

growgo

✦ AI-powered & vertrouwd door 500+ bedrijven

De Ultieme Blauwdruk Voor Meer Klanten uit LinkedIn & AI 2026



1-op-1 WhatsApp support

★★★★★ 4.9

500+ ondernemers gebruiken deze blauwdruk
om structureel klanten te werven via LinkedIn met AI

Waarom deze blauwdruk je sales gaat veranderen

Deze blauwdruk is gemaakt voor ondernemers die geen tijd of zin hebben in losse tips, losse posts en eindeloos proberen, maar juist gestructureerd resultaat willen boeken via LinkedIn.

LinkedIn is namelijk een goudmijn als je het goed aanpakt. En dat is precies wat je hier gaat leren. Niet vaag, maar concreet. Je krijgt in deze gids alles wat je nodig hebt om zelfstandig jouw LinkedIn-strategie op te bouwen én toe te passen: van strategie en scripts tot tools, GPT's, templates en uitlegvideo's.

En ja, dat delen we allemaal gratis. Omdat we geloven dat ondernemers elkaar verder moeten helpen. Maar we weten ook iets anders. Kennis alleen verandert niets. Resultaat ontstaat pas als je het ook echt toepast.

Daarom hebben we deze blauwdruk niet alleen opgebouwd als gids, maar ook als een praktisch stappenplan. Door het document heen vind je een aantal korte verificatie-opdrachten. Kleine stappen die je helpen om de belangrijkste onderdelen van je strategie goed neer te zetten.

Het idee is simpel: eerst scherpstellen, daarna uitvoeren.

Na elke opdracht kun je jouw uitwerking via WhatsApp naar ons sturen. Wij kijken kort met je mee en laten je weten of je op de goede weg zit. Zo weet je zeker dat je geen weken bezig bent met een strategie die niet klopt.

Als je alle stappen in deze blauwdruk doorloopt, heb je aan het einde niet alleen kennis opgedaan, maar ook een concreet plan liggen om LinkedIn structureel in te zetten voor nieuwe klanten. En dat is waar deze gids voor bedoeld is.

Zo haal je het maximale uit deze blauwdruk

Deze blauwdruk is modulair opgebouwd. Dat betekent: elk hoofdstuk is zelfstandig toepasbaar. Heb je alleen behoefte aan hulp bij je profiel? Start daar. Wil je juist content gaan posten? Ga direct naar het juiste hoofdstuk.

Toch raden we aan om bij het begin te beginnen. Waarom? Omdat de hoofdstukken logisch op elkaar voortbouwen:

1. Eerst zorg je dat je aanbod klopt.
2. Daarna vertaal je dat naar een sterk LinkedIn-profiel.
3. Vervolgens leer je hoe je nieuwe gesprekken start met de juiste mensen.
4. Daarna bouw je zichtbaarheid met content en LinkedIn Lives.

Aan het eind helpen we je om er ook echt een plan van te maken via de 30 dagen challenge. Zodat het niet blijft bij 'ik zou eigenlijk...' maar verandert in 'ik ben bezig en het levert goed betalende klanten op.'

Wie wij zijn en waarom we dit gratis delen

Wij zijn Thijs, Douwe en Fijke. Ondernemers in hart en nieren, al 8 jaar actief in B2B LinkedIn marketing en sales. Opgegroeid in het digitale landschap helpen we bedrijven met AI-gestuurde LinkedIn benaderingen, organische content en slimme sales-opvolging. Altijd met het oog op duurzame groei.

Met het growgo systeem hebben we inmiddels 500+ ondernemers geholpen aan meer structuur, betere zichtbaarheid en een aanpak die simpelweg werkt. Deze blauwdruk is dus geen 'teaser'. Het is onze volledige aanpak open en bloot. Alles wat wij weten over LinkedIn-sales hebben we hier voor je opgeschreven.

En als je daarna een stap verder wilt met meer automatisering, begeleiding en een systeem dat voor je blijft draaien, dan klop je bij ons aan.

De enige blauwdruk met 1-op-1 WhatsApp support

Deze blauwdruk krijg je niet alleen. Tijdens het doorlopen van de gids kun je jouw opdrachten of vragen eenvoudig via WhatsApp naar ons sturen. Een expert uit ons team kijkt met je mee en laat je weten of je op de goede weg zit.

- Twijfel je over je propositie?
- Wil je weten of je DM goed staat?
- Of wil je even sparren over je aanpak?

Stuur ons gewoon een bericht.

Link naar WhatsApp:

<https://wa.link/taq6r4>

We staan klaar om je te helpen!

Zo werken de verificatie-opdrachten

Je kunt deze blauwdruk natuurlijk gewoon lezen en daarna weer doorgaan met je dag. Maar daar verandert je business niet van. Resultaat komt niet uit lezen. Resultaat komt uit uitvoeren.

Daarom hebben we door deze blauwdruk heen een aantal verificatie-opdrachten toegevoegd. Kleine, concrete stappen die je helpen om de belangrijkste onderdelen van je LinkedIn-strategie goed neer te zetten.

Het idee is simpel:

- Je leest een hoofdstuk.
- Je voert de opdracht uit.
- Je laat je uitwerking door ons controleren.
- Daarna ga je verder met het volgende hoofdstuk.
- Zo weet je zeker dat je op de goede weg zit voordat je er echt tijd in gaat steken.

Want het grootste risico bij LinkedIn is niet dat het niet werkt. Het grootste risico is dat je weken of maanden bezig bent met een aanpak die niet klopt.

Door deze stappen tussendoor te laten controleren, voorkom je dat.

Jouw verificatie-checklist

In totaal vind je in deze blauwdruk acht verificatie-opdrachten. Elke opdracht hoort bij een belangrijk onderdeel van je strategie.

Wanneer je ze allemaal hebt afgerond, heb je niet alleen kennis opgedaan, maar ook een concreet plan gebouwd.

- ☐ Opdracht 1 - Formuleer je propositie in één heldere zin
- ☐ Opdracht 2 - Schrijf een LinkedIn headline die duidelijk maakt wat je doet
- ☐ Opdracht 3 - Schrijf je eerste outreachbericht naar een nieuwe connectie
- ☐ Opdracht 4 - Schrijf een heractivatiebericht voor iemand uit je netwerk
- ☐ Opdracht 5 - Bepaal je drie belangrijkste contentpilaren
- ☐ Opdracht 6 - Bepaal het onderwerp van je eerste LinkedIn Live
- ☐ Opdracht 7 - Maak je eerste 7-dagen LinkedIn actieplan
- ☐ Opdracht 8 - Kies je volgende stap om je systeem te implementeren

Je hoeft het niet perfect te doen. Maar als je deze stappen uitvoert en laat checken, weet je wel zeker dat je strategie klopt voordat je er serieus tijd in gaat steken.

De Ultieme Blauwdruk Voor Meer Klanten uit LinkedIn (2026)

Bouw een aanbod dat niemand kan weerstaan	6
De grootste reden waarom je geen klanten uit LinkedIn haalt	6
Onze Business GPT helpt je in 10 minuten aan een sterke propositie	6
Wat jouw aanbod mist volgens Hormozi's 4 bouwstenen	7
Zo maak je van je aanbod een no-brainer	8
VERIFICATIE-OPDRACHT 1 VAN 8	9
Jouw LinkedIn profiel als klantmagneet	10
Waarom je profiel geen cv is (maar een salespagina)	10
De 11 bouwstenen van een profiel dat verkoopt	10
Voorbeeldprofielen die leads opleveren	11
Bouw je banner in 5 minuten via Canva (downloadlink)	12
VERIFICATIE-OPDRACHT 2 VAN 8	13
De strategie waarmee onbekenden jou wel willen spreken	14
Onze Sales GPT bouwt binnen 5 minuten een eerste krachtige boodschap	14
Zo bouw je in 10 minuten een leadlijst van topkwaliteit	14
Zo vind je leads die nu in beweging zijn (zonder Navigator)	15
Van vreemde connectie naar waardevol gesprek in 3 stappen	15
Kies de juiste benadering met onze strategie-matrix	16
De follow-up die anderen niet durven (maar wel het verschil maakt)	17
Buiten je netwerk scoren – uitgelegd in twee video's	17
VERIFICATIE-OPDRACHT 3 VAN 8	18
Sneller resultaat uit relaties die je al hebt	19
De verborgen goudmijn in je eigen netwerk	19
Wat je wel zegt tegen oude contacten (en wat niet)	20
Wie kijkt, klikt of liket is klaar voor een gesprek	20
Start dagelijks 10 gesprekken met connecties die je al hebt	21
Zo heractiveer je je netwerk in 3 berichten (zonder te pushen)	22
VERIFICATIE-OPDRACHT 4 VAN 8	23
De strategie achter posts die klanten opleveren	24
Mensen kopen niet van bedrijven, maar van mensen	24
De 3 posttypes die samen jouw strategie vormen	25
Van scrollen naar stoppen: de 3 onderdelen van een sterke post	26
De formats die het beste werken (en wanneer je ze gebruikt)	27
Onze Content GPT schrijft binnen 5 min een ijzersterke LinkedIn-post	29
De contentkalender die je wel gebruikt (gewoon in Google Docs)	29
Jij praat. AI schrijft. Simpel wordt het niet.	30
Stop met posten op gevoel en start met plannen op strategie	31
VERIFICATIE-OPDRACHT 5 VAN 8	32
Eén LinkedIn live per maand levert meer op dan 20 posts	33
Een goede live is geen pitch, maar als een mini-masterclass	33

Als je stream hapert, ben je af (technische checklist)	34
Met deze simpele flow verdubbel je de kans op afspraken	35
VERIFICATIE-OPDRACHT 6 VAN 8	38
Je 30-dagen actieplan voor klanten (en een strategie die blijft werken)	39
Wat je kunt verwachten na 2 weken, 2 maanden en 12 maanden	39
30 Dagen Challenge - Je eerste klant uit LinkedIn	39
Elimineer. Automatiseer. Delegeer. Houd het vol.	41
Dit is geen naslagwerk. Dit is een actieplan.	41
VERIFICATIE-OPDRACHT 7 VAN 8	43
All-in met het growgo systeem – eenmalig €1950	44
VERIFICATIE-OPDRACHT 8 VAN 8	45

Bouw een aanbod dat niemand kan weerstaan

Een sterk aanbod maakt of breekt je LinkedIn-strategie. Als je propositie niet glashelder en onweerstaanbaar voor je ideale klant is, dan blijf je trekken aan een dood paard.

Daarom starten we hier. In dit hoofdstuk zorgen we dat jouw aanbod 'acquisitieklaar' wordt: gericht op resultaat, perfect afgestemd op je doelgroep en gebouwd rond een heldere belofte. Geen opgepoetste marketingtaal, maar een propositie die je ideale klant direct raakt en nieuwsgierig maakt naar meer.

- **Quick win:** Propositie scherpzetten met de Business GPT.
- **Deep dive:** Onweerstaanbaar aanbod uitwerken.

De grootste reden waarom je geen klanten uit LinkedIn haalt

Veel ondernemers denken dat het gebrek aan reacties ligt aan hun profiel, hun berichten of hun timing. Maar vaak zit het probleem veel dieper: het aanbod zelf is simpelweg niet aantrekkelijk of duidelijk genoeg.

LinkedIn is geen verkoopkanaal waar mensen op zoek zijn naar een dienst. Jij moet dus binnen enkele seconden laten zien waarom ze *jou* moeten spreken. Dat begint met een propositie die aanspreekt, schuurt, nieuwsgierig maakt en vertrouwen geeft.

Een slecht aanbod klinkt vaag of vrijblijvend. Het mist urgentie, een concreet resultaat of een helder voordeel. Daardoor haakt je doelgroep af nog voordat ze in gesprek met je willen. Je verliest niet op je pitch, maar op je positionering.

Een goed aanbod daarentegen:

- Spreekt direct de juiste doelgroep aan
- Belooft een herkenbaar en waardevol resultaat
- Laat zien dat jij weet wat er speelt
- En geeft een reden om nu te reageren, niet later

Zodra jouw aanbod scherp staat, ga je merken dat gesprekken vanzelf op gang komen, met mensen die al half overtuigd zijn voordat je überhaupt belt.

Onze Business GPT helpt je in 10 minuten aan een sterke propositie

We snappen dat het lastig kan zijn om je eigen propositie goed op papier te krijgen. Daarom hebben we een Business GPT ontwikkeld: een slimme AI-assistent die je helpt om je aanbod concreet, scherp en onweerstaanbaar te maken.

Je hoeft geen copywriter te zijn of uren te staren naar een leeg document. De Business GPT stelt je de juiste vragen en helpt je stap voor stap om jouw aanbod helder te formuleren. Denk aan:

- Wie je het liefst helpt
- Welk specifieke probleem je oplost
- Welke transformatie je belooft
- En waarom mensen juist voor jou moeten kiezen

Je vult het in, de GPT helpt je formuleren, en voor je het weet heb je een pitchklare propositie staan die klaar is om naar buiten te brengen.

[→ Klik hier om de Business GPT aan het werk te zetten](#)

Wat jouw aanbod mist volgens Hormozi's 4 bouwstenen

Als je een aanbod wilt bouwen dat mensen niet kunnen weerstaan, dan is het boek *\$100M Offers* van Alex Hormozi verplichte kost. Serieus, als je dit boek nog niet hebt gelezen, [bestel hem direct](#). Dit verandert je business gigantisch. En nee, wij verdienen hier geen commissie aan.

Zijn model helpt je om een propositie te creëren die zo veel waarde biedt, dat de prijs onbelangrijk wordt.

Het model bestaat uit vier hoofdelementen:

1. **Dream Outcome** – welk resultaat willen ze écht bereiken? Denk hierbij aan concrete uitkomsten waar je doelgroep warm van wordt. Hoe specifieker en wenselijker het resultaat, hoe beter. Gebruik woorden als 'verdubbelen', 'versimpelen', 'eliminieren', of 'automatiseren'.
2. **Perceived Likelihood of Achievement** – hoe groot achten ze de kans dat jij dat resultaat waarmaakt? Vertrouwen speelt hier een sleutelrol. Bouw dat op met testimonials, social proof, cases, garanties en autoriteit. Hoe overtuigender je bewijs, hoe groter hun vertrouwen.
3. **Time Delay** – hoe snel komt dat resultaat? Tijd is een dealbreaker. Bied je resultaat pas over 12 maanden? Dan moet het enorm waardevol zijn. Kun je binnen 30 dagen een merkbare verbetering leveren? Dan stijgt je aantrekkingskracht enorm.
4. **Effort and Sacrifice** – hoeveel moeite of offers kost het hen om het te bereiken? Mensen willen resultaat zonder gedoe. Laat zien hoe je het proces makkelijk maakt, of wat jij uit handen neemt. Bonussen, templates en frameworks kunnen hier je aanbod verlichten.

Hoe groter de waarde op deze assen (en hoe kleiner de frictie), hoe onweerstaanbaarder je aanbod wordt.

Gebruik dit model als check voor je huidige propositie of om een nieuw aanbod te ontwikkelen. Combineer het met de output van de Business GPT voor extra scherpte.

Zo maak je van je aanbod een no-brainer

Niet elke klant is klaar om meteen in je hoofdproduct te stappen. Daarom werk je met een zogenaamde value ladder: een gestructureerde opbouw van je aanbod, waarbij elke stap meer waarde (en dus ook een hogere investering) vertegenwoordigt.

Door klein te beginnen en stapsgewijs waarde op te bouwen, verlaag je de drempel om in te stappen en verhoog je de kans op langdurige klantrelaties.

Voorbeeld van een value ladder:

1. Gratis waardevolle content (zoals deze blauwdruk)
2. Lage instapdienst of workshop
3. Core product of traject
4. Premium 1-op-1 begeleiding of licentie

Daarnaast kun je je aanbod versterken met **offer stacking**: waarde toevoegen die de deal onweerstaanbaar maakt. Denk aan:

- Bonussen (zoals extra templates, checklists of tools)
- Urgentie (tijdelijke korting, beperkt aantal plekken)
- Garanties (zoals een 'niet goed, geld terug'-regeling)

De kunst is om niet meer aan te bieden, maar slimmer. Zorg dat alles in je aanbod bijdraagt aan het gewenste resultaat van je klant zonder het complex te maken.

Vraag jezelf bij elk aanbod af: *"Hoe kan ik het makkelijker, sneller of zekerder maken voor mijn klant?"*

Gebruik deze principes om van jouw propositie een totaalpakket te maken dat voelt als een no-brainer.

Je aanbod staat. Je weet precies wat je voor wie doet en hoe je dat onweerstaanbaar maakt. Nu is het tijd om dat aanbod ook goed te presenteren. Want als mensen je profiel bezoeken en daar een slap, vaag of algemeen verhaal zien, ben je ze alweer kwijt. Je LinkedIn-profiel is je persoonlijke salespagina. En die moet voelen als: “dit is precies wat ik nodig heb.” Laten we zorgen dat jouw profiel dat effect krijgt.

VERIFICATIE-OPDRACHT 1 VAN 8

Formuleer je propositie in één heldere zin

Voordat je verder gaat, zorgen we dat jouw propositie scherp staat. Als deze niet duidelijk is, wordt de rest van je LinkedIn-strategie dat ook niet.

DE OPDRACHT

Schrijf jouw propositie in deze vorm:

- Ik help **[doelgroep]** om **[resultaat]** te bereiken zonder **[groot bezwaar]**.

Voorbeeld:

- Ik help dienstverlenende ondernemers om structureel klanten uit LinkedIn te halen zonder koude acquisitie.

VERIFIEER JE PROPOSITIE

Stuur jouw zin naar ons [via WhatsApp](#) zodat we kunnen checken of hij scherp genoeg is. Pas daarna ga je verder met het volgende hoofdstuk.

Liever dat we dit samen opzetten? [In het laatste hoofdstuk](#) lees je hoe het growgo platform traject werkt.

Jouw LinkedIn profiel als klantmagneet

Wie jouw profiel bezoekt, moet zich aangesproken voelen: "Dit is precies wat ik nodig heb." Als je profiel dat niet doet, verlies je leads nog voor het eerste contact. Maar als je het goed doet, wordt je profiel een stille verkoper die 24/7 voor je werkt.

In dit hoofdstuk leer je hoe je jouw aanbod omzet naar een profiel dat klopt van boven tot onder: strategisch opgebouwd, overtuigend geschreven en visueel aantrekkelijk.

- **Quick win:** visuele en tekstuele upgrade.
- **Deep dive:** profilering, conversieverhoging, vertrouwen bouwen.

Waarom je profiel geen cv is (maar een salespagina)

Je LinkedIn-profiel is geen online cv. Het is jouw persoonlijke salespagina waarop je onweerstaanbare aanbod direct zichtbaar en relevant wordt voor je doelgroep. Hier wek je nieuwsgierigheid, bouw je vertrouwen op en nodig je uit tot het eerste gesprek.

Een profiel moet niet alleen volledig zijn ingevuld. Het moet relevant zijn voor jouw specifieke doelgroep. Je bezoeker moet zich direct herkennen in wat je zegt en voelen dat jij de juiste persoon bent om mee te praten. Daarom vertaal je jouw aanbod naar de taal van je doelgroep. De beste profielen zijn geschreven vanuit de klant, niet vanuit de maker.

De 11 bouwstenen van een profiel dat verkoopt

Een goed profiel is strategisch opgebouwd. Elk onderdeel draagt bij aan vertrouwen, herkenning en conversie. We hebben dit voor je uitgesplitst in 11 duidelijke elementen die samen een ijzersterk profiel vormen:

1. **Profielfoto** – Kies een professionele kleurenfoto waarop je zelfverzekerd en benaderbaar overkomt. Een directe blik in de camera straalt autoriteit en vertrouwen uit.
2. **Banner** – Maak van je banner een visuele eyecatcher met een krachtige boodschap. Zorg dat deze aansluit op je CTA en prikkelt om actie te ondernemen.
3. **Gender** – Gebruik (of misbruik) dit veld strategisch om kort en krachtig je expertise of kernactiviteit te benadrukken.
4. **Kopregel** – Dit is dé blikvanger van je profiel. Het eerste wat mensen zien in hun feed voordat ze doorklikken. Maak het scherp, onderscheidend en overtuigend.

5. **Link in bio** – Verwijs direct naar je kalender, zodat geïnteresseerden moeiteloos een kennismaking kunnen plannen. Maak het hen makkelijk om de eerste stap te zetten.
6. **Infotekst** – Laat hier glashelder zien wat je doet en waarom jij de juiste keuze bent. Gebruik sterke data en unieke voorbeelden om de lezer te overtuigen en in actie te laten komen.
7. **Uitgelichte items** – Selecteer je meest impactvolle posts of content die jouw expertise en waarde versterken. Kies strategisch wat past bij jouw profiel en boodschap.
8. **Ervaring** – Geef hier een krachtige toelichting op jouw rol en de waarde die je biedt. Laat zien hoe je klanten helpt en welke impact je maakt. Benoem concrete resultaten en successen.
9. **Licenties en certificaten** – Voeg relevante certificeringen toe om je expertise en geloofwaardigheid te versterken. Laat zien dat je de juiste kennis en kwalificaties in huis hebt.
10. **Onderscheidingen en prijzen** – Laat je successen spreken. Voeg relevante onderscheidingen en prijzen toe om je autoriteit en prestaties te onderstrepen.
11. **BONUS TIP: Meertalig profiel** – Richt je op een internationaal publiek. Maak je profiel meertalig zodat prospects jouw verhaal in hun eigen taal kunnen lezen. Dit vergroot je bereik én verhoogt de kans op connecties.

Voorbeeldprofielen die leads opleveren

Benieuwd hoe een goed profiel er in de praktijk uitziet? Bekijk voorbeelden. Je ziet daarin:

- Hoe je aanbod slim verweven wordt in headline, infotekst en banners
- Hoe structuur en visuele elementen bijdragen aan vertrouwen
- Hoe het profiel aanzet tot actie zonder dat het voelt als een pitch

Gebruik deze voorbeelden als inspiratie. Je hoeft het wiel namelijk zeker niet opnieuw uit te vinden. Vertaal het naar je eigen aanbod, doelgroep en tone of voice.

[→ Klik hier om de LinkedIn-profiel voorbeelden te openen](#)

Bouw je banner in 5 minuten via Canva (downloadlink)

Een goede banner maakt direct duidelijk wat je doet, voor wie je er bent en waarom iemand jou zou moeten volgen of benaderen. Het is een visuele eyecatcher richting jouw aanbod.

Daarom hebben we een Canva-template pack ontwikkeld waarmee je in enkele minuten een professionele banner bouwt die perfect aansluit bij je propositie. Je hoeft alleen nog je kleuren, logo en slogan toe te voegen.

[→ Klik hier om het Canva banner pack te openen \(download\)](#)

Je profiel staat als een huis. Mooi. Dan is nu de vraag: wie gaan dat profiel straks zien? Want als je alleen maar wacht tot mensen jou vinden, blijft het stil. Tijd om zelf het gesprek te starten. Met mensen die jou nog niet kennen, maar jou wel nodig hebben. In dit hoofdstuk leer je hoe je buiten je netwerk slimme connecties legt, zonder gladder verkooppraatjes maar met een aanpak die werkt.

VERIFICATIE-OPDRACHT 2 VAN 8

Schrijf een LinkedIn headline die direct duidelijk maakt wat je doet

Je LinkedIn headline is vaak het eerste wat mensen zien wanneer ze je profiel tegenkomen. In één oogopslag moet duidelijk zijn wie je helpt en welk resultaat je levert. Als dit vaag is, klikken mensen niet door naar je profiel.

DE OPDRACHT

Schrijf een LinkedIn headline die duidelijk maakt: wie je helpt, welk resultaat je levert en hoe je dat doet

- Ik help [doelgroep] met [resultaat] via [methode].

Voorbeeld:

- Ik help dienstverlenende ondernemers met structureel nieuwe klanten uit LinkedIn via een slim AI-gedreven systeem.

VERIFIEER JE HEADLINE

Stuur je headline naar ons via WhatsApp zodat we kunnen checken of hij scherp genoeg is. Pas daarna ga je verder met het volgende hoofdstuk.

Liever dat we je profiel samen optimaliseren? In het laatste hoofdstuk lees je hoe het growgo platform traject werkt.

De strategie waarmee onbekenden jou wel willen spreken

Jouw ideale klant kent jou nog niet. Dat is precies waarom deze strategie bestaat.

In dit hoofdstuk leer je hoe je slimme outreach doet naar mensen buiten je netwerk zonder gladde verkooppraatjes, maar met een gerichte, persoonlijke aanpak die werkt. Of je nou werkt met LinkedIn Sales Navigator of liever handmatig zoekt: je leert hoe je de juiste mensen vindt, benadert en opvolgt tot aan het eerste gesprek.

Geen spam. Geen scripts die je doelgroep irriteren. Wel structuur, tools en templates die je helpen opvallen bij de juiste mensen.

- **Quick win:** mini test campagne met 10 warme leads.
- **Deep dive:** volledige outbound flow + opvolging.

Onze Sales GPT bouwt binnen 5 minuten een eerste krachtige boodschap

De Sales GPT is jouw AI-assistent die binnen 5 minuten een krachtige eerste boodschap genereert op basis van jouw aanbod, doelgroep en tone of voice. Geen gladde templates, maar slimme, persoonlijke benaderingen die aanslaan.

De tool is getraind op bewezen methodes uit honderden campagnes en vertaalt jouw input direct naar berichten die aanslaan. Vul een paar gegevens in, kies een stijl en je kunt meteen aan de slag.

[→ Klik hier om de Sales GPT aan het werk te zetten](#)

Zo bouw je in 10 minuten een leadlijst van topkwaliteit

Sales Navigator is voor sales de krachtigste tools binnen LinkedIn, mits je weet hoe je ermee werkt. Met de juiste filters en zoekopbouw stel je binnen 10 minuten een leadlijst samen die perfect aansluit op jouw ideale klantprofiel.

In dit onderdeel laten we zien hoe je met boolean search (waarbij je zoektermen slim combineert met AND, OR, NOT en aanhalingstekens), slimme filtercombinaties en praktische tips een lijst bouwt waar je goed mee kunt werken.

TIP: Je kunt onze Sales GPT vragen om filtersuggesties op maat, afgestemd op jouw doelgroep.

[→ Klik hier om onze Sales Navigator uitlegvideo te bekijken](#)

Zo vind je leads die nu in beweging zijn (zonder Navigator)

Je hebt LinkedIn Sales Navigator niet altijd nodig. Sterker nog: sommige van de meest waardevolle leads vind je op plekken waar mensen zelf laten zien dat ze actief met een onderwerp bezig zijn. Dan hoef jij geen aannames meer te doen.

Voorbeelden van dit soort signalen:

- **Vacatures** – Een bedrijf dat recent een vacature plaatst, is interessant voor recruitmentbureaus. Een vacature voor een marketingmanager wijst op groeiplannen en is relevant voor marketingbureaus.
- **Webinars** – Iemand die een webinar volgt over jouw vakgebied toont actieve interesse en zoekt mogelijk begeleiding of een oplossing.
- **Whitepaper-aanvragen** – Downloads of reacties op content rondom een specifiek probleem zijn vaak een direct teken van urgentie.
- **Groepen en communities** – Wie actief is in (social media) groepen of communities rond een bepaald onderwerp, is daar serieus mee bezig en is dus een waardevol signaal.
- **Softwaregebruik** – Bedrijven die bepaalde tools gebruiken (zoals zichtbaar in vacatures of profielen) geven inzicht in hun werkwijze en mogelijke behoeften.
- **Brancheverenigingen** – Lidmaatschap duidt op betrokkenheid, professionalisering of groeiambitie binnen een vakgebied.

De kunst is om creatief te denken over waar jouw doelgroep zich laat zien en dat actief te testen. Ook hierbij kun je de Sales GPT inschakelen: vraag om suggesties voor alternatieve leadbronnen of manieren om dit soort signalen te herkennen.

Van vreemde connectie naar waardevol gesprek in 3 stappen

Het benaderen van mensen buiten je netwerk voelt vaak ongemakkelijk. Ze kennen je nog niet, je hebt geen gezamenlijke connecties, en het risico op genegeerd worden lijkt groot. Toch is dit precies de plek waar nieuwe klanten vandaan komen als je het goed aanpakt.

De sleutel? Context + relevantie + helderheid. Geen glad verkooppraatje, maar een korte, persoonlijke benadering die laat zien dat jij niet zomaar “de volgende verkoper” bent.

Stap 1: Connectie maken met of zonder context

Verwijs naar iets concreets: “Ik zag dat je erg actief bent in [specifieke community]” of “Ik kwam je profiel tegen via de reacties onder [post/webinar].” Zo

laat je zien dat je niet willekeurig uitnodigt. Je kunt er ook voor kiezen om het verzoek juist zonder boodschap te versturen. Dat werkt vaak beter dan een te inhoudelijke benadering. De grootste fout is namelijk om meteen een vraag of pitch toe te voegen: dat schrikt eerder af dan dat het uitnodigt.

Stap 2: Eerste bericht met relevantie

Na acceptatie begin je het gesprek niet met een pitch. Dat is hier de meest gemaakte fout. Open het gesprek met oprechte interesse. Vraag naar herkenbare uitdagingen, actuele ontwikkelingen in hun branche, of groeidoelen. Bijvoorbeeld: “Ik spreek veel ondernemers in [branche] die worstelen met [probleem]. Hoe kijk jij daar tegenaan?”

TIP: Gebruik onze Sales GPT om deze flows te genereren, afgestemd op jouw doelgroep en tone of voice.

Stap 3: Relevante uitnodiging of vervolgvraag

Pas daarna nodig je uit voor meer. Denk aan: “Ik heb iets uitgewerkt wat mogelijk interessant voor je is. Mag ik het sturen?” Of: “Zin om er 15 minuten over te sparren?”

TIP: Gebruik onze Sales GPT om deze flows te genereren, afgestemd op jouw doelgroep en tone of voice.

Kies de juiste benadering met onze strategie-matrix

Niet elke doelgroep vraagt om dezelfde benaderingswijze. Onze strategie-matrix helpt je bepalen welke aanpak het beste past, op basis van twee variabelen: je propositie (simpel of complex) en je naamsbekendheid (laag of hoog).

Aan de hand van deze matrix kies je de juiste insteek:

- **Inspireren** – wanneer je een simpele propositie hebt en (nog) geen naamsbekendheid: laat mensen kennismaken via waardevolle content.
- **Onderzoek & netwerken** – als je propositie complex is en je nog geen gevestigde naam bent: ga in gesprek, luister en bouw relaties op.
- **Educatie** – met een ingewikkeld aanbod én bekendheid: deel kennis, leg uit en positioneer jezelf als expert.
- **Sales** – bij hoge bekendheid en een eenvoudig aanbod: benader direct, met een scherpe en duidelijke propositie.

Onze Sales GPT is getraind op deze matrix en kiest automatisch de toon, timing en stijl die bij jouw situatie past.

De follow-up die anderen niet durven (maar wel het verschil maakt)

Veel ondernemers stoppen direct als ze geen reactie krijgen. Zonde. Juist het opvolgen via WhatsApp of telefoon zorgt vaak direct voor gesprekken. Waarom? Omdat je opvalt. Omdat je lef toont. En omdat het directer voelt dan weer een DM.

Gebruik het alleen als je echt waarde biedt. Je kunt dit op twee manieren slim inzetten:

1. Direct bellen als het gesprek is verwaterd en je kansen ziet:

"Hi [naam], ik stuurde je onlangs een bericht via LinkedIn over [onderwerp]. Ik dacht: ik bel even kort zodat je weet dat ik geen standaardbericht stuurde."

2. Koude opvolging via een openbaar telefoonnummer:

"Hi [naam], we zijn laatst met elkaar gelinkt op LinkedIn maar nog geen echt gesprek met elkaar gehad. Ik zag je telefoonnummer op je profiel openbaar staan, dus ik dacht: ik bel gewoon even. Heb je nu misschien een paar minuten de tijd om kort kennis te maken?"

Of via WhatsApp: "He [naam], ik zag dat je mijn connectieverzoek hebt geaccepteerd, super! Ik stuurde je iets over [probleem of kans] via LinkedIn, maar die berichten verdwijnen vaak. Daarom even hier."

Telefoonnummers vind je vaak bij de contactinformatie of in de infotekst van het profiel. Daarmee geeft de prospect impliciet toestemming om gebeld te worden. Kort en menselijk, zonder druk. En verrassend effectief.

Buiten je netwerk scoren – uitgelegd in twee video's

In dit hoofdstuk heb je de volledige aanpak gekregen om gesprekken te starten met mensen die jou nog niet kennen. Maar om het echt goed neer te zetten, laten we je in twee video's precies zien hoe wij dit zelf aanpakken:

- **Hoe maak je een leadlijst + Sales Navigator walkthrough**

We laten stap voor stap zien hoe je met filters, boolean search en slimme strategie een lijst bouwt van relevante leads die nu interessant zijn.

[→ Klik hier om de uitlegvideo te bekijken](#)

- **Benaderingen schrijven + executie**

We nemen je mee in het schrijven van effectieve openingsberichten met de SalesGPT, het kiezen van de juiste toon (volgens onze matrix), en hoe je dit allemaal uitvoert in de praktijk. Inclusief slimme tools en voorbeelden.

[→ Klik hier om de uitlegvideo te bekijken](#)

Gebruik deze video's weer als samenvatting en startschot om het nu zelf toe te passen.

Nieuwe contacten zijn goud waard. Maar wist je dat de snelste routes naar klanten vaak veel dichterbij liggen? Je oude leads, warme volgers, ex-klanten, zakelijke kennissen... Die mensen kennen je al. Je hoeft het gesprek alleen maar opnieuw te openen. In dit hoofdstuk leer je hoe je je bestaande netwerk heractiveert zonder pusherig te zien, maar op een manier die aanvoelt als: "hé, goed dat je even aan me dacht."

VERIFICATIE-OPDRACHT 3 VAN 8

Schrijf je eerste outreachbericht naar een nieuwe connectie

Nu je profiel staat, is het tijd om gesprekken te starten met nieuwe connecties. Het eerste bericht bepaalt vaak of iemand reageert of niet. Het doel van dit bericht is niet om direct iets te verkopen, maar om een gesprek te openen.

DE OPDRACHT

Schrijf een eerste bericht dat je zou sturen nadat iemand je connectieverzoek heeft geaccepteerd. Hou het kort, persoonlijk en relevant voor je doelgroep.

Voorbeeld:

- Hey [naam], ik zag dat je ook in Rotterdam actief bent in de [branche]. Altijd leuk om mensen uit de regio tegen te komen die met hetzelfde vak bezig zijn. Waar ben je op dit moment vooral mee bezig?

VERIFIEER JE BERICHT

Stuur je bericht naar ons [via WhatsApp](#) zodat we kunnen checken of de toon goed zit en of het gesprek logisch wordt geopend. Pas daarna ga je verder met het volgende hoofdstuk.

Wil je dit soort campagnes liever automatiseren? [In het laatste hoofdstuk](#) lees je hoe het growgo platform traject werkt.

Sneller resultaat uit relaties die je al hebt

Soms ligt de snelste route naar nieuwe klanten niet in koude connecties of slimme tools, maar gewoon bij de mensen die je al kent. Ex-klanten, oude leads, volgers die stilletjes alles lezen, appgroepen, oud-collega's, noem maar op.

In dit hoofdstuk leer je hoe je deze warme kring opnieuw activeert. Geen gladde openingszinnen of pusherige berichten, maar herkenning, relevantie en oprechte interesse. Want je hebt al een band, je hoeft hem alleen opnieuw te activeren.

- **Quick win:** Stuur vandaag 10 mensen uit je netwerk een persoonlijk bericht.
- **Deep dive:** Werk je volledige powerbase uit en maak een actievatiestrategie.

De verborgen goudmijn in je eigen netwerk

Veel ondernemers zoeken naar leads in koude lijsten of onbekende connecties, terwijl hun meest waardevolle kansen vaak al dichtbij liggen: in hun eigen netwerk. Denk aan ex-collega's, oude klanten, connecties die ooit interesse toonden, studiegenoten, zakelijke kennissen of zelfs oude Facebook-vrienden.

Deze mensen kennen je al (al is het maar vaag), hebben ooit bewust met je verbonden, en het kost veel minder energie om het gesprek opnieuw te openen dan om bij een compleet vreemde binnen te komen.

Zo bouw je jouw powerbase op:

- Scroll door je bestaande LinkedIn-connecties. Gebruik filters zoals functietitel, branche of regio.
- Bekijk je DM-historie. Wie reageerde ooit, maar is stilgevallen? Wie zei "nu niet"?
- Kijk naar oude klanten of leads. Waar zijn ze nu mee bezig? Kun je met iets nieuws terugkomen?
- Check contacten van opleidingen, cursussen of netwerken (businessclubs, alumni, sport, etc.).
- Denk ook aan je persoonlijke netwerk: Facebook-, Instagram- of WhatsApp-contacten die je vergeten bent.
- Gebruik de Sales GPT om deze groepen te labelen en te segmenteren voor gerichte follow-up.

Met de Powerbase Spreadsheet heb je concrete handvatten zodat je direct kan starten met het opbouwen ervan.

[→ Download de Powerbase Spreadsheet \(download\)](#)

Wat je wel zegt tegen oude contacten (en wat niet)

Zodra je weet wie je wilt benaderen, draait het om de juiste toon. Geen verkooppraatjes, maar herkenning, relevantie en oprechte interesse. Jouw doel is niet om direct iets te verkopen, maar om opnieuw het gesprek te openen.

- “Hey [naam], we spraken elkaar een tijd terug over [onderwerp]. Ik ben benieuwd: hoe loopt dat nu?”
- “Hi [naam], ik zag laatst iets voorbijkomen dat me aan jou deed denken. Zullen we even sparren?”
- “We kennen elkaar van [plek/tijd], en ik zie dat jij actief bent in [branche]. Hoe gaat het met je werk momenteel?”
- “We volgen elkaar al even hier, en ik bedacht me dat het leuk is om elkaar écht even te spreken. Open voor een korte call?”

Houd het persoonlijk en vooral niet commercieel. Het doel is: hernieuwde connectie → relevant gesprek → kans.

En onthoud: ook als ze zelf geen klant worden, kunnen ze je doorverwijzen als jij top of mind bent.

Wie kijkt, klikt of liket is klaar voor een gesprek

Niet elke lead begint met een koude outreach. Vaak geven mensen in je netwerk zelf kleine signalen af dat ze openstaan voor contact, zonder dat ze het expliciet zeggen.

Ze liken je post. Ze reageren ergens op. Ze klikken op een link. Ze openen je connectieverzoek maar reageren niet. Of ze bekijken simpelweg jouw profiel. Al deze gedragingen zijn micro-signalen van interesse. En wie interesse toont, mag benaderd worden.

Waar je op moet letten:

- Mensen die je LinkedIn-post liken of een comment plaatsen
- Profielen die jouw pagina hebben bekeken
- Reacties op polls, events of contentdownloads

Hoe je opvolgt:

- Reageer persoonlijk: “Leuk dat je m’n post had geliket – herkenbaar onderwerp?”
- Gebruik herkenning: “Ik zag dat je reageerde op [onderwerp], daar ben ik toevallig veel mee bezig.”
- Houd het luchtig: “Ik zag dat je even had gekeken, mocht je ergens over willen sparren, laat maar weten.”

Gebruik je Sales GPT om op basis van deze triggers passende berichten te genereren, afgestemd op onderwerp, gedrag en jouw tone of voice.

De meeste mensen reageren eerder op een warme aanleiding dan op een koud bericht. En deze signalen geven je precies dat: een warm startpunt.

Start dagelijks 10 gesprekken met connecties die je al hebt

Soms heb je de connectie al, maar is er nooit echt iets gebeurd. Jullie spraken elkaar niet. Er werd geen gesprek gestart. Of je had ooit kort contact, maar het bloedde dood.

Dat maakt ze ideaal voor een hernieuwde benadering, zonder dat je koud hoeft te starten. Je hoeft alleen maar het initiatief te nemen en er een campagne van te maken: kort, persoonlijk en relevant.

Voorbeelden van hoe je het aanpakt:

- Stuur een bericht aan 10–20 connecties die je al even volgt, maar nooit sprak
- Reageer handmatig op een aantal profielen waar je een connectie mee hebt, maar waar niks mee gebeurd is

Gebruik een zachte openingszin als:

“He [naam], we zijn al een tijdje geconnect, maar hebben elkaar nooit gesproken. Ik zie dat je [relevant haakje]. Leuk om eens kennis te maken?”

Of:

“Hi [naam], ik zie je regelmatig voorbij komen, maar we hebben elkaar nooit gesproken. Lijkt me leuk om dat alsnog eens te doen. Je posts over [onderwerp] spreken mij aan.”

Gebruik de Sales GPT om een mini-campagne op te zetten: met meerdere varianten op de openingszin, een reminder en eventueel een call-to-action.

Met minimale moeite breng je jezelf weer onder de aandacht, op een manier die uitnodigend en oprecht voelt.

Zo heractiveer je je netwerk in 3 berichten (zonder te pushen)

Veel ondernemers denken: “We hebben al eens contact gehad, dus als ze iets willen, laten ze het wel weten.” Maar dat is precies waarom je kansen mist.

Deze flow helpt je om op een vriendelijke en relevante manier het gesprek opnieuw te openen met mensen die jou al kennen, zonder geforceerde salesdruk.

1. Eerste heractivatiebericht (dag 1)

→ Doel: herkenning, aanleiding, open vraag

“Hey [naam], we spraken elkaar een tijd terug over [onderwerp]. Ik moest ineens weer aan je denken. Hoe loopt dat nu bij jullie?”

Of:

“Hi [naam], we zijn al een tijd geconnect, maar nooit echt gesproken. Ik zie dat je actief bent in [branche]. Hoe gaat het daar op dit moment?”

2. Reminder met extra haakje (dag 4–5)

→ Doel: vervolg met waarde, zonder druk

“Ik kwam toevallig iets tegen dat te maken heeft met waar we het toen over hadden. Zal ik het even sturen?”

Of:

“Ik weet dat je druk bent, dus ik dacht: ik gooi ‘m nog één keer omhoog 😊 Laat maar weten als je het interessant vindt.”

3. Afsluiter met uitnodiging of alternatief kanaal (dag 7–10)

→ Doel: laatste poging, eventueel via WhatsApp of spraakbericht

“Ik snap dat het misschien niet speelt nu, maar mocht dat veranderen, weet dat ik altijd open sta om te sparren.”

Of:

“Zal ik je anders even een berichtje op WhatsApp sturen? Is vaak makkelijker dan hier.”

Gebruik Sales GPT om de flow aan te passen per doelgroep. Bijvoorbeeld ex-klanten, warme leads of stille volgers.

De gesprekken lopen. Je netwerk leeft weer op. Maar nu wil je dat jouw naam ook blijft hangen, ook bij mensen die (nog) niet met je in gesprek zijn. Daar komt content in beeld. Geen losse posts of geforceerde zichtbaarheid, maar strategische content die vertrouwen opbouwt, je expertstatus versterkt en klanten aantrekt. In dit hoofdstuk bouwen we aan jouw personal brand en aan een systeem waarmee je moeiteloos zichtbaar blijft, zonder dat je ineens een influencer hoeft te worden.

VERIFICATIE-OPDRACHT 4 VAN 8

Schrijf een heractivatiebericht voor iemand uit je netwerk

Nieuwe connecties zijn waardevol, maar vaak liggen de snelste kansen gewoon in je bestaande netwerk. Mensen die je al kennen reageren meestal sneller en opener. Het enige wat je hoeft te doen is het gesprek opnieuw openen.

DE OPDRACHT

Schrijf een bericht dat je kunt sturen naar iemand uit je netwerk waar je al een tijd geen contact mee hebt gehad. Hou het persoonlijk, laagdrempelig en zonder verkoopintentie.

Voorbeeld:

- Hey [naam], we hebben elkaar een tijd geleden gesproken over [onderwerp]. Ik moest daar laatst weer even aan denken. Hoe loopt dat inmiddels bij jullie?

VERIFIEER JE BERICHT

Stuur je bericht naar ons [via WhatsApp](#) zodat we kunnen checken of de toon goed zit en of het gesprek natuurlijk opent. Pas daarna ga je verder met het volgende hoofdstuk.

In het laatste hoofdstuk lees je hoe het growgo platform traject werkt als je dit soort gesprekken structureel wilt inzetten.

De strategie achter posts die klanten opleveren

Iedereen weet dat je moet posten op LinkedIn. Maar waarom werkt het bij sommigen wel en bij jou (nog) niet?

De meeste ondernemers blijven hangen in losstaande updates, reactieve zichtbaarheid of inspiratie zonder richting. In dit hoofdstuk leer je hoe je content strategisch inzet: als een krachtig middel om je zichtbaarheid om te zetten in autoriteit, verbinding en uiteindelijk... klanten.

Geen shortcuts, geen inhoudsloze contentkalenders, maar een concrete aanpak gebaseerd op jouw expertise, doelgroep en doelen. Inclusief voorbeelden, templates, een eigen Content GPT en slimme tools die het proces makkelijker maken.

- **Quick win:** 1 post per week met impact.
- **Deep dive:** personal brand bouwen & zichtbaar blijven.

Mensen kopen niet van bedrijven, maar van mensen

Je kunt de beste dienst van de wereld aanbieden, maar als mensen jou niet vertrouwen of kennen, gebeurt er niets. Op LinkedIn is jouw personal brand de manier waarop je dat vertrouwen opbouwt. Zichtbaar, structureel en menselijk.

Een sterk personal brand laat zien waar jij voor staat, wat je weet, en hoe jij denkt. Het zorgt ervoor dat mensen het gevoel krijgen: "Die moet ik hebben." En precies dat gevoel maakt het verschil tussen een like en een lead.

Een krachtig personal brand:

- **Zorgt voor herkenning** – mensen koppelen jou aan je expertise.
- **Vergroot je gunfactor** – je voelt als een mens, niet als een verkoper.
- **Maakt verkopen makkelijker** – omdat je vooraf al vertrouwen opbouwt.

Je hoeft niet alles over jezelf te delen of ineens 'influencer' te worden. Maar mensen willen wel een gezicht, toon en mening zien. Want pas dan weten ze waarvoor ze bij jou moeten zijn en niet bij een ander.

Zo pas je het toe in je content:

Werk deze drie elementen voor jezelf uit en zorg dat ze steeds terugkomen in je posts:

1. Wie jij bent

Denk aan persoonlijke kenmerken, overtuigingen, energie, toon. Wat maakt jou anders dan een ander?

→ Voorbeeld: *“Nuchter, direct, strategisch, zonder marketingtaal.”*

2. Waar je voor staat

Wat zijn je waarden, wat vind jij belangrijk in je vak? Wat wil je de wereld leren of veranderen?

→ Voorbeeld: *“Ik geloof dat sales zonder inhoud gewoon ruis is.”*

3. Voor wie je er bent

Benoem concreet je doelgroep en hun probleem.

→ Voorbeeld: *“Ik help dienstverlenende ondernemers die wel bereik hebben, maar geen klanten halen uit LinkedIn.”*

Gebruik deze drie pijlers als rode draad in je content. Laat ze terugkomen in je tone of voice, voorbeelden, keuzes, en de verhalen die je vertelt. Zo bouw je niet zomaar bereik op, maar een reputatie.

De 3 posttypes die samen jouw strategie vormen

Niet elke post hoeft een les te zijn. Een sterke LinkedIn-strategie bestaat uit een slimme mix van drie posttypes. Elk type draagt bij aan een ander doel en samen bouwen ze aan herkenning, vertrouwen en actie.

Hier zijn de drie bouwstenen:

1. Kennisposts – om te onderwijzen en expertstatus op te bouwen

Gebruik deze om je inhoudelijke expertise te laten zien. Denk aan tips, inzichten, frameworks of veelgemaakte fouten in je branche.

→ Doel: autoriteit + waarde

Voorbeeld: *“5 redenen waarom je content niet converteert (en hoe je dat oplost)”*

2. Bedrijfsposts – om te laten zien wat je doet en hoe je dat doet

Deel resultaten, klantcases, nieuwe tools, webinars, lanceringen of behind the scenes updates.

→ Doel: social proof + aanbod zichtbaar maken

Voorbeeld: *“Deze klant haalde binnen 30 dagen 4 afspraken uit onze nieuwe AI-tool”*

3. Persoonlijke posts – om verbinding te maken en je gunfactor te vergroten

Denk aan inzichten uit je ondernemersreis, meningen, fouten die je maakte, of gewoon iets wat je echt vindt.

→ Doel: emotionele connectie + herkenning

Voorbeeld: “Ik deed 3 maanden niks met LinkedIn. En toen gebeurde dit.”

Gebruik deze mix strategisch. Niet om af te vinken, maar om bewust te sturen:

- Wil je meer reacties? Post iets persoonlijks.
- Wil je vertrouwen opbouwen? Ga voor kennis.
- Wil je laten zien dat je klanten helpt? Kies een case.

Als richtlijn adviseren wij vaak: 50% kennis, 25% bedrijf, 25% persoonlijk. Zo blijf je waardevol, zichtbaar en menselijk, zonder jezelf te herhalen.

In het vervolg van dit hoofdstuk laten we je zien hoe je dit omzet in formats, een contentkalender en schaalbare workflows.

Van scrollen naar stoppen: de 3 onderdelen van een sterke post

De meeste LinkedIn-posts leveren niets op. Te veel inleiding. Geen relevant haakje. Geen goede call to action. Wil je dat mensen blijven hangen en actie ondernemen? Dan heb je een post nodig die logisch is opgebouwd. Kort, krachtig en doelgericht.

We gebruiken hiervoor de structuur van Alex Hormozi:

Hook → Body → CTA

1. Hook – de eerste zin bepaalt alles

Je hook is je haakje. Het is de reden dat mensen blijven lezen.

Een goede hook is:

- Schurend of uitgesproken
- Herkenbaar of confronterend
- Vragend, prikkelend of onvoorspelbaar

Voorbeelden van hooks:

- “De meeste ondernemers posten al maanden zonder dat het iets oplevert.”
- “Ik zeg dit met liefde: je content is saai.”

- “Wat als je volgende klant al in je netwerk zit, maar je hebt het zelf niet door?”

Tip: schrijf 5 hooks per post. Kies de sterkste.

2. Body – hier lever je waarde

In de body bouw je je verhaal op. Dit kan een inzicht, case, lijstje of mening zijn — zolang het maar helder is en relevant voor je doelgroep.

Goede body's zijn:

- Scanbaar (denk: witregels, opsommingen)
- Eén gedachte per alinea
- Geen wolligheid of buzzwords

Houd het bij één boodschap per post. Focus verkoopt.

3. CTA – stuur richting zonder te forceren

Sluit je post af met een duidelijke CTA (call to action). Niet “plan een call”. Een simpele vraag of uitnodiging is veel effectiever.

Sterke CTA's:

- “Herkenbaar?”
- “Zou je dit ook zo aanpakken?”
- “Wil je de volledige versie van dit stappenplan? Laat het me weten.”

Lok reacties uit van lezers, want iedere like of comment vergroot je bereik.

Gebruik de Content GPT om posts op te bouwen in deze structuur. Je voert je onderwerp of input in, en hij geeft je direct 3 varianten met hook, body en CTA, inclusief inhoudelijke onderbouwing.

De formats die het beste werken (en wanneer je ze gebruikt)

Niet elk onderwerp vraagt om een lang verhaal. Niet elke boodschap hoeft persoonlijk te zijn. En niet elk format werkt op elk moment. In deze sectie geven we je een overzicht van de contentformats die op LinkedIn het beste presteren en wanneer je ze inzet.

Tekstpost zonder afbeelding

Doel: inhoudelijk sterk punt maken zonder afleiding

Werkt goed voor: kennisdelen, lijstjes, meningen

Let op: de eerste zin (hook) is cruciaal voor doorkliks

Tekstpost met afbeelding

Doel: aandacht trekken in de feed

Werkt goed voor: persoonlijke of visuele verhalen, behind-the-scenes, sfeer

Let op: gebruik echte foto's, bijvoorbeeld van jezelf

Carrousel (meerdere slides)

Doel: uitleggen, onderwijzen of opbouwen in stappen

Werkt goed voor: mini-handles, frameworks, case studies

Let op: de eerste slide is je hook, die bepaalt of mensen gaan swipen

Lijstpost

Doel: scanbare waarde bieden

Werkt goed voor: tips, fouten, tools, stappenplannen

Let op: beperk het tot max 5–7 bullets voor leesbaarheid

Fear post / frustratiepost

Doel: prikkelen, pijn benoemen, bewustwording creëren

Werkt goed voor: herkenbare struggles binnen je doelgroep

Let op: blijf oprecht. Frustratie is krachtig zolang het niet drammerig wordt

Mening / stelling

Doel: reactie uitlokken of visie delen

Werkt goed voor: het opbouwen van autoriteit en herkenning

Let op: wees niet neutraal. Een mening zonder scherpte valt niet op

Video

Doel: persoonlijkheid, autoriteit en energie overbrengen

Werkt goed voor: uitleg, storytelling, klantcases, aankondigingen

Let op: begin met een scherpe eerste zin en ondertitel alles, de meeste mensen kijken zonder geluid

Behind-the-scenes / informele posts

Doel: laten zien wie je bent achter je expertise

Werkt goed voor: teamupdates, evenementen, milestones

Let op: houd het echt. Geen 'geforceerd gezellig' beeldmateriaal

Polls

Doel: interactie + input verzamelen

Werkt goed voor: het peilen van meningen of betrokkenheid verhogen

Let op: houd het relevant en stel een scherpe vraag, polls zonder doel scoren niet meer

Recyclen van content

Doel: meer halen uit goed presterende inhoud

Werkt goed voor: herformuleren van sterke posts en herplaatsen na maanden

Let op: pas de hook en toon aan zodat het fris blijft

Varieer in toon en lengte

Niet alles hoeft kort of zakelijk te zijn. Af en toe een langere post met storytelling, of juist een korte prikkelende quote met één zin uitleg, houdt het boeiend. Let op: afwisseling = aandacht vasthouden.

Wissel formats slim af. Laat kennisposts gevolgd worden door een visueel carrousel of persoonlijke video. Gebruik Canva-templates en de Content GPT om snel te schakelen tussen formats en kijk zelf wat het beste werkt voor jouw doelgroep.

Onze Content GPT schrijft binnen 5 min een ijzersterke LinkedIn-post

Het schrijven van goede content kost tijd. Of inspiratie. Of allebei. Daarom ontwikkelden we onze Content GPT: een AI-schrijfhulp die jou helpt om in no-time sterke posts te maken die passen bij jouw stijl, toon en strategie.

Je voert je input in zoals een inzicht, een klantcase, een frustratie of gewoon een losse gedachte. Onze Content GPT zet dat razendsnel om in een uitgewerkte LinkedIn-post, compleet met hook, body en CTA.

Geen inspiratie? Geen probleem. Je kunt de GPT ook jouw businesscase, doelgroep of aanbod laten analyseren (rechtstreeks uit de BusinessGPT) en hij bedenkt direct relevante contentonderwerpen die aansluiten op jouw propositie.

Onze GPT is getraind op:

- Een aansprekelijke tone-of-voice (persoonlijk, krachtig, duidelijk).
- De contentstrategie uit deze blauwdruk.
- Werkende formats zoals lijstjes, meningen, kennisposts en cases.
- De frameworks van Alex Hormozi, SPIN Selling en best practices.

Of je nou wekelijks wilt posten of dagelijks wilt knallen: de GPT helpt je om consistent te blijven zonder continu herschrijven of twijfelen aan je tekst.

Combineer 'm met je contentkalender, en je hoeft alleen nog maar te reviewen, aan te scherpen en te posten.

[→ Klik hier om de Content GPT aan het werk te zetten](#)

De contentkalender die je wel gebruikt (gewoon in Google Docs)

Iedereen weet dat consistentie op LinkedIn belangrijk is. Maar niemand heeft zin om elke dag te stressen over wat je nu weer moet posten. Daarom werk je met een contentkalender.

Een heel simpele Google Doc die je helpt om vooruit te plannen, structuur aan te brengen en je zichtbaarheid vol te houden, zonder jezelf te herhalen.

In deze kalender:

- Plan je posts per week: kennis, bedrijf, persoonlijk.
- Bepaal je vooraf de toon, het format en de inhoud.
- En houd je overzicht over wat live staat en wat nog in de pijplijn zit.

Je kunt hem alleen gebruiken of met je team. Of je laat je GPT 'm vullen en hoeft alleen nog maar te reviewen. Gebruik dit als jouw cockpit zodat je geen chaos meer hebt.

[→ Klik hier om de contentkalender te openen \(download\)](#)

Jij praat. AI schrijft. Simpler wordt het niet.

Voor ondernemers met een verhaal, maar zonder zin om te typen. Je hebt genoeg te vertellen. Klantverhalen, frustraties, inzichten, meningen. Maar je komt er simpelweg niet aan toe om het op papier te zetten of je loopt vast bij een leeg document.

Hiervoor kan je eenvoudig werken met interviewformats. Wat betekent dat?

- Jij gaat gewoon praten.
- In een videocall.
- Terwijl Fireflies.AI alles automatisch transcribeert.
- En jouw Content GPT het daarna omzet naar kant-en-klare posts.

Geen drempels of writers block meer. Gewoon jouw verhaal in jouw woorden, maar dan doorvertaald naar content die klanten aantrekt.

Zo werkt het:

1. Plan een korte call (alleen of met een teamlid).
2. Gebruik onze interviewvragen (bijvoorbeeld: "Wat zeggen klanten vaak over jou?" of "Hoe zie jij de markt de komende 5 jaar veranderen?").
3. Laat Fireflies.AI meeluisteren en transcriberen.
4. Voer de transcript in bij de Content GPT.
5. Selecteer de punten waar posts over mogen komen.

Zo haal je in 30 minuten met gemak 5-10 posts uit jouw hoofd, zonder dat je ook maar één keer zelf hoeft te schrijven.

Stop met posten op gevoel en start met plannen op strategie

Je hebt een goede post geschreven. Maar dan... schiet het erbij in. Je vergat hem te publiceren. Je was onderweg of je zat tot over je oren in de calls.

Herkenbaar? Dan is er één simpele oplossing: vooruit plannen.

En nee, daar heb je geen nieuwe tool voor nodig. Je kunt het gewoon regelen via LinkedIn zelf. Zo plan je jouw content in:

1. Open LinkedIn op je desktop.
2. Klik op 'Start een post' en schrijf je tekst.
3. Klik onderaan op het klokje (plannen).
4. Kies de datum en het tijdstip waarop je wilt publiceren.
5. Bevestig en sluit af.

Plan je content bijvoorbeeld op vrijdagmiddag in voor de hele volgende week. Zo weet je zeker dat je content live gaat, ook als je maandag in meetings zit of onderweg bent. Gebruik je onze contentkalender? Dan koppel je je strategie naadloos aan je publicatiemomenten.

Van losse posts naar een strategie die klanten aantrekt – uitgelegd in één video

In dit hoofdstuk heb je geleerd hoe je content inzet als onderdeel van je salesstrategie: met structuur, slimme formats en een eigen toon die opvalt in de massa. Maar hoe pas je dat in de praktijk toe?

In deze video nemen we je stap voor stap mee:

- Hoe je de drie posttypes combineert tot een sterke contentmix
- Hoe je formats kiest die passen bij jouw boodschap en doelgroep
- Hoe je vanuit één idee meerdere posts maakt met de ContentGPT
- En hoe je alles plant, hergebruikt en opschaalt met minimale tijdsinvestering

Bekijk de video en zie precies hoe wij dit zelf toepassen, zodat jij vandaag nog kunt starten met content die voor jou werkt.

[→ Klik hier om de uitlegvideo te bekijken](#)

Je posts doen hun werk. Je bouwt bereik op, mensen reageren, je naam zingt rond. Maar sommige dingen kun je niet vangen in een post. Soms wil je echt even contact, uitleggen en vertrouwen versnellen. En precies daarvoor zijn LinkedIn Lives perfect. Je zet jezelf neer als expert, live in beeld, zonder dat het zwaar of ingewikkeld hoeft te zijn. In dit hoofdstuk leer je hoe je met één livesessie per maand een vliegwiel bouwt voor klanten, content en connecties.

VERIFICATIE-OPDRACHT 5 VAN 8

Bepaal jouw 3 contentpilaren

Goede content ontstaat niet uit losse ideeën. Het ontstaat uit een duidelijke richting. Daarom werken we met contentpilaren: vaste thema's waar jouw posts steeds op terugkomen. Zo weten mensen waar jij voor staat en waarvoor ze jou moeten volgen.

DE OPDRACHT

Bepaal drie contentpilaren waar jij structureel over gaat posten.

Deze moeten aansluiten op: jouw expertise, het probleem van je doelgroep en jouw visie op het vak.

Voorbeeld:

1. LinkedIn sales strategie
2. Ondernemen en groei
3. Praktische AI-tools voor ondernemers

Met deze drie pijlers kun je al maanden content maken zonder inspiratieproblemen.

VERIFIEER JE PILAREN

Stuur jouw drie contentpilaren naar ons [via WhatsApp](#). Wij checken of ze strategisch sterk genoeg zijn en goed aansluiten op jouw doelgroep. Pas daarna ga je verder met het volgende hoofdstuk.

Wil je dat AI automatisch contentideeën genereert vanuit jouw strategie? [In het laatste hoofdstuk](#) lees je hoe het growgo platform traject werkt.

Eén LinkedIn live per maand levert meer op dan 20 posts

Live gaan is de snelste manier om vertrouwen op te bouwen. Je kunt goede posts schrijven, sterke haakjes bedenken of strakke carrousels maken. Maar niets bouwt sneller vertrouwen op dan gewoon live in beeld komen.

Waarom? Omdat je niet te faken bent. Mensen zien wie je echt bent, horen hoe je denkt en voelen wat je gelooft. Dat is precies wat klanten nodig hebben voordat ze ja zeggen. Geen funnel of fancy studio. Gewoon jij, live, met een duidelijke boodschap en een simpele call to action.

In dit hoofdstuk leer je hoe je zonder gedoe een LinkedIn Live sessie opzet die voelt als een mini-masterclass en werkt als een marketingflywheel dat klanten, content en zichtbaarheid oplevert.

- **Quick win:** 1 live sessie inplannen in 7 stappen.
- **Deep dive:** maandelijkse live als flywheel.

Een goede live is geen pitch, maar als een mini-masterclass

In het kort: geen verkooppraatje, wel een mini-masterclass. Een goede LinkedIn Live draait niet om jezelf promoten. Het draait om iets uitleggen, iets doorgeven, iets laten zien, op een manier die ervoor zorgt dat mensen denken: “als dit al gratis is, hoe goed zal het betaalde dan wel niet zijn?” Net als deze blauwdruk, nietwaar.

Je verkoopt geen aanbod maar verkoopt expertise. En dat doe je met een simpele structuur die werkt, ook als je geen ervaren spreker bent.

De 5 bouwstenen van een sterke Live:

1. Open met een scherpe belofte

Bijvoorbeeld: “In deze sessie laat ik je zien hoe je in 30 dagen je eerste klant uit LinkedIn haalt.” Zo weten kijkers in de eerste 10 seconden waarom ze moeten blijven hangen.

2. Introduceer jezelf in 30 seconden

Wie je bent, voor wie je werkt, en waarom dit onderwerp belangrijk is. Kort, menselijk, zonder opsomming van functies.

3. Deel je kennis in 3-5 punten

Denk aan fouten, frameworks, inzichten of stappenplannen. Focus op herkenning, praktijkvoorbeelden en bruikbare tips. Niet te veel, wel concreet.

4. Geef ruimte voor vragen of interactie

Vraag tussendoor om herkenning of laat mensen reageren in de chat. Dit maakt het luchtiger en verhoogt betrokkenheid (en dus bereik).

5. Sluit af met een lichte CTA

Geen push, wel een uitnodiging. Denk aan:

“Laat weten wat je uit deze sessie meeneemt”

“Stuur een DM als je dit wilt toepassen op je eigen situatie”

“Wil je de samenvatting? Drop even een ‘yes’ in de comments”

Bonus: dit maakt je live nog sterker

- Geef je live een herkenbare titel waarin het probleem of verlangen centraal staat.
- Werk met bullets in plaats van een script: praat vrijuit, maar weet wat je gaat zeggen.
- Houd het ritmisch en overzichtelijk: max 30 minuten.
- Hergebruik je live daarna als post, video of leadmagnet.

Met dit format lever je niet alleen waarde, maar positioneer je jezelf als expert, zonder dat je daar een verkoopsheet voor hoeft open te trekken.

Als je stream hapert, ben je af (technische checklist)

Goede inhoud is waardeloos als je beeld hapert of je geluid kraakt. Je kunt de beste Live-opbouw ter wereld hebben, maar als kijkers je niet goed kunnen horen, het beeld vertraagd is of de stream crasht... dan zijn ze weg. Daarom hier een checklist waarmee je technisch sterk staat, zonder dat je een AV-specialist hoeft te zijn.

1. Gebruik internet via een kabel

Wifi is prima voor dagelijks gebruik, maar niet voor een Live-uitzending.

→ Sluit je laptop direct aan met een netwerkkabel. Dat maakt het stabiel en sneller.

2. Zorg voor goed licht

Licht bepaalt de hele uitstraling van je Live. Donker beeld = onprofessioneel.

→ Gebruik daglicht of een ringlamp of softbox als er niet genoeg licht is.

→ Geen lamp? Zet twee bureaulampen schuin voor je op ooghoogte.

3. Gebruik een externe microfoon of oortjes met mic

Je ingebouwde laptopmicrofoon klinkt meestal hol of dof.

→ Gebruik oortjes (bijv. Apple of JBL) of een simpele USB of podcast-microfoon.

→ Test van tevoren hoe je klinkt, of laat iemand even meeluisteren.

4. Kies de juiste streamingdienst

LinkedIn verplicht je om via een externe tool te streamen. Er zijn er meerdere, maar wij gebruiken Vimeo en dat raden we ook aan.

5. Stream via Vimeo zelf, niet via LinkedIn gekoppeld

Klinkt tegenstrijdig, maar hier komt 'ie:

→ Koppel Vimeo niet direct aan LinkedIn. Laat kijkers vanuit het LinkedIn Event doorklikken naar de stream op Vimeo.

→ Waarom? Omdat koppelingen met LinkedIn last-minute kunnen crashen. Dat is ons overkomen, en geloof ons: je wilt op dat moment niet opnieuw moeten opstarten terwijl kijkers zitten te wachten.

6. Maak vooraf een LinkedIn Event aan (los van de stream)

→ Kies bij het aanmaken van je Event de optie "Extern event" en voeg daar de Vimeo-link in.

→ Zo kunnen mensen zich via LinkedIn aanmelden en krijg je bereik via hun netwerk, maar de uitzending zelf draait op een stabiel platform.

7. Test je volledige setup minimaal één dag van tevoren

→ Check of je beeld goed is, je geluid helder, en je internet stabiel.

→ Zet eventueel een teststream aan voor jezelf om terug te kijken.

→ Klinkt als overkill, maar voorkomt zweet op je rug vijf minuten voor de uitzending.

Met deze checklist voorkom je technische stress, rommelig beeld of wegvallend geluid. Je zorgt ervoor dat je overkomt zoals je bent: professioneel, voorbereid en betrouwbaar.

Met deze simpele flow verdubbel je de kans op afspraken

Een goede Live begint ruim voor je live bent. Veel ondernemers zetten een Live klaar... en hopen dat mensen vanzelf komen kijken. Maar zonder promotie blijf je praten tegen jezelf. Gelukkig hoef je geen hele funnel op te tuigen om toch bereik, kijkers en reacties te krijgen.

Met deze simpele flow zorg je ervoor dat mensen je sessie daadwerkelijk zien en dat je er leads aan overhoudt.

1. Stuur persoonlijke DM's naar relevante connecties (2 weken vooraf)

Je hoeft niet te spammen. Een persoonlijke uitnodiging werkt 10x beter.

Bijvoorbeeld:

"Hey [naam], ik geef volgende week een korte live sessie over [onderwerp] — herkenbaar voor veel ondernemers in jouw vakgebied. Zin om aan te haken? Hier vind je de eventlink."

"Hi [naam], ik dacht dat dit onderwerp wel zou kunnen passen bij wat jij laatst deelde. Ik geef er een Live over op [datum]. Hier kun je je aanmelden."

2. Post 2–3 keer voorafgaand aan je Live (event taggen!)

- 5–7 dagen vooraf: aankondiging met uitleg wat kijkers gaan leren
- 1–2 dagen vooraf: herinnering met 'wat je mist als je er niet bij bent'
- Dag zelf, 's ochtends: "We gaan straks live, je kunt nog aanhaken"

Gebruik de post om het event onder de aandacht te brengen en mensen alvast in de juiste mindset te krijgen.

3. Gebruik de Live zelf als startpunt voor opvolging (DM na afloop)

Stuur kijkers na afloop een persoonlijk bericht:

"Thanks dat je erbij was! Was er iets wat je raakte of wat je mee gaat nemen?"

Stuur niet-kijkers (of beide) de replay:

"Hey [naam], je stond op aanwezig bij de sessie gisteren. Wil je de opname nog terugkijken? Ik stuur je graag de link."

Extra: gebruik reacties of 'likes' van actieve kijkers als aanleiding voor een follow-up. Denk aan: "Ik zag dat je meekeek, ben benieuwd wat je eruit haalde."

4. Hergebruik de live als contentmagneet

- Knip fragmenten en plaats ze als losse video's.
- Gebruik de highlights als carrousel of tekstpost.
- Zet de opname op YouTube/website en gebruik het in je marketing.

Met deze flow zorg je dat je Live niet alleen bekeken wordt, maar ook iets oplevert. Want bereik is leuk, maar gesprekken zijn beter.

LinkedIn Lives zijn de snelste manier om vertrouwen te bouwen, je expertstatus te versterken en gesprekken op gang te brengen. En het mooiste is dat je er geen pro voor hoeft te zijn. Gewoon een goed onderwerp, een simpel format en een betrouwbare setup.

Gebruik dit hoofdstuk om je eerste sessie te plannen, voor te bereiden en te promoten. Want zichtbaar zijn is goed, maar live zichtbaar zijn, met een verhaal dat binnenkomt? Dat is next level.

Klaar om dit mee te nemen in je strategie? Dan gaan we nu naar het laatste hoofdstuk waarin we een concreet actieplan maken, zodat alles wat je nu hebt gebouwd ook echt structureel resultaat gaat opleveren.

VERIFICATIE-OPDRACHT 6 VAN 8

Bepaal het onderwerp van je eerste LinkedIn Live

Een goede LinkedIn Live voelt niet als een pitch, maar als een mini-masterclass. Daarom begint alles met een onderwerp dat concreet, relevant en interessant genoeg is om op af te klikken.

DE OPDRACHT

Bedenk één concreet onderwerp voor jouw eerste LinkedIn Live.

Kies een onderwerp dat: aansluit op jouw expertise, een herkenbaar probleem van je doelgroep oplost en nieuwsgierig maakt om live te kijken.

Voorbeeld:

1. Hoe je binnen 30 dagen je eerste klant uit LinkedIn haalt
2. 5 fouten die ondernemers maken op LinkedIn
3. Hoe je met AI sneller content maakt die wel reacties oplevert

Met deze drie pijlers kun je al maanden content maken zonder inspiratieproblemen.

VERIFIEER JE ONDERWERP

Stuur jouw onderwerp naar ons [via WhatsApp](#). Wij checken of het sterk genoeg is en past bij jouw doelgroep. Pas daarna ga je verder met het volgende hoofdstuk.

Wil je dit liever samen strategisch opzetten? [In het laatste hoofdstuk lees je hoe het growgo platform traject werkt.](#)

Je 30-dagen actieplan voor klanten (en een strategie die blijft werken)

Zonder structuur val je terug in oude gewoontes. Deze stap voorkomt dat. Je hebt nu alles in handen: een sterk aanbod, een goed profiel, slimme benaderingen, content die vertrouwen bouwt en zelfs live zichtbaarheid. Maar zonder plan blijft het een verzameling losse inzichten. Je doet het een week... en dan zakt het weer weg.

Daarom gaan we in dit laatste hoofdstuk alles samenbrengen in een concreet tijdspad. Of je nu klein wil starten met een 30-dagen challenge, of juist een duurzame strategie wilt opzetten voor het hele jaar, hier vind je precies wat je nodig hebt om dit vol te houden, aan te scherpen en te laten groeien.

Niet meer "ik moet iets met LinkedIn", maar: "ik weet wat ik doe, wanneer ik het doe en waarom het werkt."

- **Quick win:** start vandaag met de 30-dagen LinkedIn challenge.
- **Deep dive:** bouw een jaarstrategie die structuur geeft én schaalbaar is.

Wat je kunt verwachten na 2 weken, 2 maanden en 12 maanden

Binnen 2 weken - hey, dit werkt

Je aanbod staat. Je profiel is aangescherpt en trekt de juiste mensen aan. Je hebt de eerste connecties benaderd, start met posts en krijgt de eerste reacties. Je netwerk merkt dat je zichtbaar bent. Je krijgt DM's, reacties en de eerste gesprekken komen op gang. Het voelt: dit begint te lopen.

Na 1 maand - de eerste deal

Je zit in een ritme. Je content slaat aan, je inbox wordt actiever en je voert gesprekken met serieuze leads. In veel gevallen sluit je je eerste klant. Je merkt: LinkedIn kost niet alleen tijd, het levert ook iets op. Dit gaat niet meer over zichtbaarheid, maar over klanten.

Na 12 maanden - een voorspelbaar systeem

Je hebt structuur. Je weet wat werkt en past het toe zonder moeite. LinkedIn is nu een systeem dat leads oplevert. Je bent zichtbaar, herkenbaar en top of mind in je markt. Klanten komen niet alleen uit acties, maar ook via-via. Dit is geen experiment meer, maar een strategie die blijft draaien.

30 Dagen Challenge - Je eerste klant uit LinkedIn

Veel ondernemers weten ongeveer wat ze moeten doen op LinkedIn. Ze hebben tips gehoord, posts gelezen, misschien zelfs al wat geprobeerd. Maar wat

ontbreekt, is een concreet actieplan. Een routekaart. Iets waar je vandaag mee kunt starten en over 30 dagen resultaat van ziet.

Daarom ontwikkelden we deze 30 Dagen Challenge. Geen snelle trucjes of losse flodders, maar een praktische aanpak die je van profieloptimalisatie naar klantgesprek brengt.

Stap voor stap. Elke week een duidelijke focus. En een ritme dat vol te houden is zodat jij ziet dat LinkedIn voor je gaat werken.

Wat je gaat doen in 30 dagen:

- Je verandert je LinkedIn-profiel in een klantgerichte landingspagina
→ zodat bezoekers direct snappen wat je doet en voor wie
- Je bouwt via Sales Navigator een lijst met 400 relevante leads
→ zodat je stopt met willekeurig connecten en start met gericht benaderen
- Je schrijft (met AI) outreachberichten die mensen openen en beantwoorden
→ zodat je niet meer twijfelt over je toon of opbouw
- Je volgt op zonder pusherig te zijn
→ zodat het gesprek natuurlijk aanvoelt en makkelijker richting afspraak beweegt
- Je publiceert simpele content die jouw zichtbaarheid en geloofwaardigheid versterkt
→ zodat je al op de radar staat voordat je iemand benadert
- En je voert dit alles uit met een overzichtelijk actieplan
→ zodat je structuur hebt, houvast voelt en resultaat ziet

Simpeel, uitvoerbaar en bewezen effectief. De volledige 30 Dagen Challenge hebben we in video opgenomen. In die video nemen we je stap voor stap mee door het hele plan zodat je het direct kunt toepassen.

Toen we dit presenteerden in onze LinkedIn Live zijn Tijdens zijn ondernemers hier direct enthousiast mee aan de slag gegaan. Dit kan jij nu ook doen.

[→ Bekijk de 30 Dagen Challenge video via YouTube](#)
[→ Download hier de 30 Dagen Challenge presentatie](#)
[→ Download hier het 30 dagen Actieplan Spreadsheet](#)

Je hebt alles in huis om hiermee te scoren. Geen excuses meer. Pak dit plan, voer het uit, en laat LinkedIn nu eindelijk voor je werken.

Elimineer. Automatiseer. Delegeer. Houd het vol.

Je weet nu wat werkt op LinkedIn. Maar als je niet oplet, wordt het alsnog iets wat “erbij moet”. En dat is precies waarom zoveel ondernemers ermee stoppen: niet omdat het niet werkt, maar omdat het niet in hun systeem past.

Daarom sluiten we af met een praktische oefening die je direct helpt om wel vol te houden. Het enige wat je nodig hebt: je agenda van de afgelopen maand en onze Tijdwinst Spreadsheet.

→ [Download hier de Tijdwinst Spreadsheet \(download\)](#)

Stap 1 – Pak je agenda erbij en schrijf alles op

Bekijk de afgelopen 30 dagen. Elk blok. Elke taak. Elk moment dat je ergens mee bezig was. Schrijf dit onder elkaar in de activiteitenkolom van onze spreadsheet. Ook de ‘kleine dingen’ tellen.

Stap 2 – Elimineer

Loop de lijst door en vraag je per taak af:

- Levert dit echt iets op?
- Draagt dit bij aan zichtbaarheid, vertrouwen of klanten?

Wat geen impact heeft, schrap je. Weg ermee.

Stap 3 – Automatiseer alles wat geautomatiseerd kan worden

Voor de taken die wél belangrijk zijn, kijk je of er tools zijn die het van je kunnen overnemen.

- Plan je content via LinkedIn
- Laat AI je posts, DM's of opvolging mee voorbereiden
- Hergebruik content in plaats van steeds iets nieuws te maken
- Schakel growgo in voor LinkedIn connectie campagnes ;)

Stap 4 – Delegeer de rest

Wat niet geautomatiseerd kan worden, maar wel moet gebeuren kun je delegeren. Een Virtual Assistent (VA) kan heel veel taken van je overnemen.

- Denk aan het zoeken van leads
- Het inplannen van posts
- Of het verwerken van reacties

Deze voorbeelden alleen betrekking op de LinkedIn activiteiten, maar het is natuurlijk de bedoeling dat je dit voor iedere activiteit binnen je bedrijf doet.

Wat overblijft, is jouw kern. De taken waar alleen jij het verschil maakt. Je tone of voice, je verhaal, je inzichten. Daar richt je je op. De rest is geregeld.

Dit is geen naslagwerk. Dit is een actieplan.

Je hebt alles nu in handen. Elk onderdeel van je LinkedIn-strategie ligt klaar: je aanbod is aangescherpt, je profiel staat als een huis, je weet hoe je mensen

benadert, content publiceert en vertrouwen opbouwt. En je hebt er een planning bij die vol te houden is.

De ondernemers die resultaat halen, zijn niet degenen met de meeste kennis, maar degenen die het plan pakken en gaan. Niet perfect. Niet in één keer. Maar wel met ritme.

- Begin met de 30 Dagen Challenge
- Maak daarna je jaarplan
- Gebruik het EAD-model om tijd vrij te maken.

Je hoeft het niet allemaal tegelijk te doen. Maar je moet wel beginnen. Niet morgen. Niet “als het rustiger is.” Maar nu.

Want het verschil tussen “LinkedIn werkt niet voor mij” en **“ik haal klanten uit LinkedIn”**, zit niet in geluk, algoritmes of magie.

Het zit in doen.

VERIFICATIE-OPDRACHT 7 VAN 8

Maak je eerste 7-dagen LinkedIn actieplan

De grootste fout die ondernemers maken op LinkedIn is dat ze alles tegelijk willen doen. Ze lezen een strategie, raken gemotiveerd... en doen vervolgens niets.

Daarom ga je het nu eerst klein maken. Niet een maand. Niet een jaar. Eerst alleen de komende 7 dagen.

DE OPDRACHT

Maak een simpel LinkedIn actieplan voor de komende 7 dagen.

Noteer bijvoorbeeld:

1. Dag 1 – Profiel optimaliseren
2. Dag 2 – 10 nieuwe connecties toevoegen
3. Dag 3 – Eerste post schrijven
4. Dag 4 – 5 gesprekken starten
5. Dag 5 – Contentideeën uitwerken
6. Dag 6 – 10 connecties benaderen
7. Dag 7 – Resultaten evalueren

Hou het simpel en uitvoerbaar. Het doel is niet perfectie, maar momentum.

VERIFIEER JE PLAN

Stuur jouw 7-dagen plan naar ons [via WhatsApp](#). Wij checken of het realistisch is en of de acties logisch aansluiten op de strategie uit deze blauwdruk. Pas daarna ga je verder met de laatste opdracht.

Wil je dat dit soort acties automatisch onderdeel worden van een systeem dat continu gesprekken oplevert? [In het laatste hoofdstuk lees je hoe het growgo platform traject werkt.](#)

All-in met het growgo systeem – eenmalig €1950

Als je het plan consistent uitvoert, ga je klanten binnenhalen via LinkedIn. Daar twijfelen we niet aan. Maar als je sneller wilt opschalen, meer wilt automatiseren en structureel tijd wilt besparen, dan zijn wij er om je te helpen. Niet om het van je over te nemen, maar om het makkelijker te maken, slimmer en schaalbaarder.

Dat is precies wat het growgo systeem doet.

Met growgo krijg je alles wat je nodig hebt om jouw LinkedIn-strategie te laten draaien als een systeem, terwijl jij de regie houdt.

- Definiëren van jouw onweerstaanbare aanbod, zodat je meer mensen aantrekt.
- Optimalisatie van je LinkedIn-profiel, zodat dit de landingspagina voor jouw aanbod wordt.
- Volledige automatisering van je outreach, zonder je menselijke toon te verliezen.
- AI-ondersteuning voor DM's, posts en opvolging, volledig op jouw stijl getraind.
- Hulp bij je contentstrategie, van ideeën tot planning tot publicatie.
- Eén-op-één begeleiding door consultants die weten wat werkt.
- Een overzichtelijk dashboard waarin je alles kunt volgen, testen en optimaliseren.
- Ingebouwde flows gebaseerd op 500+ campagnes en bewezen formats.

We zetten het samen op. Met begeleiding in het strategisch plan en duidelijke stappen om het systeem in jouw business te implementeren. Zodat je niet blijft hangen in losse acties, maar een LinkedIn-systeem bouwt dat structureel gesprekken en klanten oplevert.

En om ervoor te zorgen dat je het ook echt uitvoert, hebben we een extra incentive ingebouwd. Als jij alle stappen uit het traject uitvoert zoals afgesproken, kun je tot €2000 cashback van ons terugkrijgen.

Wil je weten hoe dat eruit ziet voor jouw business?

[→ Bekijk onze gratis 10 minuten demo video](#)

Je hoeft het niet allemaal alleen te doen. Je hoeft het alleen maar serieus te nemen. growgo maakt het een stukje makkelijker voor je.

Heel veel succes gewenst!
Thijs, Douwe en Fijke

VERIFICATIE-OPDRACHT 8 VAN 8

Kies hoe jij jouw LinkedIn-systeem gaat implementeren

Je hebt nu de volledige blauwdruk doorlopen.

Je weet hoe je:

- Een sterk aanbod formuleert
- Je profiel omzet naar een salespagina
- Gesprekken start met nieuwe connecties
- Je netwerk opnieuw activeert
- Content inzet om vertrouwen op te bouwen
- LinkedIn Lives gebruikt om autoriteit te creëren

De strategie is dus helder. Maar uiteindelijk draait alles om één ding: uitvoering. Daarom is de laatste stap simpel.

DE OPDRACHT

Maak een bewuste keuze hoe jij deze strategie gaat implementeren.

Optie 1 - Zelf uitvoeren

Je gebruikt deze blauwdruk als handleiding en implementeert alles zelf. We helpen je graag via WhatsApp.

Optie 2 - Implementeren met growgo

Je implementeert het volledige LinkedIn salessysteem met het growgo platform, inclusief automatisering, AI-ondersteuning en begeleiding.

MAAK JE KEUZE

Wil je dat we nog één keer met je meekijken voordat je begint?

→ [Stuur je keuze naar ons via WhatsApp](#)

Of wil je eerst zien hoe het growgo platform traject precies werkt?

→ [Bekijk de 10 minuten demo video](#)