wegstemmen. **We mogen 10 spellen weggeven: mail snel naar winnen@vrouw.nl o.u.v. 'Robinson' en vergeet uw adresgegevens niet!**

VROUW.NL



5. Profileren

Nu op **VROUW.nl**

Soms kun je ook binnen een huwelijk flink in je vrijheid worden beknot... Op onze site leest u het aangrijpende verhaal van een lezeres die opbiecht dat ze na het overlijden van haar man vooral opluchting voelt. Heftig!

7. “Link naar je website!”



5. Profileren



Lady Liberty wordt ze genoemd: het Vrijheidsbeeld in New York. Het prototype werd in 1870 gemaakt door de Franse ontwerper/beeldhouwer Frédéric Bertholdi en later aan de VS geschonken. Het verhaal gaat dat zijn eigen moeder model stond!

8. “Herhaal over de herkenning!”

5. Profileren

9. “Publiceer je pitch in korte quotes!”

Wát zeg je?

Eigenlijk zou ze dit jaar als Ambassadeur van de Vrijheid in een helikopter langs bevestigingsfestivals gaan. Dat gaat niet door, dus genieten wij maar van Rosanne Hazes' opvallende uitspraken.

“Ik vind het fijn om een huismus te zijn, lekker Netflix aan te zetten en met mijn ongeschoren benen tegen Erik aan te kruipen.”

“Na mijn bevalling dacht ik: de tering, ik ga me helemaal volvreten want daar word ik nu gelukkig van.”

“Ik heb een buikje, daar zit allemaal strise op en dat gaat waarschijnlijk niet weg. Maar dat is prima.”

“Mijn verleden is een rugzakje dat deels gevuld is met ellende die ik omarm door er liedjes over te schrijven.”



5. Profileren

10. Een plaatje...



Dit zijn ze alle 10 nog een keer op een rij:

1. Deel jouw week-indeling!
2. Benut de bekendheid van anderen!
3. Kies een getal. Maak dat groot en vertel!
4. Branding in je eigen rubriek!
5. Publiceer TOP-boeken uit jouw vakgebied!
6. Creëer interactie via een prijsvraag!
7. Link naar je website!
8. Herhaal over de herkenning!
9. Publiceer je pitch in korte quotes!
10. Een plaatje... zegt meer dan 1000 woorden!

Welke van bovenstaande ideeën spreekt jou enorm aan en wil je een keer echt gaan toepassen in jouw wijze van profileren?




Ik wil het nog maar een keer herhalen.... Benut de kracht van herhaling!
Mede hierdoor werd het nummer 'Happy' ook een wereldhit.

1. Hoeveel herhaling zit er in jouw communicatie op een schaal van 1-10?

Mag ik je helpen?


5. Profileren



TOP-Spreker

Binnenkort een bijeenkomst? Zoek je een TOP-spreker? Iemand die de bijeenkomst naar een hoger niveau tilt en waar iedere aanwezige direct veel aan heeft?


Meer informatie Keynotes, Masterclasses & Presentaties



TOP-Trainer

Wil je een pitch-, presentatie- of Ambassadeurstraining voor jouw collega's of medewerkers? In jouw bedrijf? Gegeven door een TOP-trainer die de mensen echt inspireert?

Meer informatie Team- & Bedrijfstrainingen (incompany)



TOP-Coach

Wil jij snel stappen maken met een krachtige pitch, ene overtuigende presentatie? Vind je het fijn om persoonlijk daarin te worden begeleid met de volle aandacht voor jou?

Meer informatie persoonlijke 1-1 Coachingsprogramma's

Wat is jouw functie? Ik ben trainer, spreker & coach. Een krachtiger en smeüiger term is TOP-spreker. TOP-trainer. TOP-coach. Hoor je het verschil? Als anderen het over mij hebben wordt vaak de term 'pitch-expert' gebruikt. Of 'presentatie-expert'. Of zelfs 'de pitchkoning van Nederland'. Jonnie Boer is bijv. kok. Dat vindt hij zelf ook. Anderen noemen hem 'drie-sterren-kok'. Jan Smit is zanger. Aantrekkelijker is HollandseHits-zanger! Wat ben jij?

1. Wat zijn woorden die jouw functie of rol smeüiger en aantrekkelijker maken? Ga even lekker los...!



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

Twee 'uitspreek-oefeningen'

1. Spreek de tekst over jezelf in de derde persoon, die je hebt geschreven, eens hardop uit. Neem het op, op je mobiel. En luister het terug alsof dit jouw aankondiging is. Hoe klinkt dit?
2. Spreek de smeüige woorden van de vorige pagina eens hardop uit. Begin iedere keer met IK BEN

Hoe klinkt dit?

Dat ben jij.

Punt uit.



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

Vandaag een pauzemoment. Lekker!!!

Het volgende lied is een speciale aanrader. Geschreven en gezongen door Gaby Visscher. Eerder in deze les is zij als voorbeeld gebruikt van haar lef en durf om te profileren met resultaat. Een lied gecomponeerd speciaal vanwege deze coronasituatie; haar toepasselijke titel is dan ook: *Het einde van de film*. Op Linda.nl #1 in de Ontroerende Coronalist. Te bekijken op YouTube (ook in de akoestische versie) en natuurlijk te beluisteren op Spotify. Ik vind het qua tekst en sound een prachtig nummer. Hier de volledige songtekst en links 🎵:

<https://www.youtube.com/watch?v=F8U75gLoL3U> (de Spotify-versie)

<https://www.youtube.com/watch?v=3-yJAotP1h0> (de akoestische-versie)



Niemand had dit gedacht, niemand kon het weten
Niemand heeft ergens feest, niemand weet iets zeker
Niets is meer zoals de dag ervoor
Maar we moeten door

Niemand leeft zoals die deed
Dat is wel even wennen
De een die neemt de ander geeft, zo leer je mensen kennen
Niets is meer zoals de dag ervoor, maar we moeten door

We moeten hoop houden want dan komt het goed
Doe wat je doen moet
Doe niet je eigen wil
En hou je even stil
Tot het einde van de film





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

Vandaag Fast Forward. Wat kun jij delen en bespreken met een ander deze week over jouw profilering?

Je hebt vier thema's om met een ander te bespreken.

1. **De durf-kant** van het profileren. Hoe ervaart die ander dat? Jij bent heus niet de enige die het lastig vindt... Bespreek het maar!
2. **De consistente communicatie-kant.** Hoeveel lijn, herkenbaarheid en kern ervaart een ander in jouw communicatie-middelen. Vraag eens wat voor ideeën de ander heeft, hoe hij jou ziet en wat jij in jouw uitstraling en middelen zou mogen benadrukken. Soms ontstaan er in dit soort gesprekken de mooiste pareltjes van ideeën. Zeg niet te snel nee op een idee. Maar vraag door: "Wat bedoel je?" "Waarom zie je dat voor je?"
3. **De bouw en voed je netwerk-kant.** Hoe netwerkt de ander? En hoe kan de ander jou helpen om jouw netwerk uit te breiden met bijvoorbeeld de mensen die jij zoekt voor jouw plannen?
4. **De maak het verschil met HOE-kant.** Met profileren gaat het niet om wat jij doet of bent, maar vooral HOE jij dat etaleert en uitstraalt. Dát is profileren! Vraag HOE de ander jou ziet en HOE jij je kunt profileren!



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

Waar STOP jij mee om meer ruimte te creëren om jezelf, je plan of je bedrijf te profileren? De kracht van herhaling... een van de krachten uit dit lied Happy. De link 🎵: https://www.youtube.com/watch?v=ZbZSe6N_BXs



It might seem crazy what I'm 'bout to say
Sunshine she's here, you can take a break
I'm a hot air balloon that could go to space
With the air, like I don't care baby by the way
Huh, because I'm happy
Clap along if you feel like a room without a roof

Because I'm happy
Clap along if you feel like happiness is the truth
Because I'm happy
Clap along if you know what happiness is to you
Because I'm happy
Clap along if you feel like that's what you wanna do
Here come bad news, talking this and that
(Yeah) Well, give me all you got, and don't hold it back
(Yeah) Well, I should probably warn you I'll be just fine
(Yeah) No offense to you, don't waste your time
Here's why



Herhalen is een belangrijk aspect in het profileren. Daar zit kracht en herkenbaarheid in. Twee nummers die je even lekker kunt beluisteren en meezingen. Happy! En It's a small, small world! Zing ze eens mee! En merk hoe makkelijk je deze liedjes meezingt. Door de kracht van herhaling dus. Het enige risico is dat ze de hele dag in je hoofd klinken. Dat is dus het effect! Zo kan het bij jouw klanten en toekomstige klanten dus ook gaan met jouw herhalende boodschap! De link 🎵:

<https://www.youtube.com/watch?v=n0R7wF5ohe>



IT'S A SMALL SMALL WORLD
 It's a world of laughter
 A world of tears
 It's a world of hopes
 And a world of fears
 There's so much that we share
 That it's time we're aware

It's a small world after all
 It's a small world after all
 It's a small world after all
 It's a small world after all
 It's a small, small world

There is just one moon
 And one golden sun
 And a smile means
 Friendship to ev'ryone
 Though the mountains...



En de checklist voor week 5:



Gereflecteerd?



Geschreven?



Gesproken (hardop)?



Gepauzeerd?



Gesproken (met ander)?



Gestopt (met iets?)