



EEN BLOG IS DE KERN VAN JE SITE. DAAROP VINDEN DE MEESTE (POTENTIELE) CLIËNTEN JOU. HET IS DAAROM ZAAK ER EEN MOOI EN AANSTEKELIJK VERHAAL VAN TE MAKEN. EN JUUST DAAROP HAKEN VEEL SCHOONHEIDSSPECIALISTEN AF, ZO MERKT BLOGTRAINER EN -COACH KARIN RAMAKER: "TIJDENS MIJN WORKSHOPS HOOR IK DAT DE INSPIRATIE VAAK ONTBREEKT, OF DE TIJD. HET ZIJN EIGENLIJK WEL SMOEZEN, WANT ALS JE HET BLOGGEN GESTRUCTUREERD INPLANT, DAN KUN JE ECHT IETS MOOIS NEERZETTEN."

HET BELANG VAN BLOGGEN (II)

Je blog heeft nieuwswaarde en laat zien wie je bent. Het is je online visitekaartje. Vandaar dat het zaak is er tijd en aandacht aan te besteden. Karin vergelijkt het beginnen met bloggen met het starten met hardlopen: "Daarvoor koop je hardloepschoenen en je plant wanneer je dat gaat doen. Ook hiermee duurt het even voor je resultaat ziet, voordat je conditie is opgebouwd en je je er beter door voelt. Dat heeft tijd en aandacht nodig."

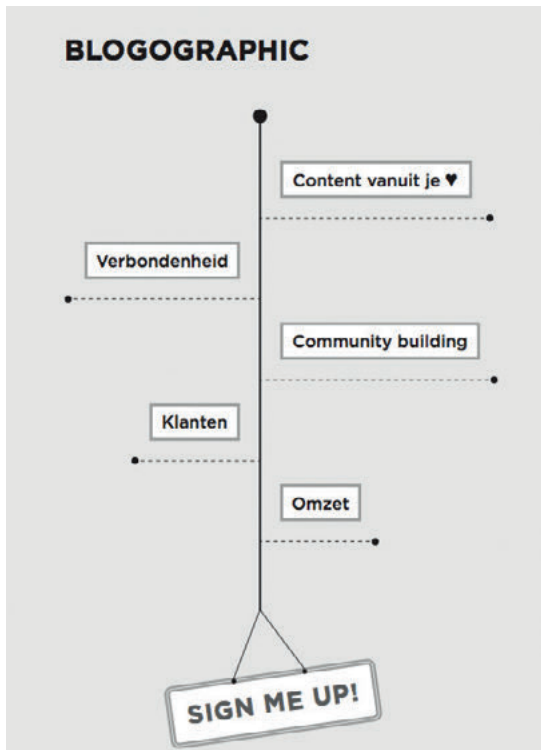
TIJD EN ENERGIE

Karin: "Net als dat voor hardlopen geldt, heeft het schrijven van blogs tijd en aandacht nodig. Je kent de toegevoegde waarde ervan: het maakt je zichtbaarder op het web. Als je ermee gaat starten, dan is het handig hier tijd voor te reserveren in je agenda. Dat doe je ook voor de administratie of voor het netwerken. Dit is net zo belangrijk om tijd aan te spenderen. Zorg dan wel voor een prettige werkomgeving." Karin denkt daarbij aan bijvoorbeeld een lekker kopje koffie

erbij of jezelf belonen als je aan je blog gewerkt hebt. Karin vervolgt: "Je blog hoeft niet in een keer af te zijn. Zelf zet ik eerst wat kernwoorden neer en dan maak ik een concept. Dat laat ik meestal een paar dagen liggen waarna ik er weer naar kijk. Het is niet realistisch te denken dat je blog meteen perfect moet zijn. Voor mij is het vaak een gepuzzel om het doel van mijn verhaal duidelijk voor ogen te houden."

TITEL

Pas in een later stadium hoef je je druk te maken over de titel van je blog. "Het is daarbij heel persoonlijk wat jouw doelgroep aanspreekt. De een vindt een titel geweldig, een ander kan het niets vinden. Streef er wel naar de titel zo pakkend mogelijk te maken, de lezer moet erdoor getriggerd worden. Dat kan onder andere door de kernwoorden waarover het gaat erin te zetten." Zij onderstreept dat de titel wel de lading moet dekken, anders voelt de lezer zich bij de neus genomen en neemt je geloofwaardigheid af. Nadat je de tekst geschre-



Een blogographic is voor Karin een motivatie-grafiek. Bovenin, bij de stip, gebeurt er wat. Je voelt wat, je denkt wat en je schrijft erover. Je levert content vanuit je hart. Daardoor ontstaat verbondenheid met de lezer waaruit een community ontstaat. Mensen kennen je nu, vertrouwen je en vinden jou een autoriteit. Ze vinden jouw blog belangrijk en waardevol. Daardoor worden ze jouw cliënt en kopen ze jouw producten en diensten waardoor jij je omzet kunt vergroten. Sign me up! staat voor Karin voor het moment dat je gaat starten om je blog te verwezenlijken: "Iedere keer dat je moeite hebt met het schrijven, kijk je naar deze grafiek en zie je waarvoor je het doet."

ven hebt, ga je vervolgens op zoek naar zogenaamde SEO's daarin. SEO staat voor search engine optimization, een zoekmachineoptimalisatie. Door jouw kernwoorden in een apart staatje te zetten, word je beter op internet gevonden.

CALL TO ACTION

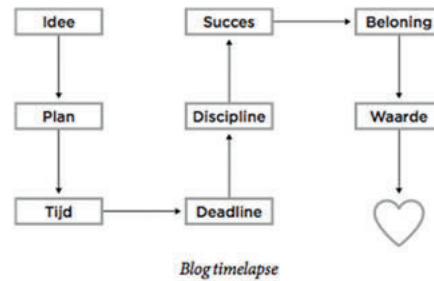
Als je je nieuwe blog aankondigt in je nieuwsbrief, zet er dan een link in die daarna verwijst. Daarmee krijg je meer mensen op je site die zien wat jij te bieden hebt. Karin: "Ook werkt het vaak goed als jouw lezer iets aangeboden krijgt, bijvoorbeeld een korting op een nieuwe behandeling." De blogger hoort vaak dat mensen niet weten waarover ze moeten schrijven: "Je hebt een mooi vak waarin je veel cliënten behandelt. Het helpt om een vreemde te vertellen wat maakt dat jouw beroep zo mooi is en wat voor leuke dingen je meemaakt. Luister dan goed naar jezelf, want in dat gesprek komen allemaal blogonderwerpen voorbij. Het kan ook helpen als die ander doorvraagt en meer over je werk en je ervaringen wil weten." Zet jezelf op een podium, zo adviseert Karin. "Dat is in onze cultuur niet makkelijk. Maar vertel gewoon over je werk, je ervaring en je kennis."

GASTBLOG

Je kunt een collega vragen om voor je te bloggen. Zo kan je naar elkaars website verwijzen, waardoor een gastblog een win-win situatie wordt. Karin vult aan: "Als je ergens een workshop hebt gegeven, dan kun je een cursist vragen om op papier te zetten wat hij geleerd heeft en wat daar zo bijzonder



Karin Ramaker is blogtrainer en (online) blogcoach.



Aan het einde van het tijdspad van je blog vind je een hartje. Dat staat voor de waarde van je blog, zoals meer omzet of groei van het aantal cliënten.

LEZERSAANBIEDING

Wil je ook door Karin Ramaker geïnspireerd raken om te starten met je blog? Of wil je je blog verbeteren? Geef je dan op voor een blogtraining. De eerstvolgende vindt plaats op 8 april a.s. Onder de abonnees van Esthéticienne wordt een training met 25 procent korting verloot. Wil je daarvoor in aanmerking komen, stuur dan je gegevens naar redactie@estheticienne.nl.

aan is. Ook kun je een tevreden cliënt vragen een verhaal te schrijven over het effect van de behandelingen en waarom hij daar zo blij mee is." Een andere vorm is dat je zelf een collega of een cliënt interviewt. Karin: "Dan heb je de inhoud meer zelf in de hand. Je kunt hem eveneens drie of vier vragen voorleggen. Dat levert meestal genoeg tekst op voor een mooie blog." Als je blijft bloggen, wordt het een soort manier van leven, zo is de ervaring van Karin: "Ik ontdek steeds weer onderwerpen waarover ik wil schrijven. Die gaan over momenten, over situaties die ik meemaak. Het wordt steeds leuker om op een andere manier naar mijn werk te kijken. Ook in de kleine momenten zit vaak wat bijzonders, relevants of leuks om een blog over te schrijven. Dat maakt het bloggen zo leuk!"

VOOR MEER INFORMATIE: WWW.MET-K.COM.