

Je eigen katapult

Maak van je merk
een onuitputtelijke
bron van
rake boodschappen.
Met een volstrekt
eigen *tone*

Er is maar één merk zoals dat van jou.

Maar één merk dat zo begonnen is.

(weet je nog?)

Dat zich zo heeft ontwikkeld.

Dat zo langs het randje is gegaan.

Met zo'n karakter.

Zo'n opmerkelijk doel.

Een volstrekt uniek, fascinerend verhaal is het.

Als je er goed naar kijkt.

Van heel dichtbij.

Als je de tijd neemt om stil te staan bij wat jouw merk nou jouw merk maakt.

Dat is precies wat we gaan doen.

Buckle up.

Eerst stellen we de goede groep samen.

Cruciaal.

Van je merk een onuitputtelijke bron maken van *rake* verhalen is een proces.

En onderweg gebeurt er van alles, dus we hebben een goed team nodig.

Enthousiastelingen.

Gasten die niet schrikken van een beetje tegenwind.

Die het leuk vinden om te ontdekken hoe je een *rake* boodschap schrijft.

We selecteren op *soul*, pit en yes-mentaliteit.

Weet je niet wie de enthousiastelingen zijn?

Dan doen we een eerst een masterclass.

Daarna weet je het precies.

Samen schrijven we een manifest.

Een manifest dat je voelt als je het leest.

In je donder.

Iedere keer weer.

Een manifest dat vertelt wie je bent.

Wat je doet.

Voor wie precies.

Hoe.

En vooral: waarom.

Wat maakt dat je doet wat je doet.

Je manifest is de nieuwe waarheid over je merk.

De lat en de bron.

Dan maken we een schrijfwijzer.

We schrijven je tone of voice heel precies op.

Leggen we uit wie jouw Goliath is.

Zetten je doelgroepen op een rij zetten en de boodschappen die bij elke doelgroep horen.

Voor elke boodschap maken we een formule.

Op maat.

Die werken we uit in een *idiot proof* stappenplan.

Dat geeft belachelijk veel houvast.

Als je stappen volgt, is het kinderlijk eenvoudig om een *rake* boodschap voor je merk te schrijven.

Iedere keer weer.

Zul je zien.

Dan maken we je lenig in het schrijven van *rake* boodschappen.

We gaan trainen.

En in de training ontdek je hoe heerlijk het is om een stappenplan te hebben.

Hoe fijn het is als je precies weet wat je onderwerp is.

Hoe je een lezer kiest die je helpt.

Hoe makkelijk je schrijft als je werkt met de vragen van je lezer.

Hoe effectief een formule is.

En: hoe je je boodschap precies de goede tone of voice geeft.

Je zal zien hoe dat alles verandert.

Dat je boodschappen veel meer impact maken.

Dat je herkenbaar wordt.

Zie je het voor je?

Wat gebruikers zeggen.

Ik ben al mijn halve leven rationeel. Kahneman is mijn held. Mijn ratio zit mijn creativiteit in de weg. Nu blijkt dat die twee samen kunnen'

Hans Betlem —
Chief investment officer bij IBS Capital management

Niemand heeft mij ooit het recept gegeven voor schrijven. KTPLT wel

Sharona Ceha —
Docent-onderzoeker aan de HvA

Yes! Als ik een formule gebruik rocken mijn mails en vacatureteksten de pan uit!

Cynthia Mourits —
recruiter bij YoungCapital Next

Je eigen katapult, stap voor stap

— Eerst selecteren we een groep enthousiastelingen. Tussen 6 en 15 mensen, hoe diverser, hoe beter

— Dan schrijven we een manifest. Samen. In drie sessies van een halve dag

— Dan zetten we je schrijfwijzer in elkaar. Je manifest, doelgroepen, kernboodschappen en doelen. Wie je Goliath is. Voor elke boodschap maken we een formule die we uitwerken in een stappenplan

— dan trainen we je mensen hoe ze de juiste boodschap vertellen aan de goede doelgroep op het goede moment

— en we evalueren elke twee maanden. Waar heb je meer van nodig? Wat werkt niet en kan weg? Wat is er nog niet dat je wel nodig hebt?

Samen maken we van je merk een onuitputtelijke bron van *rake* verhalen. En met een volstrekt eigen *tone*.