

Word LINKEDINFLUENCER in 90 dagen

Deep dive voor non-fictie auteurs

Masterclass serie & 90-dagen Challenge
Sessie 2: Jouw topics vinden



Wat we gaan behandelen

- 1. Een korte terugblik & focus van vandaag**
- 2. Een gezicht geven aan je doelgroep**
- 3. De 3 'Linkedin archetypes'**
- 4. Content ideeën genereren**
- 5. Jouw sweetspot vinden**
- 6. Conclusie & To do's**
- 7. Vragenronde**

A photograph of a paved road winding through a dense forest. The road is viewed from a perspective that makes it appear to curve away from the viewer and then loop back towards them. A large, white, semi-transparent arrow is superimposed on the road, pointing from the foreground back towards the viewer, symbolizing a 'look back'. The text 'Een korte terugblik' is centered over the road.

Een korte terugblik

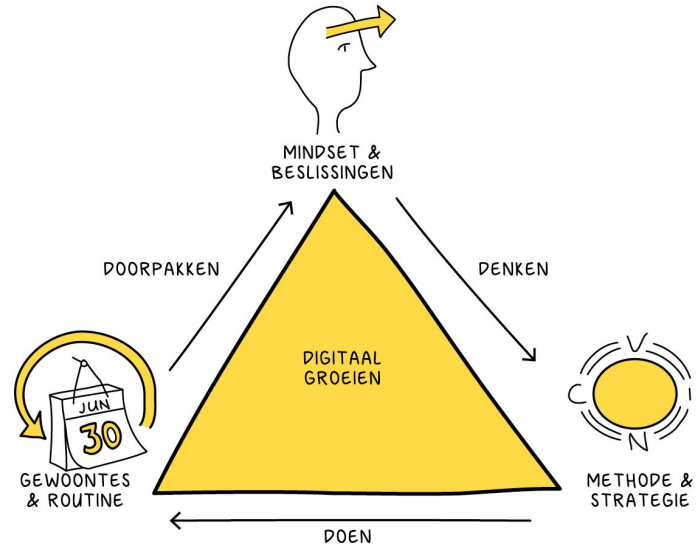
Een korte terugblik

Het primaire doel van sessie 1 en afgelopen 2 weken:

- Profiel optimaliseren
- Starten met de 90 dagen challenge: 2, 3, 4 of 5x per week posten
- Met content in lijn met jouw visie, missie en verhaal

Vanaf vandaag: verder onderzoeken wat jouw unieke invalshoeken en onderwerpen zijn.

Figuur 1: **De digitaal groeien Driehoek**





Pieter Peelen · 1ste
Productiviteitsexpert & auteur van Beter is Meer | Lost organisatiegedoe op ...
3 d · Bewerkt · 6

Ik begreep vroeger niet hoe je van je vak kon houden, maar niet van je werk.

Mijn vader liep vroeger bijna elke dag leeg aan de eettafel.

Niet omdat hij geen zin had om te werken, omdat hij zijn vak niet mooi vond of omdat hij geen verantwoordelijkheid voelde.

Het tegendeel was waar. Hij was een vakman, had ideeën en was enorm betrokken. Maar hij voelde zich niet gehoord. Als kind vond ik dat vreemd.

Hoe kan iemand zoveel liefde hebben voor wat hij doet, maar zoveel frustratie voelen over de plek waar hij dat moet doen?

Jaren later begreep ik het pas beter. Ik had technische bedrijfskunde gestudeerd, een geweld managementtraineeship gedaan en verschillende managementposities met succes vervuld. Een mooie carrière binnen een corporate lag klaar om verder uitgerold te worden.

Van buiten zag het er heel succesvol uit. Maar van binnen voelde het helemaal niet goed. Want ik kwam zelf ook terecht in een omgeving waarin ik vastliep in systemen, lagen, overleg, controle en gedoe.

Toen viel het kwartje. Mijn vader had geen werkprobleem. Hij zat gevangen in een organisatieprobleem. En dat geldt voor heel veel mensen.

We doen vaak alsof frustratie op het werk hoort bij volwassen organisaties. Alsof groei automatisch betekent: meer systemen, meer managers, meer controle, meer regels. Dat we dat allemaal maar moeten pikken.

Maar ik geloof daar niet meer in. Sterker nog: ik denk dat veel bedrijven die zeggen zo professioneler te worden dat helemaal niet zijn en zeker niet worden. Ze worden alleen maar ingewikkelder. En die ingewikkeldheid kost bakken energie, werkplezier en productiviteit.

Daarom ben ik nooit gestopt met studeren, ooit gaan schrijven, ondernemer geworden en mijn gedachtegoed gaan toetsen aan de praktijk. Om bedrijven te helpen, maar ook om het steeds verder te verbeteren.

Niet om mensen nog een methode, dashboard of managementaag te bezorgen.

Mijn overtuiging is eenvoudiger: als je organisaties minder complex, menselijker en productiever maakt, gaan mensen weer floreren. Vice versa bestaat dit effect ook. Zo zie ik het hoogproductieve bedrijven nu ook doen in de praktijk.

Werk is dan niet iets waar je op leegloopt, maar iets waar je energie van krijgt.

Voor mij begon het gewoon aan de eettafel. Met een vader die van zijn vak hield, maar niet van zijn werk. En de fascinatie van een zoon van een jaar of 8.

Herken je dat verschil tussen liefde voor het vak en frustratie over het werk?



Stella de Jager en 14 anderen

5 commentaren · 1 repost



Anita Heijdra · 1e
Op ons bord, een indringend verhaal van een gepassioneerde boerin met ...
6 d · 6

Plus stopt met Bio | Jumbo met Beter Leven

Wat betekent dat voor de boeren?

In 2021 verving PLUS Retail haar huismerk melk en karnemelk door biologische zuivel, zonder daarbij de hogere kosten aan hun klanten door te berekenen. Ik schreef er destijds een pittige column over: <https://lnkd.in/g/vJSuMq6>

Kortgeleden is de super daarmee gestopt. Coöperatie EkoHolland moest voor haar melkveehouders een nieuwe bestemming zoeken voor zo'n 5 miljoen kilo biologische melk en heeft deze gevonden ... in Australië (!).

Wakker Dier preees destijds Plus en was ook enthousiast toen Jumbo Supermarkten hun Beter Leven zuivel introduceerde.

Vorige week viel het me op dat het pak huismelk vol melk bij Jumbo lichter blauw geworden is. Ik vroeg de supermarktmanager naar de reden. "Dat komt omdat de Beter Leven zuivel uit ons assortiment wordt gehaald" was zijn antwoord.

Afgelopen maandag stond er ineens een nieuwe, neutrale verpakking volle melk naast het vertrouwde Jumbo huismelk. Ik zocht naar verschillen, maar vond ze niet.

Dezelfde voedingswaarde, allebei met het keurmerk onthewaytoplantproof, etc. Het niet-huismelk kost €0,90 per liter, het Jumbo huismelk €1,29. Jost mag weten waar de goedkopere variant, die in het koelschap nu de plek van de melk met het Beter Leven keurmerk inneemt, vandaan komt en wat de prijs is die aan de melkveehouders wordt gegund.

Dat roept bij mij de volgende vraag op: Welke investeringen in ingrijpende transities op onze boerderijen zijn bedrijfseconomisch verantwoord als garanties voor langjarige afname uitblijven?

#oponsbord #onsetheefteenprijs #duurzamesamenwerking #samensterk #Plus #Jumbo #melkvee #onthewaytoplantproof

Jumbo

Jumbo Volle Melk 1L Bezoeken >

€ 1,39* · Niet op voorraad · Merk: Jumbo
Kies Beter Leven, Met trots draagt deze zuivel van Jumbo het Beter Leven keurmerk 1 ster. Dit keurmerk is een initiatief van de dierenbescherming, ...

Marius Monen en 419 anderen 67 commentaren · 27 reposts



Malina Verwiele · 1e
Cabaret regisseur & Speakercoach | Auteur Koninklijke Boom Oudities ...
2 d · 6

Deze post is een ode aan Bas. Bas Westerveel. Eerst was hij deelnemer van mijn School for Humor & Authenticity, toen gastheer/presenterator van het jaarlijkse Speech Diner en toen vriend, mede-idoot en zielsmaatje.

Bas paste er naadloos in.

Maar wellicht paste Bas overal naadloos in. Want hij was van het 'nu'. Als hij iets goed kon was het omgaan met het moment, het-hier-en-nu en het 'echt' zijn daarin. En het 'nu' is overal.

Samen hebben we een voorstelling gemaakt over zijn leven: over zijn opa die een verzetsheld was, over zijn bijna-dood ervaring, over zijn liefde voor radio en over een ode aan de chaos etc. Ook heeft hij een prachtige speech geschreven over 'ingevingen'. Alles wat hij schreef was prachtig.

Persoonlijk kon ik ook heel goed met hem sparren over ondernemen, nieuwe plannen en gevulde koeken. Weelden regelmatig.

Niet alles liep op rolletjes in zijn leven en al helemaal niet chronologisch. Chaos was wel een beetje zijn ding.

Hij zei aan de telefoon een keer iets dat me altijd is bijgebleven: 'ik heb er nou eenmaal voor gekozen om nalief door het leven te gaan'.

Hij accepteerde alles wat daar uit voort kwam. De mooie dingen, maar ook de onhandige dingen. De slotzool.

Ik was net zo blij, dat ik een ikemiddig iemand had gevonden. Iemand die wijs was geworden door 'het leven' en tegelijkertijd een idioot was gebleven.

Mensen, van het kaliber van Bas, die zijn er niet. Ongrijpbaar, liefdevol en los van alles en iedereen. Ik ben intens verdrietig.

Lieve Bas, met al je kronkels, je was geliefd. Namens mij, maar ook iedereen van de school.

(Bijgaand een stukje van een melige app-wisseling. Als ik aan Bas had gevraagd: 'Kan ik die plaatsen, Bas?', had je gezegd: 'Tuurlijk, moet je doen!')

Liefs Malina.

16:32 Bas Westerveel

Hoe gaat ie, Basse?? Morgen eens bellen? 09:08

leuk...doet! 09:13

Oke, ik belu rond een uur of ochtend. 09:08

kan het misschien ook vlak tussen lunchtijd 09:04

ik zal kijken of het lukt tussen hele maan en halve banaan 09:05

laat maar weten, ik ben er in ieder geval niet klaar voor 09:07

stuur anders eerst even een brief 09:05

ok, ik zorg dat ik ook niet kan, maar schrijf je een postuif 09:05

dat is een fine afspraak, als je maar weet dat ik er niet ben komt alles goed 09:05

Ja fijn. Goede communicatie is belangrijk. 10:00

Ludo Ansems en 618 anderen 35 commentaren · 2 reposts

DE FOCUS VAN VANDAAG

Na deze sessie:

1. Weet je **voor wie** je schrijft
2. Heb je scherp **waarover** je schrijft
3. Heb je **gerichte ideeën** en unieke invalshoeken om op LinkedIn te delen

Dus pak je notitieblok er bij en let's go!

Leidende principes:

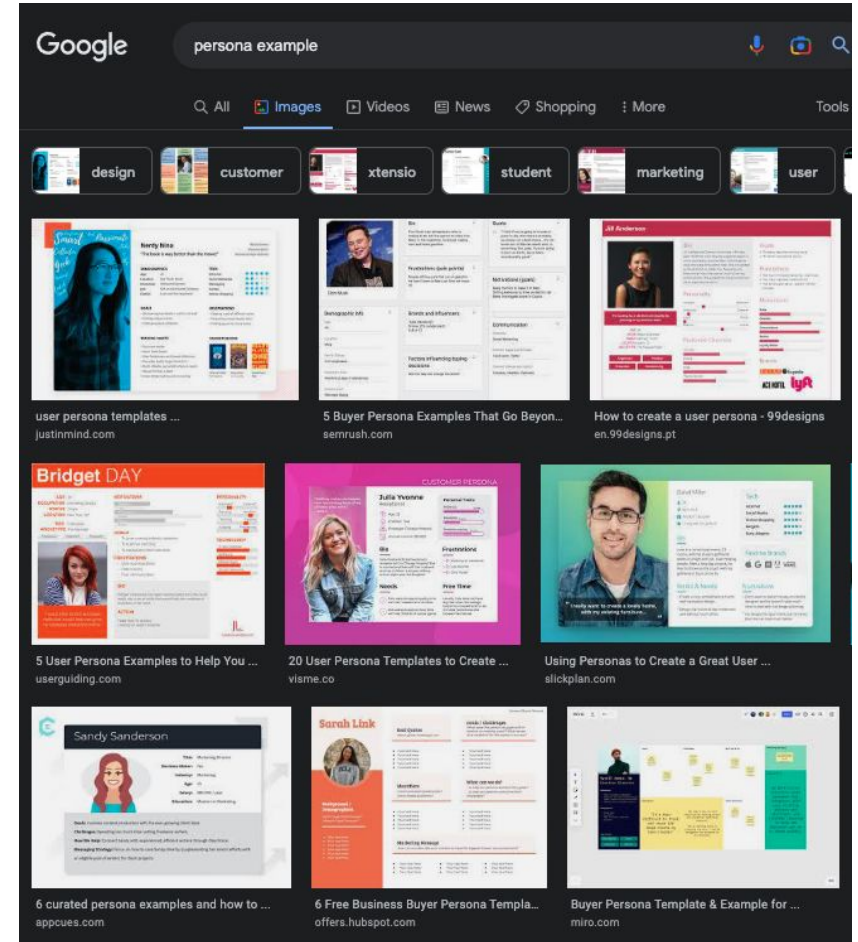
1. Je posts hoeven niet meteen perfect te zijn
2. Jij hoeft het niet precies zo te doen als een ander
3. Jij blijft de regisseur over jouw content, ook als je AI gebruikt



Een gezicht geven aan je doelgroep

Persona's

- Semi-fictionele representaties van je ideale klanten
- Naam, rol, demografie en uitdagingen
- Check evt. pagina 110 van 'Word eens volwassen!'
- [Link naar 1 page template](#)





Achtergrond/ demografisch

*Werk, carrièrepad, branche, familie,
leeftijd, geslacht, inkomen, plaats*

- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst

Citaten

Over doelen, uitdagingen, problemen

- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst

Doelen / Uitdagingen

Waar worstelt deze persoon mee bij het halen van hun doelen? Wat staat in de weg van hun succes?

- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst

Kernwoorden

Gedrag, communicatie voorkeuren

- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst

Wat kunnen we voor ze betekenen?

Om de persona te helpen de doelen te behalen en uitdagingen weg te nemen?

- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst
- Tekst

Elevator Pitch

Hoe zou je de oplossing omschrijven die jullie bieden om de pijnpunten van de persona weg te nemen?

- Tekst



Marianne 'Movementmaker'

De bewuste marketeer / ondernemer die voelt dat het oude marketingdenken niet meer klopt.

- Ondernemer, marketeer of creatief strateeg
- Werkt zelfstandig of in een klein team
- 30 - 58 jaar
- €50k - €500k omzet
- Houdt van boeken en podcasts over ondernemen en persoonlijke groei

Citaten

Over doelen, uitdagingen, problemen

- **"Hoe trek ik klanten aan die bij me passen?"**
- **"Hoe blijft marketing menselijk in een AI-wereld?"**
- **"Ik wil bouwen aan iets groters dan mezelf."**
- **"Hoe haal ik meer betekenis uit mijn werk?"**

Kernwoorden

Gedrag, communicatie voorkeuren

- Bewust
- Creatief
- Eerlijk en open
- Groei mindset
- Multipotentialist

Uitdagingen

Waar worstelt deze persoon mee bij het halen van hun doelen? Wat staat in de weg van hun succes?

- **Veeleisende klanten met weinig budget**
- **Mist gelijkgestemden om zich heen**
- **Wordt gezien als leverancier / uitvoerder**
- **Vindt verkopen lastig**
- **Worstelt met zingeving in het werk**

Wat kunnen we voor ze betekenen?

Om de persona te helpen de doelen te behalen en uitdagingen weg te nemen

- Community van gelijkgestemden
- Inspiratie en netwerk bouwen via meetups en events
- Online programma's en trainingen
- Mentoring & Coaching

Elevator Pitch

Hoe zou je de oplossing omschrijven die jullie bieden om de pijnpunten van de persona weg te nemen?

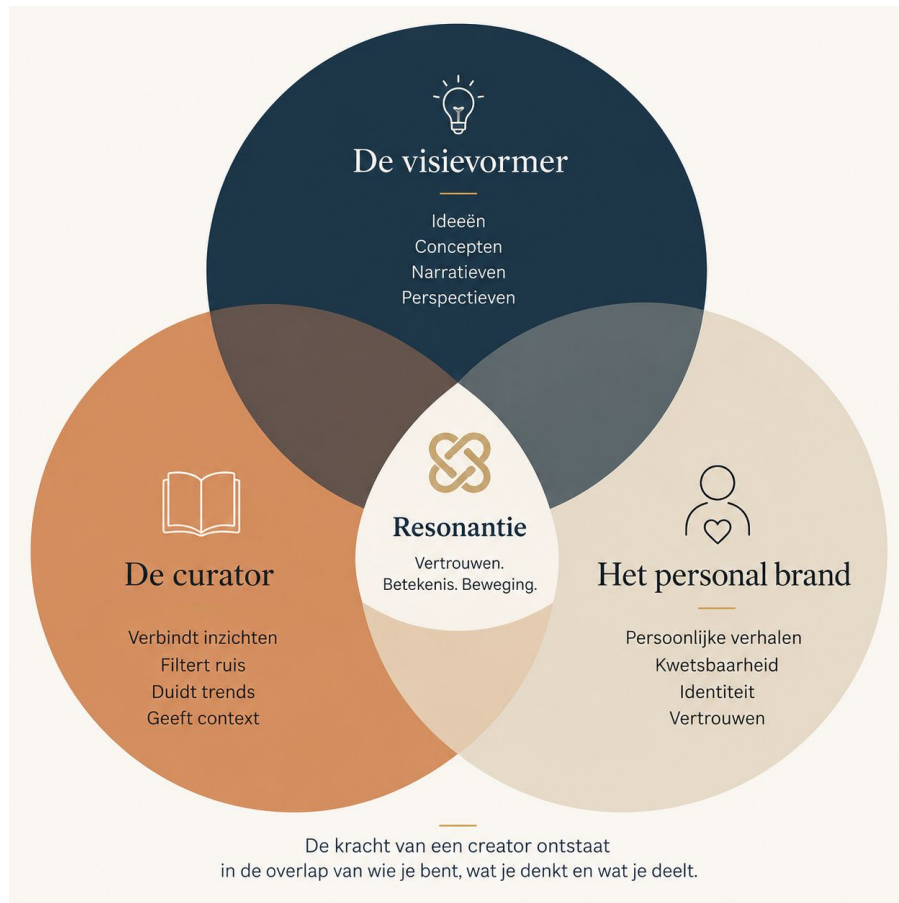
"Stichting #teamdavid brengt marketeers, ondernemers en changemakers samen die voelen dat marketing menselijker, eerlijker en betekenisvoller moet worden.

Via het event Marketeers van de Toekomst, community's en co-creatie bouwen we aan een nieuw speelveld waarin marketing niet draait om manipulatie of aandacht kapen, maar om vertrouwen, verbinding en positieve verandering."

A man with a beard and short hair is shown in profile, wearing large black headphones. He is holding a smartphone in his hands and looking at the screen. The background is dark and appears to be a studio or office environment with some equipment visible. The text "De LinkedIn Archetypes" is overlaid in white on the image.

De LinkedIn Archetypes

De 3 LinkedIn 'archetypes'



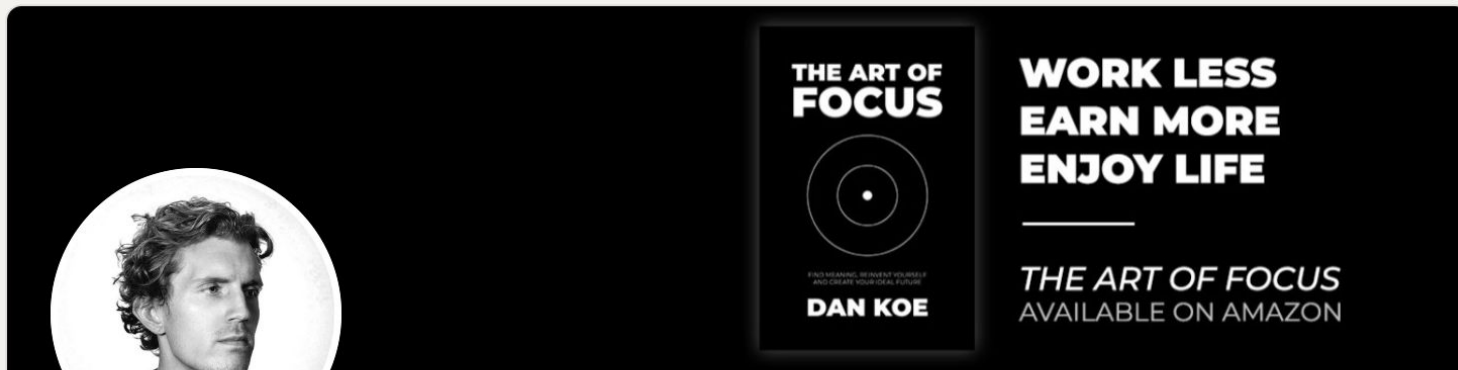
'De visievormer'

- Wat is mijn unieke kijk op de wereld – wat moet er veranderen?
- Wat zijn 3 – 5 sterke meningen / posities die ik in neem?
- Hoe kan ik mijn volgers met behulp van korte verhalen op weg helpen in deze verandering?

Past bij: Visionairs, Leaders, Auteurs – Mensen die ideeën willen verspreiden



'De visievormer'



Dan Koe  · 2de

Building Kortex, a second brain for writers and creators.

Scottsdale, Arizona, Verenigde Staten · [Contactgegevens](#)

164.165 volgers · 252 connecties




Jessie van Breugel  is een gemeenschappelijke connectie



Kortex

<https://www.linkedin.com/in/thedankoe/>


'De visievormer'

 **Dan Koe** · Aan het volgen
Building Kortex, a second brain for writers and creators.
[Mijn website bezoeken](#)
2 w · 🌐



It's okay.

Nobody knows what they're doing. ...meer


Vertaling weergeven

 **DAN KOE**
@thedankoe

Most people quit because they don't realize that 2-3 months of feeling like you have no idea what you're doing is a feature not a bug.


  1.172

161 commentaren · 38 reposts

 **Dan Koe** · Aan het volgen
Building Kortex, a second brain for writers and creators.
[Mijn website bezoeken](#)
1 w · 🌐

Spill your mind onto the internet for a year and see where it takes you.



Vertaling weergeven

 **DAN KOE**
@thedankoe

You don't need an insane sales funnel.

You need to build a world. A small-scale Marvel with movies (long form), shows (short form), and action figures (products) for people to binge and explore.

Posting for 2 weeks then giving up doesn't give people a chance to trust you.

  338

58 commentaren · 8 reposts



'Het personal brand'

- Welke problemen en uitdagingen heeft mijn persona?
- Wat zijn 3 - 5 categorieën waar die problemen en uitdagingen in vallen?
- Hoe kan ik mijn volgers met behulp van korte verhalen verleiden om met mij te werken?

Past bij: Founders, Sprekers, Trainers, Coaches, Marketeers - mensen die diensten willen verkopen.



'Het personal brand'



Het personal brand

Persoonlijke verhalen
Kwetsbaarheid
Identiteit
Vertrouwen

PERSONAL BRANDING VOOR ONDERNEMERS
DIE IMPACT WILLEN MAKEN.
TRAINING & MENTORSHIP

'HOLY SHIT. SHE DID.'
THE BOOK CLUB!
WORD JIJ MEMBER?



BOEK GRATIS 30 MIN CALL!



GEZIEN IN: ONDERNEMER VOLVO SALESBAZEN baaz QUALITY BOOKINGS Q&A

Lotte de Man · 2de

Ik bouw personal brands voor ondernemers met een missie 🦊 |
Genomineerd voor Rotterdamse zakenvrouw 2025 | Founder Holy
Shit. She Did. The Book Club ⚡ | Keynote Spreker

Randstad · [Contactgegevens](#)

[Boek een gratis 30-min call!](#)

36.265 volgers · 500+ connecties



Leticia de Hart, Roel Willemse en 908 andere gemeenschappelijke connecties

<https://www.linkedin.com/in/lotte-de-man-personal-branding/>



Holy Shit. She Did.



Hogeschool Rotterdam



'Het personal brand'

 **Lotte de Man** · Aan het volgen
Ik bouw personal brands voor ondernemers met een missie 🌟 | ...
2 w · 🌐

Vrijdagavond, 20:45: een mail in mijn inbox. 📧
Zondagochtend, 7:30: een vervolgmil: "Kan ik hier nog een bevestiging van ontvangen?" ...meer



 Elmke Hendrix en 551 anderen 118 commentaren · 2 reposts

 **Lotte de Man** (Zij-Haar) · Following
Personal branding expert 🌟 | LinkedIn Trainer | Spreker 🗣️ ...
2mo · 🌐

"Wat ben je chagrijnig, ben je ongesteld?"
Ik ben niet chagrijnig, ik heb pijn. 😞

Ik sta buikkrampen weg te puffen terwijl ik lief naar jou moet lachen.

Ik zie wazig van de hoofdpijn terwijl ik een intensieve training sta te geven.

Ik vang steken in m'n onderrug op als ik zeg dat ik heel even m'n benen wil strekken.

Ik verbloem ongemakkelijke ongelukjes 5 minuten voor een belangrijke presentatie.

Maar sorry, ik vind het enorm vervelend dat jij last hebt van mijn chagrijn.

Ik zal beter m'n best doen. 🙏

Ik heb nog nooit een dag vrij genomen door mijn menstruatie. Want sure, we delen er gewoon mee. Maar soms wat meer besef of empathie, dat het echt rotte dagen kunnen zijn, dat zou heerlijk zijn.

[See translation](#)



 Anne Claes and 1,698 others 140 comments · 17 reposts



'De Curator'

- Wat is het platform dat mij geloofwaardigheid geeft?
- Wat zijn de 3-5 kernthema's waar ik veel interesse in heb?
- Wat zijn de belangrijkste gesprekken die ik onder mijn volgers aan wil wakkeren?

Past bij: Journalisten, Onderzoekers, Academici – Mensen die gesprekken over maatschappelijk relevant thema's aan willen wakkeren.



De curator

Verbindt inzichten
Filtert ruis
Duidt trends
Geeft context

'De Curator'



Wouter van Noort  · 2de

Chef Opinie @ NRC. Minder meningen, meer ideeën. Over het Nederland dat we willen. Graag naar opinie@nrc.nl

 Top Voice

Randstad · [Contactgegevens](#)

134.098 volgers



Cor de Graag - Company Optimizer , Laura Melenhorst en 350 andere gemeenschappelijke connecties



NRC Media



Delft University of
Technology



De curator

Verbindt inzichten

Filtert ruis

Duidt trends

Geeft context

<https://www.linkedin.com/in/woutervannoort/>

'De Curator'

Wouter van Noort · Aan het volgen
Chef Opinie @ NRC. Minder meningen, meer ideeën. Over het N...
[Mijn nieuwsbrief weergeven](#)
2 d · Bewerkt ·

"AI will make Everyone more efficient!"

<https://lnkd.in/eRywBu82>

3.143

80 commentaren · 53 reposts

Wouter van Noort · Aan het volgen
Chef Opinie @ NRC. Minder meningen, meer ideeën. Over het N...
[Mijn nieuwsbrief weergeven](#)
1 w · Bewerkt ·

Cambridge University maaide eeuwenlang dit gazon strak. Tot 2023. Het effect verblufte ecologen en zette een grote beweging in die nu elk jaar verder groeit: No Mow May, in Nederland ook wel Maai mei niet. ...meer

Vertaling weergeven

19:43 19:43

cam.ac.uk cam.ac.uk

Image credit: Getty Images/istock.com Image credit: Getty Images/istock.com

Jesse Geul en 1.790 anderen

73 commentaren · 41 reposts



De curator

Verbindt inzichten
Filtert ruis
Duidt trends
Geeft context

Welke mix past er het beste bij jou?



De content ideeën matrix

De content ideeën matrix (oud)

Invalshoeken >	Actie nemen	Motiveren	Observeren	Nu vs. toekomst	Lijstje
Omschrijving 🖱️	<i>Hoe kan iemand iets stap voor stap doen?</i>	<i>Inspireer om actie te nemen door het vertellen van een verhaal.</i>	<i>Wat heb jij geobserveerd waar je het over kunt hebben?</i>	<i>Hoe de dingen nu werken vs. hoe jij denkt dat ze in de toekomst werken.</i>	<i>Een lijstje van top boeken, mensen, podcasts, etc.</i>
Topic 🖱️					
Marketing	Je eerste marketeer aannemen in 7 stappen				10 manieren om een marketeer op stang te jagen
Ondernemen		Twee fietsmakers in 1 straat	Werken voor een corporate vs. ondernemen		
Mindset			Passief inkomen bestaat niet		
Strategie	Wat niet werkt vs wat wel werkt met boeken lezen				

6 posts, 341.400+ views

De content ideeën matrix (nieuw)

Invalshoeken >	Actie nemen	Motiveren	Observeren	Nu vs. toekomst	Lijstje
Omschrijving 🖱️	<i>Hoe kan iemand iets stap voor stap doen?</i>	<i>Inspireer om actie te nemen door het vertellen van een verhaal.</i>	<i>Wat heb jij geobserveerd waar je het over kunt hebben?</i>	<i>Hoe de dingen nu werken vs. hoe jij denkt dat ze in de toekomst werken.</i>	<i>Een lijstje van top boeken, mensen, podcasts, etc.</i>
Topic 🖱️					
Marketingtransitie	Hoe beweeg je van oude naar nieuwe marketing?			De marketeer van de toekomst is een veranderaar	
Bewegingen / Movements		Van hashtag naar stichting			5 voorbeelden van ondernemers die van hun bedrijf een beweging maakten:
Bewust ondernemerschap			Bewust ondernemen = rete moeilijk		

Ideation vanuit een boek

- “Een boek is een contentpool”
- Quotes en korte verhalen highlighten die gaan over jouw kerntopic(s)
- Is het je eigen boek? -> afgekaderde onderwerpen omzetten en formatteren tot LinkedIn posts
- Is het een externe bron? Dan kun je quotes (met verwijzing) gebruiken om je eigen standpunt er op los te laten.

Tip: upload je boek in Notebook LM, ChatGPT of een andere AI tool en laat de AI de quotes en korte verhalen eruit halen.

Idee generatie met ChatGPT

1. Pak je persona erbij
2. Selecteer 1 van de citaten, doelen of uitdagingen
3. Voer een prompt in als:
 - Geef 10 ideeën voor prikkelende stellingen waar je een LinkedIn post mee kunt beginnen die gaan over [Het worstelen met zingeving op het werk als zelfstandig marketeer]
4. Herhaal dit evt voor de andere citaten, doelen of uitdagingen

Output:

1. De meeste zelfstandig marketeers hebben geen marketingprobleem.
Ze hebben een betekenisprobleem.
2. Misschien zijn veel marketeers niet opgebrand omdat ze te hard werken...
maar omdat ze te lang werk doen waar ze diep vanbinnen niet meer in geloven.
3. Er ontstaat een existentiële crisis in marketing.
Steeds meer marketeers vragen zich af: draag ik eigenlijk nog iets waardevols bij?
4. Veel zelfstandig marketeers zijn ooit ondernemer geworden voor vrijheid.
En eindigen als contentfabriek voor bedrijven waar ze geen verbinding mee voelen.
5. **Misschien is de grootste bedreiging voor marketeers niet AI...
maar dat steeds meer marketeers hun werk betekenisloos beginnen te vinden.**
6. Hoe langer je als marketeer werk doet dat niet bij je past, hoe moeilijker het wordt om nog oprecht zichtbaar te zijn.
7. Veel marketeers voelen zich moe.
Niet omdat ze te weinig succes hebben — maar omdat hun werk te weinig betekenis geeft.
8. De zelfstandig marketeer van de toekomst verkoopt geen aandacht meer.
Maar helpt betekenis creëren.
9. **Misschien voelen zoveel marketeers zich verloren omdat ze jarenlang geleerd hebben hoe ze moeten overtuigen...
maar nooit hebben geleerd waar ze zelf écht voor staan.**
10. **Er komt een moment waarop je als marketeer moet kiezen:
blijf ik optimaliseren voor clicks... of ga ik werken aan iets waar ik trots op ben?**

Bouw een custom GPT rondom je boek

Mijn GPT's

+ Maken

GPT's

Ontdek of maak aangepaste versies van ChatGPT waarin instructies, extra kennis en allerlei vaardigheden gecombineerd worden.

Q GPT's zoeken

Topkeuzes [Educatie](#) [Productiviteit](#) [Onderzoek en analyse](#) [Schrijven](#) [Programmeren](#) [Lifestyle](#) →

Uitgelicht

Onze topselecties van deze week



Video AI by invideo

4.0 ★ - AI video maker GPT (Supercharged with Sora 2) - generate engaging videos with...

Door invideo.io



Expedia

Bring your trip plans to life – get there, stay there, find things to see and do.

Door expedia.com



Canva

Effortlessly design anything: presentations, logos, social media posts and more.

Door community builder

Bouw een custom GPT rondom je boek

← → ↻ chatgpt.com/gpts/editor

<  Nieuwe GPT
• Concept

Maken

Configureren

+

Naam

Geef je GPT een naam

Beschrijving

Voeg een korte beschrijving toe van wat deze GPT doet

Instructies

Wat doet deze GPT? Hoe gedraagt hij zich? Wat moet hij niet doen?

↻

Gesprekken met je GPT kunnen mogelijk alle of een deel van de gegeven instructies bevatten.

Gespreksoeningen

×

Kennis

In de gesprekken met je GPT kunnen mogelijk alle of een deel van de geüploadde bestanden voorkomen.

Bestanden uploaden

Output:

Word eens volwassen GPT ▾

Geef 10 scherpe quotes uit dit boek

Hier zijn 10 scherpe quotes uit het boek *Word eens volwassen!* van Christiaan Sliereendrecht:

1. **"Fix je mindset en de rest komt niet vanzelf, maar het zal je wel een stuk gemakkelijker af gaan."**
– Over het belang van een digitale groeimindset.
2. **"De definitie van groei is aan het veranderen."**
– Groei is niet langer alleen omzet, maar duurzame impact op mens en omgeving.
3. **"Iedere beslissing die je neemt, is een stukje communicatie."**
– Geleend van Simon Sinek, maar krachtig verweven in het kernidee van het boek.
4. **"De meeste ondernemers proberen een schaker te zijn in een pokerwereld."**
– Over verkeerde aannames in bedrijfsstrategie.
5. **"Marketing is transformatie, niet alleen promotie."**
– Een fundamentele herdefiniëring van marketing in het digitale tijdperk.
6. **"Als je doet wat je altijd deed, krijg je allang niet meer wat je altijd kreeg."**
– Een scherpe variant op een bekende uitspraak, met een moderne draai.
7. **"Het geheim achter digitale groei ligt in het boeken van één klein succes."**
– Een pleidooi voor pragmatische, iteratieve groei.
8. **"De mindset van Scheer & Foppen was gericht op zenden en die van Coolblue was gericht op helpen."**
– Over het verschil tussen falen en bloeien in klantgerichtheid.
9. **"Inbound marketing begint waar de klant zijn zoektocht begint."**
– Positioneert moderne marketing als service in plaats van verkoop.
10. **"Je kunt pas digitaal volwassen worden als je besluit niet alles zelf te willen ontdekken, maar wel kritisch blijft denken."**
– Over balans tussen leren, toepassen en vertrouwen op bestaande modellen.

A grayscale photograph of a young boy singing into a professional microphone. The boy is shown in profile, facing left, with his mouth wide open as if in the middle of a note. The microphone is a large, silver condenser mic mounted on a black shock mount. A black pop filter is positioned between the boy and the microphone. The background is a plain, light gray. The text "Jouw sweetspot vinden" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

Jouw sweetspot vinden


Jouw sweetspot:

1. Is uniek
2. Is herkenbaar
3. Draagt standpunten uit


Ofwel: onderscheidt jou van de massa.

Voorbeeld 1: Personal branding x Kwetsbaarheid

GEZIEN IN: **ONDERNEMER** **SALESBAZEN** **baaz** **QUALITY BOOKINGS** **mq**



PERSONAL BRANDING & LINKEDIN EXPERT.
BOEK GRATIS 30-MIN CALL!




Lotte de Man (Zij/Haar) · 2nd
Personal branding expert | LinkedIn Trainer | Spreker | 1-op-1 Consultant | Startend Ondernemer

Talks about #contentcreatie, #onlinemarketing, #personalbranding, #linkedinmarketing, and #youngprofessional

The Randstad, Netherlands · [Contact info](#)

[Boek een gratis 30-min call!](#)

27,394 followers · 500+ connections



[Message](#) [Following](#) [More](#)

Lotte de Man (Zij/Haar) · Following
Personal branding expert | LinkedIn Trainer | Spreker

"Wat ben je chagrijnig, ben je ongesteld?"
Ik ben niet chagrijnig, ik heb pijn. 🤔

Ik sta buikkrampen weg te puffen terwijl ik lief naar jou moet lachen.

Ik zie wazig van de hoofdpijn terwijl ik een intensieve training sta te geven.

Ik vang steken in m'n onderrug op als ik zeg dat ik heel even m'n benen wil strekken.

Ik verbloem ongemakkelijke ongelukjes 5 minuten voor een belangrijke presentatie.

Maar sorry, ik vind het enorm vervelend dat jij last hebt van mijn chagrijn.

Ik zal beter m'n best doen. 🙏

Ik heb nog nooit een dag vrij genomen door mijn menstruatie. Want sure, we dealen er gewoon mee. Maar soms wat meer besef of empathie, dat het echt rotte dagen kunnen zijn, dat zou heerlijk zijn.


[See translation](#)



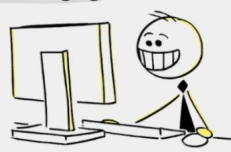
[Anne Claes](#) and 1,698 others · 140 comments · 17 reposts

Voorbeeld 2: Marketing x Psychologie

Marketeer, spreker & trainer
Gespecialiseerd in gedragspsychologie & conversieverhoging



christ@christcoolen.nl



Christ Coolen · 1st
↳ Marketing(Psychologie) | 25 jan: training Conversiegericht Schrijven

Talks about #marketing, #copywriting, #psychologie, and #conversieoptimalisatie

's-Hertogenbosch, North Brabant, Netherlands · [Contact info](#)

www.christcoolen.nl

42,880 followers · 500+ connections

Jules Sohier, Adriaan Dekker, and 474 other mutual connections

[Message](#) [More](#)

Christ Coolen · 1st
↳ Marketing(Psychologie) | 25 jan: training Conversiegeric...
1w · 🌐

1. **Marketing is zoals golf.** Je kunt het zo complex maken als je wilt. Maar dat hoeft niet. Gewoon de bal slaan kan ook. Het complexer ...see more

[See translation](#)

11 korte marketingadviezen
(waar je écht wat aan hebt)



Jules Sohier and 996 others · 141 comments · 28 reposts

Voorbeeld 3: Psychologie x Filosofie



Wie psychologisch slim wordt, neemt
betere beslissingen op de werkvloer

Speciaal
voor HR
en leiding-
gevenden!



Danny Mullenders · 1st

ontwikkel en organisatie psycholoog - auteur 📖 'daarom doen ze dat' en 'laat je niet kiezen' - assessment en coaching - luisteraar en spreker

Talks about #filosofie, #psychologie, #daaromdoenzedat, #laatjenietkiezen, and #linkedinbydannymullenders

Maastricht, Limburg, Netherlands · [Contact info](#)

www.dannymullenders.nl

24,765 followers · 500+ connections



Jasper Griepsma, Roel Timmermans, and 323 other mutual connections

Message

More

AC&T Consulting

06-12814598



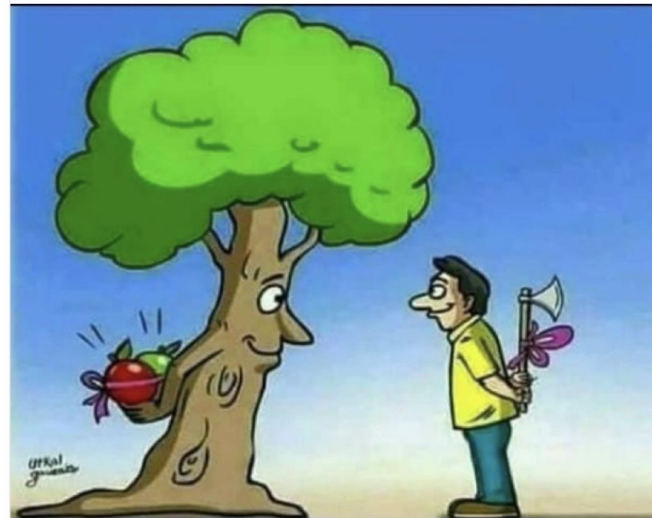
Danny Mullenders · 1st

ontwikkel en organisatie psycholoog - auteur 📖 'daarom do...
3w · Edited ·

Het immense verschil tussen tussen intentie en gedrag

Fascinerend: wij beoordelen onszelf op onze intenties, terwijl ...see more

[See translation](#)



You and 746 others

35 comments · 41 reposts

Vragen om jezelf te stellen:

1. Wat is je kernboodschap? – *Marketing is een vehikel voor positieve verandering*
2. Hoe wil je worden waargenomen? – *Als inhoudelijke gedachtengoed leider*
3. Welke stijl past bij jou? – *Visionaire stellingname & storytelling*
4. Wat is jouw thema? – *Marketing x Ondernemen*
5. Wat is jouw missie? – *Ondernemers helpen bouwen vanuit wie ze écht zijn, zodat hun bedrijf uitgroeit tot een beweging die groter is dan henzelf.*

**Schrijf een post
waarin je
storytelling
combineert met
inzicht**



Schrijf een post waarin je storytelling combineert met inzicht

📌 Template: Case Study Post voor LinkedIn

Onderdeel	Beschrijving
1. Trigger / Haak	Start met een prikkelende, herkenbare of verrassende zin. <i>Voorbeeld: "Wil je iets leren over [vakgebied]? Ga naar [organisatie/plek]."</i>
2. Korte context	Schets kort waarom je daar was of wat het kader is. <i>Bijv.: "Afgelopen week waren we in de Efteling en maakten we 4 momenten mee die me raakten."</i>
3. Observaties	Deel 3–5 concrete, visuele of emotionele ervaringen. Gebruik dialoog of actie. <i>Bijv.: "Een elfje liep hand in hand met onze dochter."</i>
4. Reflectie	Wat zie jij als professional? Geef een analyse of inzicht. <i>Bijv.: "Dit is klantbeleving als systeem, niet toeval."</i>
5. Impact	Benoem het effect op de klant of doelgroep. <i>Bijv.: "Een gelukkig kind is een gelukkige ouder."</i>
6. Afsluiter	Rond af met een compliment, gedachte of vraag aan je netwerk. <i>Bijv.: "Well done, Efteling. Wat is jouw meest magische klantervaring?"</i>

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:share:7085250893633187840/>

Conclusie & To do's

Take-aways

- Geef een gezicht aan je doelgroep - Schrijf voor je focus persona(s)
- Onderzoek jouw Creator Archetype(s)
- Genereer content ideeën met behulp van de content matrix
- Gebruik boeken voor content ideeën
- Gebruik AI als ideeën-assistent, gebaseerd op je persona
- Test wat bij je past

Aan de slag!

- ❑ Stel je belangrijkste persona op (gebruik evt het [1 page template](#))
- ❑ Bepaal welk creator archetype of welke mix van archetypes bij je past
- ❑ Bepaal jouw focus topics en stel een content matrix op
- ❑ Schrijf op: 1) Wat is je kernboodschap? 2) Hoe wil je worden waargenomen? 3) Welke stijl past bij jou? 4) Wat is jouw (combinatie)thema? 5) Wat is jouw missie? (zie slide 40)
- ❑ Schrijf een post waarin je storytelling combineert met inzicht (zie format op slide 42)
- ❑ Bundel alles wat je creëert tot bronbestand en voed het evt aan AI

Hervat de 90 dagen challenge. Voer evt je post frequentie op. Zoek elkaar op in de appgroep.

Volgende sessie zoomen we op vinden van jouw eigen stem met behulp van bewezen formats en structuren.



Vragenronde

A dimly lit bar interior with a wooden structure and shelves of bottles. The word 'Bijlagen' is overlaid in white text. The background shows a wooden wall with a decorative pattern and shelves holding various bottles, including one labeled 'BARNOFF INFUSIONS'.

Bijlagen

Tools

Authored



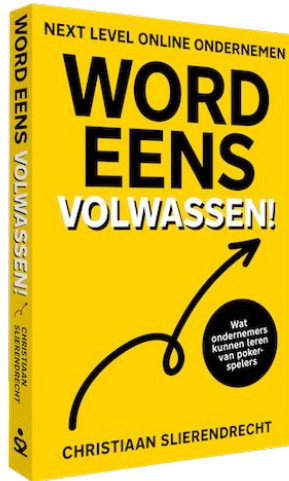
- Concepting & formatting
- Posts inplannen
- Statistieken analyseren

- Creatieve sparringspartner
- Ideeën en metaforen genereren
- Teksten inkorten
- Spellingscheck

- Omslagfoto maken
- Slideshows maken
- Visuals maken

Linkjes

- Lezen: www.wordeensvolwassen.nl
- Verbinden: <https://www.linkedin.com/in/christiaansliereendrecht/>



Bedankt voor jullie aandacht!

Volgende sessie: 29-05-2026 om 10.00 uur:

“Jouw eigen stem vinden met behulp van bewezen formats en structuren.”

Bedankt voor jullie aandacht!