

Veel professionals zijn vandaag de dag nog huiverig als het gaat om hun online aanwezigheid of presentatie. Niet zozeer de jonge generatie die nu afzwaait aan de opleiding, maar juist de 40- en 50-plussers. Ontzettend jammer, want als je beseft dat je online voor je praktijk, je cliënten en je potentiële cliënten voordeel kunt halen, waarom zou je het dan laten liggen?!

Goede online reputatie loont

Besef dat werkgevers op dit moment 70 procent van de geïnteresseerden afwijst vanwege slecht beschikbare of ontbrekende online informatie. Dit kan ook zo maar bij jouw potentiële cliënten het geval zijn; als zij de door hun gewenste informatie over jou niet (snel) kunnen vinden. Ik schrijf uit persoonlijke ervaring. Ook ik krijg mijn potentiële opdrachtgevers niet aan de deurbel... Maar door actief gebruik te maken van social media en mijn nieuwe website haal ik ontzettend leuke opdrachten binnen. Tijd voor jouw actie en doorzettingsvermogen. Het is namelijk niet alleen kiezen voor online presentatie en accounts, maar vooral voor het consequent volhouden en het delen van toegevoegde waarde voor je lezers.

WAAR MOET JE OP LETTEN?

1. Persoonlijk verhaal, personal brand & serieus imago

Zorg dat je een standvastig en serieus personal brand en imago neerzet. Welk online medium je ook gebruikt, blijf in je tekst en beeld dicht bij jezelf en je diensten. Hierdoor kom jij als oprechte expert en professional in de massagebranche bekend te staan. Zorg voor een positieve houding en uitstraling (foto) op je website en social media en denk in toekomstkansen en duurzame (zorg)oplossingen voor je cliënt. Vertel jouw persoonlijk verhaal en durf je ervaringen te delen. In één van mijn eerste online blogs heb ik mijn vrouwelijke rolmodel gedeeld: mijn overleden oma. Tot op de dag van vandaag deel ik in mijn trainingen waarom zij voor mij bepalend is geweest in mijn keuze voor ondernemerschap en mijn doorzettingsvermogen.

2. Creëer jouw netwerken & deel content

Onderzoek dagelijks welke online communities én content (inhoud, toegevoegde waarde) voor jouw branche en je doelgroep interessant zijn. Volg dit niet alleen, maar durf zelf ook je mening, nieuwsaarde, artikelen en tips te delen op social media. Maak je volgers nieuwsgierig! Je hebt drie mogelijkheden om content te delen:

- Het bericht van iemand anders liken op Facebook, LinkedIn of Twitter of puur retweeten (herplaatsen).
- Commentaar geven op social media of een bericht retweeten met jouw mening of tips erbij.
- Zelf een artikel met nieuwsaarde, je eigen blog of tips posten (met of zonder beeld).

Besef dat een online netwerk opbouwen tijd en originaliteit kost. Investeer hier continu in en heb ook geduld. Geloof mij: een goede online reputatie geeft positieve energie, wisselwerking met je doelgroep én loont.



INSPIRATIES

- Infographic powered by Search; Instagram en Twitter.
- Video's van Frankwatching en het boekje 'Bloggen als een pro' van Elja Daae.

Drs. Jocelyn Rebbens is Personal Branding expert en geeft trainingen, workshops, individuele coaching en lezingen aan professionals en ondernemers. In december 2015 verscheen haar paperback Personal Branding. Neem voor vragen contact op via info@rebbels.com of kijk op www.rebbels.com.