

MY BRAND

Werkboek - Module 7
Merkverhaal



COACHING & IMPLEMENTATIE

Merkverhaal

Op basis van de vorige modules heb je voldoende ingrediënten om je eigen merkverhaal op te stellen. Ter inspiratie deel ik hier mijn merkverhaal.

Mijn merkverhaal

Sommige kinderen weten al van jongs af aan wat ze willen worden. Pilot, juf, brandweerman etc.

Ik was niet zo, nee wanneer iemand mij vroeg “wat wil je later worden?” dan keek ik de persoon in kwestie alleen maar vriendelijk aan. Ik dacht dan “laat ik mijn school eerst maar goed afmaken dan zien we wel verder”.

Waarom ik dat dacht: school was voor mij niet eenvoudig. Ik was niet zo'n kind die met weinig leren hoge cijfers haalde. Nee ik moest er echt heel veel voor doen. Maar ik heb daardoor wel geleerd dat je met doorzetting en hard werken bereikt wat je wil bereiken. Bij tegenslag ga ik toch enthousiast weer door.

Naast mijn werk heb ik altijd doorgeleerd, want ik wilde blijven groeien.

22 jaar heb ik verschillende ondersteunende functies bekleed. Deed mijn werk altijd met heel veel plezier en de bedrijven waarvoor ik werkte waren ook tevreden. Ik groeide in mijn functie en dan werd het tijd om verder te gaan, want groeien en verder ontwikkelen vind ik persoonlijk heel belangrijk.



Alleen in loondienst in een ondersteunende functie sta je ook vaak in de schaduw van de leidinggevende. Dus toen ik in de zomer van 2013 een concept te lezen kreeg van de academie voor virtuele professionals en over het opzetten van een eigen bedrijf als virtueel assistent schreef ik mij hiervoor in. Ik was de eerste student.

Dit was zo'n super concept en ik zag het helemaal voor mij. Eindelijk wist dit meisje vol trots antwoord te geven op de vraag "wat wil je later worden?" VA (virtueel assistent). Een Virtueel Assistent ondersteunt, assisteert en ontlast ondernemers, zodat zij zich kunnen focussen op hun specialiteit en daardoor hun bedrijf kunnen laten groeien. Een assistent die virtueel - dus op afstand - de uitvoering van alledaagse taken met liefde voor het vak op zich neemt.

In oktober 2013 startte de opleiding en ik begon toen ook direct vol enthousiasme met mijn eerste klant (en daar werk ik nog steeds samen mee). Dat deed ik toen nog wel naast loondienst, want nooit oude schoenen weggooien voordat je nieuwe hebt.

In augustus 2014 ben ik bewust met mijn baan in loondienst gestopt, omdat ik niet de ruimte had om nieuwe klanten aan te nemen. Sinds juni 2015 werk ik met een aantal mooie succesvolle ondernemers samen en volg ik diverse leerzame trainingen en cursussen. Mijn klanten zijn tevreden en ik groei samen met hun naar nieuwe niveaus. Hun successen zijn ook mijn successen en dat is het mooiste dat er is.



Maar ik wil meer! Ik wil mijn klanten nog meer kunnen bieden. Nog meer bedrijfstaken uit handen nemen, maar wat nog belangrijker is mijn klanten van advies kunnen dienen (coachen) waardoor zij nog meer kunnen groeien en nieuwe klanten kunnen aannemen en zelfs nieuwe markten kunnen aanspreken.

Door met een team professionals te gaan samenwerken kan ik mijn klanten meer continuïteit garanderen. Als Business Assistant heb je brede kennis en ben je daardoor de perfecte adviseur en sparringpartner.

Daar waar een business coach stopt gaat Online Business Growth verder. Ik garandeer een gepassioneerde samenwerking op maat en wordt de klant met nog meer professionaliteit en aandacht ondersteunt.

Samen bereik je meer dan alleen.



Opdracht 1: Schrijf jouw merkverhaal

Schrijf jouw merkverhaal en neem daarna jouw merkverhaal op.

Voor het schrijven van jouw merkverhaal check je of deze voldoet aan de kenmerken van een goed verhaal (zie bijlage).



Opdracht 2: Vraag om feedback

Deel jouw over-mij filmpje in de Facebookgroep en vraag om feedback.

Stel hierbij de volgende vragen:

- Is mijn verhaal duidelijk?
- Zit er een lijn in mijn verhaal?
- Is mijn boodschap duidelijk?
- Roept mijn verhaal op tot actie?

Pas desgewenst je merkverhaal aan.



Bijlage: Kenmerken goed merkverhaal

Check jouw merkverhaal aan de hand van onderstaande vragen. Houd er rekening mee dat niet alle vragen en opmerkingen op jou van toepassing hoeven te zijn.

- **De hoofdpersoon, dat ben jij!**

Iemand met wie de lezer zich kan identificeren.

- **Je verhaal is afgestemd op jouw doelgroep**

Op wie richt je je? En sluit je verhaal daar op aan? Gebruik je de taal die jouw lezer spreekt en begrijpt? Gebruik geen jargon! Verklein de afstand en kruip zo dicht mogelijk op de huid van de lezer.

- **Je verhaal bevat één heldere boodschap**

Wat is de kernboodschap die je wilt overbrengen?

Wat is de betekenis van je verhaal?

Waarom 'moet' de doelgroep jouw verhaal lezen / horen?

Bevat je verhaal een richting of belofte?

- **Je verhaal bevat emoties en is herkenbaar**

Bevat je verhaal een ontwikkeling/wending als gevolg van een worsteling, dilemma, etc.?

Een worsteling, conflict, dilemma of onverwachte gebeurtenis is een belangrijk onderdeel in je verhaal. Het maakt het geloofwaardig en herkenbaar. Het maakt dat het verhaal je doelgroep kan raken en bijblijven.



Het inspireert je doelgroep hoe zij zelf met hun worstelingen, dilemma's, etc. kunnen omgaan. Het krijgt betekenis voor hen.

Een conflict, worsteling of dilemma hoeft niet perse 'dramatisch' te zijn. Het kan ook een 'alledaagse' afweging zijn.

Wat is je 'WHY'?

Waarom doe je wat je doet? Denk aan de video van Simon Sinek (module 2)

Roept het verhaal herkenning bij de lezer?

Waar zit de herkenning?

Wat verhoogt de hartslag?

- **Je verhaal heeft een begin, midden en een eind**

Als je wilt dat je informatie wordt onthouden, is het belangrijk dat er een lijn in je verhaal zit. De structuur van begin, midden en einde kan daarin helpen. Niet elk verhaal hoeft een duidelijk begin of einde te hebben, maar een logische opbouw is een 'must'.

- **Je verhaal is authentiek en geloofwaardig**

Is je verhaal geloofwaardig? Om mensen te inspireren, te overtuigen of in beweging te brengen is het belangrijk dat je verhaal geloofwaardig is.

