

DIT BOEKJE HOORT BIJ

VIDEOMARKETING

HET GROTE BIJ-DE-HAND-BOEK

DOOR ELISABETH GRIFFIOEN

VOORBEELDSRIPTS BIJ

Videomarketing, het grote bij-de-hand-boek

Ontdek 7 scripts voor relaxte video's die je klanten en bekendheid opleveren

Geschreven door Elisabeth Griffioen, De Videovakvrouw

DIT E-BOOK KAN GRATIS WORDEN GEDOWNLOAD NA AANKOOP VAN HET BOEK OM TE GEBRUIKEN ALS AANVULLING.

© 2023 Copyright Elisabeth Griffioen. Alle rechten voorbehouden. Het delen van dit boek of de informatie erin zonder mijn toestemming is verboden.

Beste lezer, goed dat je hier bent! Deze toevoeging aan het grote bij-de-hand-boek is het ontbrekende deel dat je gaat helpen om zelf geweldig effectieve videoscripts te schrijven.

Zo werkt het:

Bij elk script is er een voorbeeld script dat je helpt met het schrijven van jouw video's. Voel je vrij om mijn woorden letterlijk over te nemen, of er helemaal van af te wijken. Het zijn jouw video's, en ik ben hier om jou te helpen om die zo te maken dat ze je toekomstige klanten raken en overtuigen.

De nummers komen overeen met de volgorde in het boek.

- 1) Wil je dat mensen snel contact opnemen? Maak een Contactpagina-video*
- 2) Ga je iets leuks doen en wil je snel iets laten zien? Maak snel een 3-shots-video_*
- 3) Krijg je steeds dezelfde vraag? Maak een FAQ-video**
- 4) Wil je je netwerk uitbreiden? Maak een Geef-
een-handige tip-video**

- 5) Wil je meer betrokken kijkers? Maak een Verloot-een-cadeau-video**
- 6) Heb je een product te koop? Maak een Verkoop-je-product-video***
- 7) Wil je dat mensen je beter leren kennen? Maak een Zero-to-hero-video****

Het aantal sterren geeft aan wat de moeilijkheidsgraad van script en de bijbehorende video is. Sommige video's zijn sneller gemaakt dan andere, vanwege denkwerk, lengte, en doel van de video. Begin je net met video? Start dan met één of twee sterren en stel de andere video's nog even uit. Heb je al meerdere video's en heb je zin om nu een heel krachtige video te maken, ga dan meteen voor de Zero-to-hero-video.

1 * = korte video die weinig denkwerk en geen ingewikkelde shots en montage van je vraagt.

2 ** = Trek een half uurtje uit om een scripts te schrijven, je zal dit gemakkelijk kunnen vertellen, dan duurt het filmen niet lang en als je je aan het script houdt heb je deze video met een paar keer knippen en deleten in elkaar gezet.

3***= de meeste mensen vinden een echte verkoopvideo wat lastiger op te nemen omdat er er voor hun gevoel meer vanaf hangt, daarom deze 3***

4****= Dit script vraagt meer denkwerk, want het kiezen van het goede 'zero-moment' is belangrijk en de rest van het script bouwt daarop voort. Neem er de tijd voor, slaap er een nachtje over en ga dan pas filmen. De extra tijd die je in deze video steekt betaalt zich gegarandeerd terug in bereik en volgers.

1. Voorbeeldscript

Contactpagina-video *

Gebruik dit script voor een video op je contactpagina. Makkelijk te maken en van onschatbare waarde als extra contactmoment. Wetende dat in de weg van eerste ontdekking naar klant worden altijd meerdere contactmomenten nodig zijn, pak je deze met gemak mee.

Maak van het opnemen geen enorm gedoe, film dit op je werkplek maar als dat niet lukt: het kan echt overal (ook buiten). Als je een paar keer hardop geoefend hebt, leg je script dan weg, zet je camera aan en spreek in gedachten tegen iemand voor met wie je graag zou willen werken. Het voorbeeld staat op de volgende bladzij..

Dit is een voorbeeld van hoe een contactpagina-video script eruit zou zien (je vindt de omschrijving van de stappen in het boek):

1. Hoi, heb je kunnen vinden wat je zocht op deze site?
2. Dit is de plek waar je me een vraag kunt stellen, of iets kan laten weten. Vul het formulier in, stel je vraag, vertel wat je kwijt wilt en druk op verzenden.
3. Ik geef je altijd zo snel mogelijk antwoord, maar zeker binnen 48 uur.
4. Kijk alvast naar mijn cursusaanbod, dan weet je alvast iets meer over hoe ik je zou kunnen helpen en neem een kijkje op mijn YouTube kanaal.
5. Tot snel!

2. Voorbeeldscript 3-shots-video *

Stel: je bent trainer en vandaag geef je een training op locatie. Daar kan je mooi een video maken, dan zien je toekomstige klanten je aan het werk, ze hebben voor hun gevoel zelfs even meegelopen. Dat haalt de drempel om je te benaderen meteen helemaal weg. ‘Die kunnen we ook een keer hier uitnodigen’ denken de mensen die je video gezien hebben.

Je hebt voor deze video weinig tijd nodig. Een stukje filmen als je aankomt op de locatie, tijdens de training hoe je alleen maar één of meerdere stukjes te filmen zonder erbij te praten, en als je klaar bent met je training vlak voor je weer naar huis gaat film je het derde deel. En: deze video is ook in een mum van tijd in elkaar gezet met een simpele video editing app op je telefoon.

Waar post je deze video?

Deze video is perfect voor sociale media, denk aan LinkedIn en Instagram (houdt bij het filmen rekening met waar je de video gaat plaatsen want bij het ene platform kun je beter met je telefoon horizontaal filmen en bij het andere verticaal).

Dit is een voorbeeld van hoe een 3-shots-video script eruit zou zien (je vindt de omschrijving van de stappen in het boek):

1. Jij staat in beeld met een voetbalstadion op de achtergrond. Je wijst op het stadion en zegt: 'Daar zul je mij meestal niet vinden, want mijn sport is tafeltennis, maar vandaag wel, want ik geef hier straks een training *communicatie met stakeholders* aan de nieuwe teamleden van de afdeling communicatie van de gemeente Emmen. Superveel zin in. Na afloop ga ik ze vragen wat het belangrijkste inzicht van de dag vonden en dan deel ik dat met jou. Tot zo!'

2. Laat een of meerdere shots zien van cursisten die een opdracht aan het doen zijn, ongeveer 20 seconden. Ook leuk: vraag iemand jou te filmen als je voor de groep staat. Je kunt ook foto's gebruiken voor dit stukje.

3. Je staat weer voor het voetbalstadion (liefst op een andere plek) en zegt: 'Zo, dat was een mooie dag. Wat mijn cursisten dé gouden tip vonden? Dat je beter communiceert als je meer luistert dan praat. En dat klopt. Dus ik stop ook met praten en ik ga naar huis. Doe jij dat ook, zoveel mogelijk luisteren? Of wil je daar meer over leren? Download dan mijn whitepaper over de 10 regels van effectieve communicatie. Dat kan via link hieronder.'

3. Voorbeeldscript FAQ- video **

Hiervan moet je er zo veel mogelijk maken. Het helpt je om gevonden te worden via zoekmachines en je bereikt er precies de mensen mee die op dit moment naar jou op zoek zijn – ook al kennen ze jou nog niet. Je weet vast wel met welke vragen jouw toekomstige klanten rondlopen, en zo niet: houd voortaan altijd en overal je oren open. Ook op verjaardagsfeestjes want ook daar krijg je soms vragen waarvan jij denkt: ‘daar kan ik wel een video over maken!’

Dit voorbeeld is voor het antwoord op een vraag die mensen mij vaak stellen: “hoe lang moet een video zijn?” Als ik die vraag krijg zou ik kunnen zeggen: “twee minuten” maar dat zou een leugen zijn. Ik móét daar meer over zeggen. Dan kies ik voor het script op de volgende bladzijde.

Dit script werkt als antwoord voor elke vraag, of het antwoord nu simpel is of dieper graaft: het past. Het script bestaat uit 8 stappen – dat is omdat die video er niet alleen is om die vraag te beantwoorden. Door deze stappen krijgen mensen niet alleen een antwoord, ze horen ook dat jij hier verstand van hebt – en dat onthouden ze, door de structuur van dit script nog ook.

Waar post je deze video?

Kort antwoord: overal.

Dit is een voorbeeld van hoe een FAQ-video script eruit zou zien (je vindt de omschrijving van de stappen in het boek):

1. Hoe lang moet een video zijn? Ineke stelde me deze vraag tijdens een webinar.
2. Als ik die vraag krijg, en dat is best vaak, dan denk ik altijd: welke video bedoel je?

3. In deze video leg ik je uit waarom ik op die vraag “Hoe lang moet een video zijn?” geen pasklaar antwoord heb én wat de ideale lengte is voor jouw video’s. En ik heb ook nog een vraag aan jou.
4. Ik ben de Videovakvrouw en ik help ondernemers om de video’s te maken waardoor ze gezien en gevonden worden door hun toekomstige klanten.
5. Mij wordt het dus vaak gevraagd: hoe lang moet mijn video zijn? Vaak zeggen ze erbij: het moet kort zijn, toch? Maar hoe lang is kort? Logisch dus dat die vraag vaak gesteld wordt.
6. Helaas heb ik geen simpel antwoord voor je.

7. Want de lengte van een video zegt eigenlijk niets. Als je zorgt dat je toekomstige klant wil weten wat je te vertellen hebt maakt het niet uit of je video 1 minuut of 15 minuten duurt. Of je kijker tot het einde blijft kijken wordt altijd bepaald in de eerste 10 seconden van je video. Als je de kijker in die eerste 10 seconden weet te raken hoéf je je niet druk te maken of je video 2 of 8 minuten gaat duren. Dus kijk niet naar de klok, maar bedenk voordat je je video opneemt hoe je je video gaat beginnen.

8. Hoe begin jij je video's, maak jij wel optimaal gebruik van die eerste 10 seconden of laat je je kijker wegllopen? Laat het me weten in de comments van deze video. Ik heb een playlist met 5 manieren om je video op de goede manier te starten, zo dat je kijkers blijven kijken tot het einde. De link vind je in de omschrijving van deze video, ik zie je daar.

4. Voorbeeldscript Geef-een-handige-tip-video **

Na de FAQ-video's is dit ook een soort video waarvan je er nooit genoeg hebt. Omdat het nu eenmaal zo is dat mensen iemand die ze helpt steeds vertrouwen. En ze dus graag bij je terugkomen.

Hier een voorbeeld van een coach die mensen helpt om ontspannen in werk en leven te staan. Een onderdeel daarvan is grip krijgen op planning. Jij, als coach hebt een belangrijke tip voor je toekomstige klanten waarmee ze wel aan hun taken toekomen. Deze tip gun je ook aan anderen, die niet met jou werken. Het is iets dat mensen zelf meteen kunnen toepassen – daardoor help je mensen direct, en dat maakt jou in hun ogen een betrouwbare, prettige coach.

Dit is een voorbeeld van hoe een Geef-een-handige-tip-video script eruit zou zien (je vindt de omschrijving van de stappen in het boek):

1. Ken je dat, dat gevoel dat de tijd voorbijvliegt en jij maar niet toekomt aan wat je die dag écht af wilt hebben?
2. In deze video vertel ik je hoe je zorgt dat je elke dag grip hebt op je planning en tijd overhoudt om te ontspannen.
3. Ik ben Iris en ik coach mensen met een overvol hoofd naar een ontspannen werkdag.
4. Afleiding ligt overal op de loer. Voor je het weet is er weer een dag voorbij en heb je nog steeds niet gedaan wat je van plan was.
5. Daardoor voel je je niet voldaan. Je baalt van je eigen gedrag. Morgen ga ik het echt doen, zeg je tegen jezelf. Maar dan lukt het wéér niet.

6. Er is een manier om te zorgen dat je je belangrijkste taken elke dag wél doet. Met focus en plezier. En je houdt tijd over! Zo pak je dat aan: kijk elke ochtend eerst naar wat je moet doen. Bepaal wat je belangrijkste taak van die dag is. Wat is het ene ding dat vandaag absoluut af moet komen? Schrijf het op. Als het 2 of 3 dingen zijn is dat ook goed. En dan komt de volgende stap: doe de dingen op je lijstje dan eerst. Zonder je af te laten leiden.
7. Zo zorg dat je al snel blij bent met wat je gedaan hebt. En omdat je de taken zonder je af te laten leiden gedaan hebt doe je ze in recordtijd!
8. Probeer het uit, een week lang: maar elke ochtend dat lijstje van je belangrijkste taken van die dag. En laat me weten of het jou helpt. Je kunt een reactie plaatsen in de comments of me een mailtje sturen. Dag!

5. Voorbeeldscript

Verloot-een-cadeau-video

Een video waarmee je meer reacties krijgt dan anders – en daardoor ook meer bereik. Geef iets cadeau dat jouw toekomstige klant best zou willen hebben, met een klein beetje moeite.

Stel: je bent een businesscoach. Je leert ondernemers succesvol ondernemen. Focus is voor veel ondernemers een belangrijk probleem en jij hebt daarvoor iets heel handigs.

Waar post je deze video?

Deze video kan overal. Door de reacties bereikt je video meer mensen.

Let hier extra op bij deze video

Maak de regels voor deze weggeef-actie heel erg duidelijk: wat moeten mensen precies doen om te winnen? Heldere spelregels zijn fijn voor de deelnemers maar ook sociale media vereisen dat.

Als je kiest voor een cadeau dat iedereen krijgt hoef je geen verloting te doen, verloot je 1 of een klein aantal cadeaus dan is het leuk om ook het trekken van de prijswinnaars te filmen. Je kunt het ouderwets met een schaal en briefjes doen, of met een spin-the-wheel-app (zoek via Google). Wees transparant en eerlijk.

Mensen die niets winnen zijn natuurlijk teleurgesteld, misschien heb je nog een leuke troostprijs?

Dit is een voorbeeld van hoe een Verloot-een-cadeau-video script eruit zou zien (je vindt de omschrijving van de stappen in het boek):

1. Vroeg* in de morgen, je loopt buiten, genietend van je omgeving. Je zegt: heb jij ook elke ochtend zin om te lekker te werken in je eigen bedrijf? Of ben je opgestaan met de gedachte: het moet maar weer? Misschien is jouw droombedrijf inmiddels een loodzware taak geworden. Als dat zo is kan ik je helpen. En niet in een traject van maanden, maar meteen!

2. Ik ben Henneke Hendriksman, businesscoach voor vrouwelijke ondernemers die een gezin hebben, én mantelzorger zijn, én een bedrijf. Ik help ze aan rust en overzicht zodat hun bedrijf groeit en bloeit.
3. Je houdt een papier omhoog en zegt: met dit schema, dat mijn coachees elke dag invullen, heb je onmiddellijk weer focus én zin in je dag! Je verliest je doelen niet meer uit het oog. Begin elke dag met dit schema en voor je het weet houd je zelfs tijd over voor gezelligheid, want ook dat is nodig om voor gelukkig leven.
4. Kan jij wel zo'n handig invulschema gebruiken? Plaats dan een reactie onder deze video, want (zie 6),
5. onder alle mensen die een reactie plaatsen verloot ik 5 keer dit invulschema dat je heldere focus geeft, zodat je nooit meer een stap zet die je niet dichterbij je doel brengt. Mijn klanten zijn hier echt helemaal blij mee en dat gun ik jou ook.

6. Ik ga nog een stukje wandelen en genieten van deze mooie dag en ik kijk uit naar je reactie!

*) Tip:

Het moet wel licht genoeg zijn om te filmen. Als het nog donker is dan wordt het beeld ook donker en korrelig. Wacht dan liever even tot de zon helemaal op is.

6 Voorbeeldscript

Verkoop-een-product- video ***

Zoals ook in het boek staat: altijd verkopen en werven en nooit iets van waarde delen is marketing die wel veel moeite kost maar je niets oplevert. Video werkt ontzettend goed, maar dan moet je niet kijken naar wat je per video verkoopt, maar naar de groei van je bereik en de betrokkenheid van je toekomstige klanten (je doelgroep). Daaruit komen verkopen, maar bijna nooit na één video. Toch is een video waarin je een product of dienst verkoopt een belangrijk onderdeel van je marketing. Want wie al meerdere video's van jou gezien heeft, heeft wél belangstelling voor je producten en zal dus mogelijk tot aankoop overgaan. Ook helpt een video op de verkooppagina van je product of dienst je bezoeker om te beslissen.

Als je al meer video's gemaakt hebt, waag je dan aan deze. De meeste mensen kunnen goed ontspannen voor de camera staan als ze waardevolle informatie geven, zoals een tip of het antwoord op een vraag, maar als ze om een verkoop moeten vragen verkrampen ze er. Probeer bewust om bij het opnemen dezelfde ontspannen, positieve uitstraling te hebben als bij de vorige video's, ook al wil je uit deze video concreet meetbaar resultaat halen.

Waar post je deze video?

De video hoort in de eerst plaats op de verkoop-pagina van je product of dienst. En je kunt deze ook delen op sociale media.

Let hier bij deze video extra op

Maak een duidelijke keuze in over welke aspecten van je product je vertelt. Het kan niet álles zijn. Dat hoeft ook niet: je video wordt op de verkooppagina omringd door de andere informatie. Focus je in de video dus op wat het belangrijkste resultaat is voor je klant.

Dit is een voorbeeld van hoe een Verkoop-je-product-video script eruit zou zien (je vindt de omschrijving van de stappen in het boek):

Stel: je bent boekhouder en je helpt zzp'ers om hun btw-aangifte zelf te doen, zodat ze kosten besparen en zich geen zorgen maken of ze de aangifte goed gedaan hebben, en al helemaal niet over naheffingen of boetes. Je hebt daarvoor een onlinetraining gemaakt. Deze cursus is nuttig voor duizenden mensen, en die verdient dus aandacht.

1. Kom in beeld met een map of een computer en een stapel bonnen. Zeg: 'Je bent ondernemer, maar dan krijg je dit erbij: de administratie en natuurlijk de btw-aangifte. Laat je dit door een boekhouder doen, dan komen er kosten bij, maar doe je het zelf, dan kost het je tijd én, je weet niet zeker of je het allemaal wel echt goed doet. Dat geeft extra stress waar je niet op zat te wachten.'

2. Daarom vertel ik je in deze video vertel hoe je dit gemakkelijk zelf regelt, zonder 4 keer per jaar opnieuw kosten te maken. Als jij bij je volgende btw-aangifte mijn stappenplan “In 5 stappen een foutloze btw-aangifte” volgt, weet je zeker dat alles goed gaat. Alle keren daarna kost het je nog maximaal 1 uur.

3. Deze cursus is gloednieuw en je krijgt tot eind november 30% korting, wil je meteen beginnen, klik dan op de link bij deze video.

4. Ik ben Eric De Ruiters, enthousiast boekhouder voor zzp'ers die geen zin hebben in gedoe met de belastingdienst.

5. Btw-aangifte doen zou leuk moeten zijn: het geeft je overzicht in hoe het écht gaat met je bedrijf, je weet wat er beter kan en je ziet ook je eigen succes. Dat geeft helderheid en rust.

6. Deze training “In 5 stappen een foutloze btw-aangifte” is helemaal online en je kunt deze volgen op het moment dat jou het beste uitkomt. Op alle veel gestelde en ook de minder vaak gestelde vragen krijg je antwoord en door het heldere stappenplan houd je altijd het overzicht.

7. Klik op de link bij deze video om nu meteen te beginnen! En wacht niet, want de deadline voor het volgende kwartaal komt snel dichterbij.

8. Heb je nog vragen, stuur me een mailtje. Ik zie je in de training waar jij leert hoe je snel en foutloos jouw btw-aangifte zelf kunt doen.

7. Voorbeeldscript Zero-to-hero-video ****

Deze video kan je maken met een persoonlijk verhaal, over je een ontwikkeling die je zelf doormaakte, of over iemand anders, je klant, en in dat geval speelde jij een rol in die ontwikkeling. Heb je al gekozen welk verhaal je gaat vertellen?

Waar post je deze video?

Op YouTube en op sociale media. Deze misstaat ook niet op je website, bijvoorbeeld je 'over mij' pagina en als blog-post.

Let hier bij deze video extra op

Het kiezen van het goede moment is belangrijk. Het moet een moment zijn dat de kijker kan herkennen, het gevoel dat jouw toekomstige klant nu heeft, vlak voordat ze jouw product of dienst kopen. Kies dus niet zomaar elk 'rock bottom' moment.

Wil je niet vertellen over je eigen mindere moment, bijvoorbeeld vanwege privacy of omdat het totaal niet past bij je product, schrijf het script dan over een klant van je. Geanonimiseerd, en nu kan jij dienen als degene die hielp met de verandering in punt 4.

Dit is een voorbeeld van hoe een Zero-to-hero-video script eruit zou zien (je vindt de omschrijving van de stappen in het boek):

Stel: je bent mij, de Videovakvrouw, en je kent die zero-state maar al te goed. Door anderen te vertellen hoe jij je eruit geworsteld hebt, help je anderen. Dit geldt trouwens voor alle ondernemers. Hoe beter we je kennen, hoe meer we zien dat je (ook) niet perfect bent, hoe meer we je vertrouwen. Toegeven dat je fouten maakt of ook niet altijd weet hoe het verder moet is dus, ook al voelt dat niet zo, een slimme zet.

1. Hier liep ik, meer dan 12 jaar geleden. Dag in, dag uit. Met een kinderwagen, en daarin een kerngezond kind. Maar ik liep hier helaas niet stikgelukkig rond, integendeel. Terwijl ik de ene voet voor de andere zet maalt het in mijn hoofd: wat hoe? Wat nu? F*ck, wat moet ik doen? Ik was niet alleen beginner als moeder, ik voelde me in alles een beginner. Wat te doen voor werk? Doorgaan als regisseur en verslaggever voor televisie? Maar dan ben ik steeds weg bij nacht en ontij en ik heb die baby. Een baan zoeken? Het is crisis op dat moment. Nergens worden nog mensen aangenomen, ze worden ontslagen. Ik doe een cursus webdesign. Maar een nieuw vak leren, daar doe je jaren over.
2. Ik hoopte op een oplossing. Gevraagd worden voor een baan, iets waardoor ik de komende jaren makkelijk genoeg geld zou verdienen om ons te onderhouden. En ook tijd hebben om een goede moeder te zijn. Was er maar iemand die het voor me oploste!

3. In die tijd droom ik elke nacht hetzelfde: dat ik naar school moet, maar te laat ben en mijn diploma niet krijg. Bij het wakker worden realiseer ik me: ik heb al een opleiding gedaan, meerdere zelfs, en ik heb ervaring, ik kan al iets. Ik ben er zelfs goed in: ik weet hoe je video's maakt die goed bekeken worden. Ik moet dus stoppen met wachten tot ik ontdekt word. Ik moet zelf het initiatief gaan nemen om anderen te laten weten wie ik ben en wat ik kan. Maar hoe?

4. Gelukkig vind ik voorbeelden op het internet. Niet in Nederland, daar zijn nog helemaal geen ondernemers met inspirerende video's. Maar in Amerika is Marie Forleo en in Canada Danielle LaPorte, zij hebben video's waarin ze zichzelf zijn, geloofwaardig en ze delen geweldige informatie. "Dat kan ik nooit", denk ik, "want ik ben niet zo knap, rijk en vlot". Maar ik probeer het toch.

Ik haal een schilderij van de muur, trek een damesblouse aan en ga simpele filmpjes met tips opnemen. Met een bereik van nul werk ik stap voor stap aan mijn zichtbaarheid. Video voor video gaan steeds meer mensen me volgen.

5. Er terwijl er een bedrijf groeit dat mij en mijn zoon kind gemakkelijk kan onderhouden...
6. ... voel ik me trots: ik heb dit zelf gebouwd, ik ben niet afhankelijk, en ik help er nu anderen mee. Het werkt!
7. Ik begon als alleenstaande moeder die geen idee had hoe ze de hypotheek ging betalen en werd een trotse ondernemer die doet waar ze goed in is en daar een prima inkomen uit haalt. Door niet af te wachten en in actie te komen.

8. Daar kan ik jou ook mee helpen. Wil je weten hoe? Schrijf je in voor de gratis online les waarin ik je meteen op weg help om je product en bedrijf 10 keer zo zichtbaar te maken. Dat kan via de link onder deze video (het is <http://www.devideovakvrouw.nl/webinar/>)

Dit waren ze: 7 voorbeeld-scripts bij 7 videovormen. Weet je dat je hier alleen goed in wordt door te doén? Je hebt nu genoeg gelezen. De volgende stap is: doen en daarvan leren. Niet het leukste, wel de enige manier.

Weet je wat vaak gebeurt? Dat je het allemaal leest, en weet, en een begin maakt. En dat je, ondanks dat je wéét dat het werkt, en dat je dit kan, toch stopt.

Dat je je verliest in de waan van de dag. Dat je nooit een goed moment vindt. Dat je denkt dat je eigenlijk weinig te delen hebt. Of dat je stopt omdat je eigenlijk diep van binnen denkt: ‘wie zit er op mij te wachten? Niemand’

Dat klopt, niemand zit op je te wachten als ze niet weten dat je bestaat. Zoals ook niemand om een trein vroeg, of om een iPhone. Als je eenmaal bekend bent bij je doelgroep, dan merken ze dat ze wél op je zaten te wachten. Maar het initiatief, dat moet van jou komen. Met video's waarin je je gezicht laat zien en je stem laat horen.

Wil jij dit gaan doen? Of doe je dit al en levert het je nog niets op? Overleg dan met mij hoe je dit wél goed doet. Ik geef je graag advies. Stuur me een bericht, via [https://
www.devideovakvrouw.nl/contact/](https://www.devideovakvrouw.nl/contact/)

© Elisabeth Griffioen De Videovakvrouw
Niets uit deze uitgave mag zonder uitdrukkelijke schriftelijke toestemming gedeeld worden met anderen.