



HAAL MEER UIT JE ONLINE
COMMUNITY EN FACEBOOKGROEP

In 10 stappen een succesvolle online community



**we love
communities**

Inhoud

03	OVER MAARTJE BLIJLEVEN
07	LET OP!
10	HET GROTE GEHEIM
12	WAT LEVERT EEN COMMUNITY OP?
13	WILDEVREEMDEN WORDEN FANS & KLANTEN
14	HOE START JE EEN COMMUNITY
15	STAP 1 IDEE EN ONDERZOEK
16	STAP 2 DOELGROEP EN STRATEGIE
17	STAP 3 SOORT COMMUNITY PLATFORM
18	STAP 4 START MET PASSIE
19	STAP 5 CONTENT
20	STAP 6 EERSTE LEDEN EN ACTIVATIE
21	STAP 7 GRATIS GROEIEN
22	STAP 8 GROEI DOOR PR EN PROMOTIE
23	STAP 9 LOVERS NOT HATERS
24	STAP 10 LEREN EN OPTIMALISEREN
26	HOE KAN IK JOU HELPEN SUCCESVOL TE ZIJN?
27	PRINTABLE STAPPENPLAN
28	GRATIS NEXT STEPS
31	REFERENTIES
33	NOTITIES EN INZICHTEN



Hallo

IK BEN MAARTJE BLIJLEVEN

Wat ik het allerliefste doe? Jou als ambitieuze ondernemer leren hoe je een *tribe* creëert die niet kan wachten om van je te kopen! Want online communities maken mega impact!

Twintig jaar ben ik zzp'er en ondernemer en net als veel ondernemers heb ik zelf ook geworsteld met het activeren van mijn online community, zichtbaar zijn, impact maken en nieuwe klanten binnenhalen. Ik was heel goed in het opzetten en activeren van communities van grote A-merken, maar voelde als ondernemer een grote drempel om mijn eigen groep te starten. Wat als ik afgewezen word?! Niet goed genoeg ben en faal? Uit angst stelde ik een eigen community steeds uit.

Daardoor liet ik kansen liggen. Kansen die ik als ondernemer keihard nodig had! Om geld te verdienen, te connecten met mijn ideale doelgroep en te doen waar ik echt gelukkig van word. Ik begreep niet waarom het anderen wel lukte en mij niet. Totdat ik onderzoek deed, hulp

kreeg en leerde wat de ingrediënten zijn van een succesvolle community.

In 2017 werd ik medeoprichter van de Facebookgroepen IncludeNow. en WomenTalkTech. Maar pas op 1 september 2020 startte ik mijn eigen groep, de Community Leaders Club. In 3 weken tijd had ik niet alleen 322 leden in mijn community, maar haalde ik ook 2.985 euro aan omzet binnen via nieuwe klanten! Een maand later waren dat 636 leden en 9.950 euro aan extra inkomsten. Nog een maand later 1.130 leden en 29.850 euro.

**Binnen 3 maanden 1.130 leden,
43 nieuwe klanten en 42.785 euro
aan extra omzet dankzij mijn
Facebookgroep. Wauw!**



Inmiddels noemen ze mij de Queen of Communities en weet ik als geen ander hoe je een online community voor jou kan laten werken.

Toen ik de code eindelijk gekraakt had, besloot ik het compleet anders te doen. Met succes! Ik schreef een bestseller die 27 dagen op nummer 1 in de Managementboek Bestseller Top 100 stond. Ben binnen een jaar een veelgevraagd spreker geworden op (internationale) evenementen. Stond in veel (vak)media zoals het Parool, de Adformatie, Emerce, MarketingFacts, MarketingTribune, Nederlands Media Nieuws, MT.nl, Managementboek, BNR-nieuwsradio en RTL4.



En ik kwam ook regelmatig LIVE op televisie als Digital community expert bij een dagelijks actualiteitenprogramma. Ik werd genomineerd voor de Viva400 in de categorie Zakenwonders en voor de Vrouw in de Media Award. En ik lanceerde de Online Community Academy middenin de Crisistijd, die binnen mum van tijd vol zat. Doordat ik zichtbaarder ben kan ik nóg meer mensen helpen met hun online community, waar ik heel blij van wordt. #blijleven.



"Wauw, zelfs Facebook boekt me nu om op hun Facebook Community Day in o.a. Tel Aviv te spreken."

Nu komen klanten via via vanzelf bij mij en weten mensen mij te vinden als dé expert in mijn vakgebied: online communities en Facebook groepen. Dat gun ik jou ook, dat je in jouw branche dé expert bent waar mensen het eerst aan denken als ze een grote opdracht hebben. En die redacties bellen als ze een expert zoeken voor hun tv-programma. Dat je programma of product binnen no-time is uitverkocht!

Het is ineens heel snel gegaan. Als je me dat 2 jaar geleden had verteld, dan had ik je gewoon niet geloofd! En het klinkt misschien gek maar ik heb nog steeds moeite om het te geloven...

Dat gun ik jou ook. Sterker nog: ik weet zeker dat het voor jou ook mogelijk is om succesvol te zijn dankzij een online community of Facebookgroep.

Zelf leerde ik de fijne kneepjes van het vak bij o.a. Endemol, RTL, KLM, Nationale Postcode Loterij, Heineken, Peugeot en Schiphol, maar ook door de vele gesprekken die ik voer met mijn klanten en publiek na mijn (internationale) talks bij o.a. de Social Media Week, Digital Marketing World Forum en de Facebook Community Days die internationaal door Facebook zelf georganiseerd worden en waar ik meerdere keren sprak.





Wat kun je verwachten?

In dit E-book deel ik de samenvatting van mijn verrassend makkelijke 10-stappenmethode om succesvol te zijn dankzij een online community of Facebookgroep. Dit zijn de exacte stappen die ik zelf heb gezet om te starten, activeren, groeien en converteren. Ik deel deze, zodat je precies weet wat je moet doen.

Let op: dit is geen garantie voor succes. Ik geef je de ingrediënten, maar alleen met jouw inzet kun je er een mooie taart van maken. Dus hoe meer jij bereid bent te investeren om het werk te doen, hoe sneller en beter het gaat.



Let op!

Een online community is de beste en makkelijkste manier om online relaties op te bouwen. Waardoor je een groep fans creëert die niet kan wachten om klant te worden, zonder moeilijk gedoe. Zoals gezegd ben ik de Community Leaders Club op 1 september 2020 gestart. Binnen 3 maanden had ik al 1.130 leden en in totaal 43 nieuwe klanten en 42.785 euro aan extra omzet binnengehaald.

Met een online community en Facebookgroep trek je super goed nieuwe klanten aan, onafhankelijk van de grootte van de groep. **MAAR je verdient geen geld met je online community als je geen heldere strategie en een bewezen plan hebt. Met alleen meer leden ben je er nog niet.**

Via de Online Community Academy leer je op de slimste manier om een enthousiaste fanbase op te bouwen (via een online groep), zodat je binnen 3 maanden een toffe tribe creëert die niet kan wachten om van je te kopen! Zonder gefrustreerd of overwerkt te worden, omdat je alleen dié stappen zet, die bewezen succesvol zijn.



ZELFS ALS:

- Je nu in je groep een speld hoort vallen
- Nog niets verkocht hebt
- Je niet veel tijd hebt #moedervantwee
- Je niet weet welke content je moet delen
- Je je afvraagt of je genoeg waarde kunt delen
- Je nog geen groot aantal volgers hebt

HET ENIGE WAT JE HOEFT TE DOEN IS DE VERRASSEND MAKKELIJKE STAPPEN VOLGEN:

- om te starten
- je ideale doelgroep aan te trekken
- deze te activeren
- exponentieel te groeien
- en te converteren naar betalende klanten



NAMELIJK:

1. Idee & valideren met onderzoek
2. Ideale doelgroep, strategie en actieplan
3. Soort community en platform kiezen
4. Hoe je start met passie
5. Snel content maken die aanspreekt
6. Leden uitnodigen die wél reageren
7. Gratis groeien via mond-tot-mond reclame
8. Groeien via gratis PR en promotie
9. Slim reageren op berichten
10. Learnings & klanten aantrekken met 21 geld-maak-modellen speciaal voor community leaders.



IN DIT E-BOOK FOCUSSEN WE ALLEEN OP DE SAMENVATTING

Je begrijpt dat ik 12 uur aan lesmateriaal niet in een E-book kan stoppen. Maar ik doe mijn best je mee te nemen in alle essentiële stappen op de weg naar succes.

Dat gezegd hebbende wens ik je veel succes met het starten, activeren, laten groeien en converteren van jouw groep! Het is de leukste nieuwe manier van marketing, eentje die wél werkt.

Liefs,
Maartje Blijleven,
Jouw Digital Community Expert.
www.welovecommunities.nl

GEZIEN BIJ:



Het grote geheim



Voor iedereen bestaat er een passende online community van mensen die dezelfde pijn, passie of ambitie delen. Dus ook voor jou!

In deze geïndividualiseerde samenleving hebben mensen **de behoefte om ergens bij te horen**. In een community staan gezamenlijkheid en collectieve ervaringen centraal. Je deelt met gelijkgestemden informatie en ervaringen over een onderwerp waar je gepassioneerd over bent.

Daarnaast kun je de community **ook inzetten om je zakelijke doelen te bereiken**. Een community geeft je voldoening, is leuk, je netwerk groeit er enorm mee in een gebied waar jij expertise wilt opbouwen en dat geeft een positieve uitstraling op jou als oprichter, wat je op andere vlakken verder kan brengen. Je business, zichtbaarheid en expertstatus wordt groter.

Je bent de expert op jouw vakgebied en super zichtbaar voor potentiële klanten. Met een constante stroom van klanten en meer omzet als gevolg.

Daarvoor is een goede strategie en het juiste stappenplan wel essentieel. Want anders kost het je niet alleen veel tijd, geld en energie, maar de kans is ook groot dat je 'zomaar wat doet' en daardoor eindigt met een community die niet actief is en doodbloedt. En jij je doel niet bereikt.



"Online communities zijn hét grote geheim achter de groei en het succes van veel bedrijven en ondernemers. Waarmee je van wildvreemden klanten en fans maakt en als community leider de zichtbaarheid en expertstatus krijgt die je verdient. Met een constante stroom van klanten en meer omzet als gevolg."

- MAARTJE BLIJLEVEN, FOUNDER WE LOVE COMMUNITIES

Wat levert het op?



Als ondernemer heb je een fijne, leuke en veilige club van gelijkgestemden om je heen verzameld waar je schaamteloos jezelf kunt zijn. Waar mensen voelen dat ze niet raar of gek zijn, maar zich als onderdeel van de groep juist thuis voelen en er graag zijn.

Een succesvolle online community is een win-win-win situatie.

Je leden zullen winnen, omdat ze verbinding maken met anderen die dezelfde pijn, passie of ambitie hebben als zij, waardoor ze van elkaar leren en connecten en zich gesteund voelen.

Je community en bedrijf winnen, omdat de community relevant is voor je leden, groeit, en je hierdoor een langdurige relatie aangaat met je meest waardevolle doelgroep, nieuwe klanten binnenhaalt en je je zakelijke doelen bereikt.

En er is een extra win voor jou als community leider. Omdat je netwerk groeit, je impact maakt en het goed is voor je zichtbaarheid, komen er nieuwe kansen op je pad die je anders nooit voor mogelijk had gehouden.

Je hebt een online community waar je veel waarde kunt geven. Zodat klanten jou leren kennen en je leuk vinden. Daardoor is de stap voor hen makkelijker om ook daadwerkelijk klant bij je te worden en kun je zelf ook beter beoordelen of het een goede match is. Vooral wanneer er ook bestaande klanten in je online community zitten, die jou via digitale mond-tot-mond reclame in je groep aanraden bij de andere leden: potentiële klanten.

Binnen jouw wereld vertellen klanten over jou en daardoor doen andere mensen makkelijker mee. Dat is natuurlijk veel sterker dan dat je zelf zegt dat ze klant bij je moeten worden. Er is geen enkel ander communicatiemiddel waar social proof zo goed ingezet wordt als in een online community.

Doordat je je ideale klant goed leert kennen, heb je mega focus op die ideale klant. Daardoor kom je met een veel beter en passend productaanbod waar je ideale klant ook écht op zit te wachten en daardoor verkoop je meer.



Wildvreemden worden fans & klanten

Omdat je de taal van je ideale klant leert spreken, heeft het ook een positief effect op je marketing en sales. Daardoor verkoop je niet alleen beter en meer via jouw online groep, maar ook via andere marketing communicatiekanalen.

Voor ambitieuze ondernemers zal een succesvolle community jouw **expertise en zichtbaarheid** op belangrijke gebieden vergroten. Waardoor je autoriteit groeit en je eerder gezien wordt als thought leader, dé expert op jouw vakgebied. Je zult vaker gevraagd worden als spreker, in de media, et cetera. Met een constante stroom van klanten en meer omzet als gevolg.

Voor bedrijven is een community verreweg de **meest waardevolle manier om je doelgroep goed te leren kennen**. Om aannames die je over je doelgroep hebt, te weerleggen en om echt te weten wat er speelt. Daar kun je je marketing-communicatiecampagnes op andere kanalen vervolgens op afstemmen. Je kunt op zoek gaan naar lookalikes van je bestaande klanten, waardoor je meer klanten aan je bindt.

Een succesvolle community zorgt voor een langdurige en oprechte band met je meest ideale doelgroep. En zorgt dat je van wildvreemden fans maakt. Met merk- en productloyaliteit als gevolg. Door die hechte band neem je je (potentiële) klant mee in het proces van het maken van nieuwe producten en diensten en het verbeteren ervan.

Een online community levert dus veel op!





Hoe start je een online community en maak je die levendig?

Daarvoor is een goede strategie en het juiste stappenplan wel essentieel. Want anders kost het je niet alleen veel tijd, geld en energie, maar de kans is ook groot dat je 'zomaar wat doet' en daardoor eindigt met een community die niet actief is en doodbloedt. En je je doel niet bereikt.

Daarom lees je in dit bewezen 10-stappenplan welke stappen jij kunt zetten om meer uit jouw social media een online community te halen.

Dit stappenplan is geschikt voor iedereen die graag meer uit zijn of haar community haalt. Die een actieve community wil. Het is niet alleen geschikt als je een online community wilt starten, maar ook handig als je je community levendig wil houden.

Of je nu een Facebook groep, een LinkedIn groep of een online community op je eigen platform hebt, of wilt starten.

In 10 stappen neem ik je mee in de wondere wereld van online communities, zodat je precies weet welke stappen ook voor jou kunnen werken. Heb je meer begeleiding nodig en wil je leren hoe je die stappen vervolgens praktisch invult? Kijk dan aan het eind van dit e-book wat slimme next steps zijn.

Veel succes!





Stap 01

Idee & onderzoek

ONDERZOEK

Bezint eer ge begint: doe onderzoek. Op wie richt je je? Wat is zijn behoefte of probleem? Waar bevindt jouw ideale klant zich? Zijn er ook soortgelijke communities? Waarom willen mensen hun kostbare tijd besteden in jouw community? Zorg dat je goed geïnformeerd bent.

IDEE

Je hebt waarschijnlijk al een droom of idee. Wat je nodig hebt is een handleiding, een stappenplan, om deze droom om te zetten in werkelijkheid. Die geef ik je. We beginnen met het onderzoeken en valideren van je idee in stap 1. Of scherpen je huidige idee aan. Superleuk! Met deze 10 stappen ga je van een goed idee naar een succesvolle community. Veel plezier!

ALTERNATIEVEN?

Bekijk of er alternatieven zijn. Bestaan er al communities die zich richten op dezelfde passie, hetzelfde doel of dezelfde groep mensen? Soms is het beter om krachten te bundelen en met een bestaande community samen te werken. Onderzoek de mogelijkheden.



Stap 02

Doelgroep & strategie

DOELGROEP

Het is superbelangrijk dat je precies weet wie je doelgroep is. Maak het jezelf makkelijker met een ijkpersonage: een fictief persoon die jouw doelgroep vertegenwoordigt. Hang een foto naast je computerscherm en in alles wat je doet: check of het aansluit bij zijn of haar behoeftes.

NAAM & BEELDMERK

Bepaal op basis van je onderzoek en strategie je naam, beeldmerk, de tone of voice en tone of visual. Hoe ga je je publiek het beste bereiken? Op welke manier praat je met ze? Welke woorden gebruik je wel en niet? Hoe zien je beelden eruit? Welke stijl spreekt je doelgroep aan?

HELDERE STRATEGIE

Verwerk je onderzoek in een goede community strategie. Deze sluit aan bij de bedrijfsstrategie en doelstellingen. Wat maakt jou uniek, sociaal en relevant? Welke content ga je delen en waarom? Wat is je doel? Wanneer is het een succes? Dit kan lastig zijn om alleen te doen, ik kan je daarbij helpen.



Stap 03

Soort community & platform



MINDSET

Een duurzame relatie uitbouwen met je waardevolle klanten kost tijd. Stel je daarop in. Met de juiste mindset, krijg je dat door het vliegwieleffect in een actieve community dubbel en dwars terug. Eerst zaaien, dan oogsten. Dat dat snel kan gaan, zie je in de Community Leaders Club. Binnen 3 maanden had ik al 1.130 leden en in totaal 42.785 euro aan extra omzet via 43 nieuwe klanten binnengehaald.

SAMEN MET ANDEREN

Bedenk van tevoren wie jou kan helpen bij het community management en wie er antwoord kan geven op vragen uit de community. Je hoeft niet alles alleen te doen, samen bereik je meer. En het is leuker om dit met enthousiaste ambassadeurs, vrijwilligers, collega's of business buddy's te doen! Betrek ze erbij.

SOORT COMMUNITY EN PLATFORM

Als je de wensen hebt opgehaald bij jezelf en je ideale doelgroep, dan kun je een platform kiezen. Ga je voor een gratis platform zoals Facebook of een LinkedIn groep? Of kies je een betaald platform op je eigen website? Voor elk budget zijn er oplossingen te vinden. Gelukkig.



Stap 04

Start met passie

KICKSTART

Heb je onderzoek gedaan, je strategie op orde, een naam, weet je wat de wensen zijn en ben je er klaar voor? Pak dan je bestaande community met een frisse blik aan, of start je nieuwe community. Hulp nodig? Op welovecommunities.nl vind je een filmpje hoe je je gratis Facebook groep start.

MET PASSIE

Wijs iemand aan (dat mag je natuurlijk ook zelf zijn), die verantwoordelijk is voor het dagelijkse community management in de online community. Iemand die echt gepassioneerd is over het onderwerp en dezelfde enthousiaste taal spreekt als de community leden.

COMMUNITY REGELS

Mensen vinden het fijn om te weten waar ze aan toe zijn. Stel daarom community regels op. Goed om de verwachtingen te managen van iedereen in de community. Bijvoorbeeld: ga respectvol met elkaar om en reclame en linkjes plaatsen is niet toegestaan.



Stap 05

Content

EERSTE CONTENT

Als je community nieuw is, zet dan alvast niet-commerciële maar wel relevante content in je community. Vergelijk het met een housewarming: je nodigt pas mensen uit als je huis gezellig is, er meubels staan, een muziekje klinkt, eten en drinken is en een goede sfeer. Dat zelfde geldt ook voor een online community. Hoe ziet jouw digitale woonkamer eruit?

CONTENTPLANNING

Gebruik voor je content altijd een contentplanning met de thema's uit je strategie. En wees consequent in het plaatsen ervan. Dus niet de ene week 10 berichten en de week erop maar 1. Als je het fijn vindt kun je vooruit werken en content inplannen. Houd wel ruimte in je planning om in te spelen op de actualiteiten.



SAMEN MET ANDEREN

Bedenk een ludieke actie en werk samen met anderen om fris te starten met een groep enthousiaste en positieve leden die echt in de kern van de doelgroep zitten. Kijk goed in je netwerk voor wie jouw community relevant is en zoek partners die je kunnen helpen.



Stap 06

Eerste leden & Activatie

ACTIVEREN

Activeer je community, vooral als je net begint of nog niet zoveel leden hebt is dit heel belangrijk. Luister goed en praat op een echte, authentieke manier met je community. Zorg dat er elke dag activiteit is, zodat mensen een reden hebben om terug te komen.

DE EERSTE LEDEN

Nodig de eerste leden uit. Dat kunnen vrienden zijn met dezelfde interesse of passie als jij, bestaande klanten of anderen waarvan je weet dat de community voor hen interessant is. Begin liever met een kleine groep en breid langzaam uit dan dat je lukraak mensen uitnodigt.

HOE DAN?

De mogelijkheden zijn eindeloos. LIVE gaan werkt heel goed. Vragen stellen ook. En nieuwe leden zichzelf laten voorstellen in een korte video. Focus op het geven van waarde en stimuleer de dialoog. Dan hebben de leden een reden om terug te komen. Het maakt de community leuk en actief.



Stap 07

Gratis groeien

AMBASSADEURS

De 10% meest actieve leden haal je er al snel uit doordat ze bijna overal op reageren. Zij zijn je superusers, je ambassadeurs, en heel erg waardevol voor de sfeer en activiteit in je community. Beloon je ambassadeurs daarom met extra aandacht, je hebt ze nodig!

MOND-TOT-MOND RECLAME 2.0

Laat je community groeien door actief nieuwe leden aan te trekken via bestaande leden, ambassadeurs en jullie netwerk. Van binnenuit, via mond-tot-mond reclame 2.0. Virtuele mond-tot-mond reclame dus. In een community zullen de leden jou bij anderen aanraden. Dat is mega krachtig! Ook goed voor je eigen expert-status doordat je viavia aanbevelingen krijgt.

ORGANISCH GROEIEN

Onderschat je eigen netwerk niet als het gaat om organische groei. Je kunt je eigen social media kanalen goed inzetten om jouw community onder de aandacht te brengen. Of die van bevriende andere ondernemers die dezelfde doelgroep hebben. Eindig altijd met een duidelijke call to action: een verwijzing naar jouw community.



Stap 08

Groei door PR & promotie

PUBLIC RELATIONS

Zet PR en promotie in om ook buiten je community nieuwe leden te krijgen die passen bij je community. Creëer nieuwswaarde door onderzoek te doen en dat te publiceren, schrijf columns en speel in op de actualiteit. Een interview in de media kan je community in een keer op de kaart zetten.



PROMOTIE

Als je op een evenement spreekt of zelf iets organiseert, helpt dat enorm bij de promotie van jouw community. Echt een aanrader! Ook digital marketing werkt goed om te groeien. Bijvoorbeeld via e-mail marketing in combinatie met een gratis weggever, advertenties op Facebook en andere social media, en Google adwords.

VINDBAARHEID

Zorg dat je vindbaar bent in Google, zodat mensen die over je gehoord hebben, je ook kunnen vinden. Optimaliseer dus de website die hoort bij je community zodat mensen in ieder geval de wie, wat, waar, waarom en hoe van de community kunnen vinden.

Check www.communityleadersclub.nl voor een voorbeeld.



Stap 09

Lovers not haters

LOVERS

Richt je op de lovers, niet op de haters om de juiste sfeer te bepalen. Beloon goed gedrag en reageer op leuke opmerkingen en berichten. Mensen die heel actief zijn en positief, zijn de drijvende kracht achter je community. Zij zorgen ervoor dat je community actief is en 'vanzelf' loopt.

HATERS

Elke community krijgt er vroeg of laat mee te maken: iemand die zich niet aan de regels houdt of zich negatief uitlaat. Dat is vervelend, want zo kan 1 iemand het verpesten voor de rest. Gelukkig komt het niet heel veel voor. Het goede nieuws is: jouw groep zit zo vol met fans, dat zij het waarschijnlijk voor je opnemen. Zo hoef je zelf niets te doen aan iemand die zich misdraagt.

COMMUNITY MANAGEMENT

Gelukkig komt negativiteit in een groep bijna niet voor. Daarvoor heb je de community regels. Er zijn gelukkig veel tools voor community management, zodat de sfeer positief blijft. Vergelijk het weer met jouw woonkamer. Als iemand in mijn huis rookt, dan zeg ik daar wat van. Dat wil ik namelijk niet. Mijn huis, mijn regels. Online is dat precies hetzelfde: jouw groep, jouw regels. Heerlijk toch?

Overigens ben ik wel fan van opbouwende kritiek. Je kunt het zien als een cadeautje, want het maakt je beter. We zijn allemaal mensen en zien weleens iets over het hoofd, toch? Fijn als anderen je daarop wijzen, op die blinde vlek.





Stap 10

Leren, optimaliseren & converteren

LEREN

Om een sterke community op te zetten en te behouden is dit misschien nog wel het allerbelangrijkste punt: blijf leren en optimaliseren. Waar hebben de leden behoefte aan? Alleen als je daarnaar luistert en inspeelt op die behoefte, kun je groeien. En doordat je je leden zo goed kent, doe je ze een onweerstaanbaar aanbod waardoor ze sneller klant worden.

OPTIMALISEREN

Groeien doe je met de leden die echt geïnteresseerd zijn en op een positieve manier willen bijdragen. Weet je wat je leden willen? Dan kun je optimaliseren. Niet alleen in je community kun je leren en optimaliseren, maar die learnings trek je door naar alle marketing en communicatie binnen je bedrijf.

BONUS: THOUGHT LEADER

Een community maakt jou de 'thought leader', dé expert in je vak. Daarnaast kun je uit communities interessante informatie halen door nieuwe producten en diensten te testen en onderzoek te doen. Daardoor kun je je klanten een onweerstaanbaar aanbod doen. Top!



"Als we onze klanten niet willen verliezen in deze snel veranderende digitale wereld, dan is de inzet van communities een must. Als bedrijf en ondernemer, hebben we communities nodig om te verbinden met onze ideale doelgroep, om goede, relevante beslissingen te kunnen nemen. Het is nú de ideale tijd om communities in te zetten om onze doelen te behouden, te bereiken en een essentieel onderdeel van ons groeiplan."

- MAARTJE BLIJLEVEN, FOUNDER WE LOVE COMMUNITIES



Hoe kan ik jou helpen om succesvol te zijn met jouw online community?



VIP community strategie sessie:

output is een community of social media strategie waar je jaren mee vooruit kunt.

De Online Community Academy:

hét online programma om een echte community master te worden. Speciaal voor ambitieuze ondernemers en zzp-ers. Een groepsprogramma dat je op je eigen tijd en vanaf je eigen huis volgt, maar wel met professionele begeleiding in de vorm van groepscoaching calls en 24/7 toegang tot de community voor community lovers.

Keynote speech voor intern of extern event om een grote groep te inspireren:

waarom online communities het grote geheim zijn achter de groei en het succes van veel bedrijven en social movements. En wij ze nodig hebben om relevant te zijn in deze snel veranderende wereld.

Boek, e-book of luisterboek van de bestseller We love communities, waarbij je met zelfstudie leert welke stappen je hiervoor neemt.

Gratis online masterclass: ontdek aan de hand van het We love communities 10-stappenplan wat de exacte stappen zijn om ook jouw online community succesvol te maken. Met veel relevante voorbeelden!



Printable.

WeLoveCommunities.nl

stappenplan

- 1. IDEE & ONDERZOEK;**
- 2. IDEALE DOELGROEP & STRATEGIE BEPALEN;**
- 3. SOORT COMMUNITY EN PLATFORM KIEZEN;**
- 4. START MET PASSIE;**
- 5. SNEL CONTENT MAKEN DIE AANSPREEKT;**
- 6. LEDEN UITNODIGEN DIE WÉL REAGEREN;**
- 7. GRATIS GROEIEN VIA MOND-TOT-MOND RECLAME 2.0;**
- 8. GROEIEN VIA GRATIS PR EN PROMOTIE;**
- 9. SLIM REAGEREN OP BERICHTEN;**
- 10. LEARNINGS MEENEMEN IN JE BUSINESS: VAN WILDVREEMDEN FANS EN KLANTEN MAKEN.**



Next steps

Bedankt voor het lezen van mijn verrassend makkelijke 10-stappenplan. Ik zou het superleuk vinden om je als ambitieuze ondernemer welkom te heten in mijn Community Leaders Club. En het enorm waarderen als je mijn groep de Community Leaders Club met 1 of 2 ondernemers uit je netwerk deelt.

Zo ontketenen we samen een ware Online Community Revolutie en helpen we nog meer ambitieuze ondernemers om succesvol te zijn dankzij hun online community.

Dat is een win-win, want hoe meer ondernemers daar handige tips, tricks en inspiratie met elkaar delen, des te sneller gaat het bouwen van je eigen community. Samen is het leuker, leer je meer, maak je impact en behaal je bovendien sneller een beter resultaat.

Dat kan in 10 seconden door onderstaand bericht via Facebook Messenger of WhatsApp te delen.



Next steps



OPTIE 1:

Hey [NAAM VRIEND],v [Zeg hier eerst iets persoonlijks om te connecten] Ik heb een toffe nieuwe Facebookgroep ontdekt: de Community Leaders Club. Die is voor ambitieuze ondernemers die het maximale uit hun online groep willen halen. Hier delen we handige tips, tricks en inspiratie met elkaar, zodat het starten, activeren en groeien van je eigen community sneller gaat. Waardoor je meer klanten aantrekt, meer impact maakt en zichtbaarder bent. Daarnaast is het leuk om te connecten met like-minded people. Ik ben net lid geworden en denk dat jij dit ook tof vindt. Zie ik je daar? <https://www.facebook.com/groups/communityleadersclub/>.

OF OPTIE 2:

Hey [NAAM VRIEND],
Alles goed? Ik heb een leuke nieuwe groep ontdekt voor ambitieuze (online) ondernemers die meer klanten, meer impact en meer zichtbaarheid willen dankzij een online community. Ik ben net lid geworden en denk dat jij dit ook tof vindt. Zie ik je daar?

<https://www.facebook.com/groups/communityleadersclub/>

[JOUW NAAM].



Next steps

Wat is je grootste inzicht na het lezen van dit e-book? Ik zou het heel tof vinden als je dat met me deelt door een berichtje te plaatsen in de Community Leaders Club.

Zoals gezegd is dit de samenvatting van mijn aanpak om succesvol te zijn dankzij een Facebookgroep of andere online community.

Wil je meer weten en concrete voorbeelden krijgen?

Schrijf je dan in voor mijn GRATIS Online Masterclass: Meer klanten dankzij een online community, via: www.welovecommunities.nl

Ik hoop je snel te zien in de Community Leaders Club. Veel plezier en succes met jouw online community!

Liefs,

*Maartje Blijleven,
Jouw Digital Community Expert
www.welovecommunities.nl
www.communityleadersclub.nl*



Referenties



Marloes van Poele
Senior Brand Consultant bij
Deloitte Nederland
13 augustus 2019, Marloes was
een klant van Maartje

Samen met Maartje heb ik de interne communitystrategie voor Best Managed Companies geschreven voor Deloitte. Maartje had een hele goede voorbereiding gedaan. Een boekje voor me gemaakt. Het op een speelse manier aangepakt waardoor het a: niet als werken voelde en b: waardoor ik gewoon de ruimte voelde om vrij te kunnen praten. En ze stelt de juiste vragen.

Het was kort maar het was leuk en met een goed resultaat.

Wat ik merkte na de VIP-dag met Maartje is dat de partners heel erg verrast waren dat er zo goed over nagedacht was en dat iedereen het ook zag zitten. Ik wil Maartje echt aanbevelen. Ze zorgt ervoor dat je over alles van A tot Z gewoon goed nadenkt. In principe heb je zelf de antwoorden wel, maar je bent er niet zo bewust mee bezig. In mijn eentje had ik dit niet kunnen doen, terwijl ik hier op de afdeling als een van de meest creatieve wordt gezien. Maar je merkt toch wel dat als je het samen met iemand doet, en vooral dan met iemand die veel ervaring en kennis heeft, dat je gewoon tot een veel beter plan komt. [Minder weergeven](#)



Linda van Aalten
Available for 8 hours/week |
Freelance PR
Communications Manager |
Linda Works
19 november 2019, Linda heeft
met Maartje samengewerkt,
maar voor verschillende
bedrijven

Voor de allereerste Facebook Community Meetup Duurzaamheid-editie in Amsterdam, waren we op zoek naar een inspirerende spreker. Iemand die bijna 100 oprichters van Facebookgroepen met een gemeenschappelijke passie voor duurzaamheid, kon inspireren en informeren. En om gezamenlijk nóg meer impact te maken op het gebied van duurzaamheid. Mede door Maartje werd ons Facebook event een onvergetelijke ervaring! Wij zijn erg onder de indruk van de positieve energie en de goede reacties van de bezoekers. De bijdrage van Maartje werd als zeer waardevol ervaren, vooral door de interactie met het publiek, praktische tips en passende voorbeelden. En ze pikte er in het publiek intuïtief precies de mensen uit die een mooi verhaal te vertellen hadden, echt bijzonder! Door iedereen na afloop haar boek cadeau te doen (duurzaam geproduceerd en op FSC papier), hadden mensen ook een mooi handvat om thuis verder te lezen en nog actiever met hun community aan de slag te gaan. Ik kan iedereen aanraden om met Maartje te werken omdat ze dé expert is op het gebied van het versterken van je community, prettig om mee te werken is en een aanstekelijk enthousiasme heeft. [Minder weergeven](#)

'Ik zou Maartje aan andere startups aanbevelen - vooral als je geen ervaring hebt met het gebruik van social media. Je merkt dat Maartje gewoon heel veel ervaring heeft bij heel veel verschillende bedrijven en verschillende branches. Als Marijn en ik nu iets posten dan wordt dat zo door vijftienduizend mensen gezien. Vind zo'n bereik maar eens!'

CARLA SNEPVANGERS, MEMBER OF THE FOUNDING TEAM WINC ACADEMY



Referenties



Harm van Wijk-Beleggen com

Particuliere beleggers helpen met het opbouwen van een extra inkomen via cursussen, events, software en community
4 juli 2020, Harm was een klant van Maartje

Mijn.beleggen.com gaat als een trein! Van circa 70 bezoekers naar meer dan 700 bezoekers per dag en bijna de helft van Google via search...47.093 bezoekers per jaar...and counting!!
Totaal aantal berichten 28.211 - Totaal aantal onderwerpen 5523 -
Totaal aantal leden 18.481 :-D Duizenden mensen zijn inmiddels klant geworden, dus de investering heb ik ruimschoots terugverdiend. Bedankt Maartje! Voor het meedenken met de strategie, het plan en je professionele begeleiding. Heel waardevol!



Laura de la Mar

Gastvrijheidsexpert | Spreker | Trainer | Auteur
"Het geheim van Gastvrijheid" | eigenaar Gastvrijheid in Bedrijf & Community
9 juli 2020, Laura was een klant van Maartje

Precies 3 maanden na de start met de Online Community Academy heb ik de Gastvrijheid in Bedrijf Community gelanceerd! We zijn heel blij met de eerste versie van mijn community voor mensen met een passie voor gastvrijheid uit alle branches. En we krijgen sinds de lancering bijna elke dag aanmeldingen binnen voor bedrijfslidmaatschappen én persoonlijke lidmaatschappen. De investering heb ik al snel terugverdiend.
Als je de modules van We love communities volgt, weet je precies hoe je de ontwikkeling moet aanpakken. Het is de investering écht waard en je concept wordt er alleen maar beter van. Want het concept dat ik 3 maanden geleden voor ogen had bedacht is echt heel anders dan wat er nu staat. Zo dacht ik bijvoorbeeld dat e-learning belangrijk was, maar toen ik gedegen klantonderzoek ging doen bleken andere onderdelen belangrijker te zijn. Dat scheelt, want anders had ik daar onnodig veel tijd in gestoken. Dat heb ik echt aan de Academy en Maartje te danken. Ook aan de community, online sessies en praktische tips van Maartje en de andere leden heb ik veel gehad. Het is nuttig om kennis en ervaringen uit te wisselen met elkaar. En door de module 'het ideale LinkedIn bericht' bereikte ik met 1 bericht zo'n 7.000 mensen op LinkedIn! Ik kan je de training van Maartje zeker aanraden als je een community succesvol wilt (door)ontwikkelen.



Sabine van der Hulst

Vind jouw authentieke weg naar succes - Podcast 'Authentiek succes' Over ondernemerschap, geld en levenswijshouding.
8 juli 2020, Sabine was een klant van Maartje

De sparringssessies met Maartje was heel waardevol. We hebben samen gekeken naar waar mijn money attraction community van nog meer waarde kan zijn. Met de tips en inzichten die Maartje mij gegeven heeft, halen niet alleen de leden meer uit de community, maar sta ik ook sterker in mijn schoenen als community leider.
[Minder weergeven](#)



Myra de Wildt

Interim Online Marketing & Community Building Expert
12 juli 2020, Myra heeft met Maartje samengewerkt, maar voor verschillende bedrijven

Als community-expert kan ik wel zeggen dat het programma van Maartje een absolute must is wanneer je een succesvolle community op wilt bouwen. Haar programma en boek bevat waardevolle en vooral praktische tips waar je direct mee aan de slag kunt gaan. De tips van mensen die zelf grote communities hebben opgebouwd zorgen ervoor dat dit een onschatbare waarde heeft. Maartje is vrouw met ontzettend veel kennis en die deelt ze allemaal in haar programma's. Een absolute aanrader!



WWW.WELOVECOMMUNITIES.NL



Bedankt!

VEEL SUCCES MET JOUW ONLINE COMMUNITY!

PS: voor tips, tricks & inspiratie ga naar: www.welovecommunities.nl

Maartje

Eigendom van We love communities. Niets uit deze uitgave mag zonder toestemming gekopieerd, gereproduceerd, opnieuw uitgegeven, gepost, verspreid of op enigerlei wijze worden overgedragen zonder nadrukkelijke toestemming van We love communities.