

IN 5 FASES NAAR EEN PERSONAL BRAND DAT JOU OP HET LIJF GESCHREVEN IS

Hét holistisch personal branding
DIY-werkboek voor B2B-
ondernemers die meer uit hun
bedrijf én zichzelf willen halen

vuurmerk.

INHOUD

- 01 Over personal branding
- 02 Jouw merkidentiteit
- 03 Aanbod en doelgroep
- 04 Online zichtbaarheid
- 05 Netwerken
- 06 Personal branding mindset
- 07 Jouw personal brand

WELKOM

Fantastisch dat jij bewust kiest voor personal branding! Of misschien ben je gewoon nieuwsgierig, want iedereen zegt je dat het belangrijk is, maar jij bent nog niet helemaal overtuigd?

Hoe het ook zij, ik ben blij dat mijn werkboek in jouw handen is terechtgekomen en dat ik mijn boodschap over personal branding kan verspreiden. Ik ben er immers 200% van overtuigd dat **personal branding dé manier is om je als B2B-ondernemer niet alleen te onderscheiden in de markt, maar ook een waardevol netwerk om je heen op te bouwen**. Een netwerk dat jou verrijkt, op alle mogelijke manieren. Er is immers meer dan geld verdienen alleen. Voldoening, zingeving en plezier zijn minstens even belangrijk.

Ik heb ongelooflijk veel zin om jou, met het bovenstaande in het achterhoofd, onder te dompelen in de mooie wereld van personal branding.

Over de inhoud van dit werkboek

In dit werkboek gaan we samen jouw personal brand ontdekken, ontwikkelen en naar buiten brengen. Na een introductie over personal branding behandelen we 5 hoofdthema's met telkens een aantal subthema's en/of oefeningen:

🔥 Merkidentiteit

- Merkperceptie
- Persoonlijke mindmap
- Persoonlijke waarden
- Persoonlijke missie en visie
- Persoonlijke skills, talenten en succesverhalen
- Soft en hard skills
- Rollen
- Tone-of-voice
- Je eigen coverstory
- Je eigen grafrede
- Doelen stellen

🔥 Aanbod en doelgroep

- Aanbod scherpstellen
- Buyer persona versus audience persona

- Persoonlijke merkbeloofte
- Niche en collega's
- Inspirerende personal brands
- Persoonlijk businessmodel
- Persoonlijke customer journey

🔥 Online zichtbaarheid

- Personal branding via je website
- Personal branding op sociale media
- LinkedIn als personal branding platform
- Content brainstorm en contentstructuur
- Je personal brand online versterken buiten LinkedIn

🔥 Netwerken

- Breng je netwerk in kaart
- Online netwerken
- Fysiek netwerken
- Checklist: hoe kan jij nog meer uit je netwerkactiviteiten halen?

🔥 Mindset

- 12 tips voor een goede personal branding mindset
- Big rocks in life
- Wie moet je zijn om je doelen te bereiken?
- Fear-setting
- Journaling

🔥 Recap

- Jouw personal branding in één helder overzicht

Praktisch

In het boek vind je tekst en uitleg bij elk hoofdstuk. Daarnaast is er ook ruimte voorzien voor de nodige oefeningen én kan je via QR-codes per hoofdstuk ook extra video's bekijken en de invuloefeningen op afzonderlijke pagina's downloaden.

Al jouw feedback op de inhoud van dit boek is trouwens ongelofelijk welkom. Dit is de allereerste editie van deze personal branding cursus, dus optimalisatie zal zeker nog mogelijk zijn. Ik ben nu al dankbaar voor jullie kritische maar open blik. **Alright, let's do this!**

De definitie van personal branding

Er zijn al tientallen boeken geschreven over personal branding. Dit zijn definities of omschrijvingen die heel vaak terugkomen:

- 🔥 *Het is wat andere mensen over je zeggen als je er niet bij bent.*
- 🔥 *Het is van jezelf een merk maken. (Du-uh. 😬)*
- 🔥 *Het is je als expert profileren en ervoor zorgen dat je top of mind bent voor de juiste dingen.*
- 🔥 *Het is een openbaar statement dat weergeeft wie jij bent, waar je voor staat en welke waarde jij toevoegt voor jouw ideale doelgroep.*

Wat mij betreft, is het een combinatie van dat alles. Personal branding is wat er 'vanzelf' gebeurt als je persoonlijke ontwikkeling en zichtbaarheid combineert. Die zichtbaarheid mag je trouwens behoorlijk ruim nemen: wat je op social media en je website plaatst, maar ook hoe en waar je netwerkt en vooral, hoe je je gedraagt tegenover anderen (ook in je privésfeer!). Dat laatste zegt vaak nog het meeste over jou. **Want mensen onthouden niet wat je zegt, maar wel het gevoel dat je hen hebt gegeven.** Dat mag je écht niet onderschatten.

Personal branding is daarnaast ook zélf je volle potentieel kennen, dat willen ontwikkelen en net die intentie laten zien. Read that again and let it sink in.

Personal branding gaat over de impact die jij kan en wil maken.

Kortom, je kan dus geen personal brand in de wereld zetten zonder:

- **Zelfreflectie**
- **Zichtbaarheid**
- **Een netwerk om je heen dat jou hierin sterkt en versterkt**

Personal branding is, wat mij betreft, ook een cyclus die zich voortdurend herhaalt. Het is een continu proces. Eerst ga je in reflectie, vervolgens benoem je de dingen die jou maken tot wie je bent en laat je dat zien aan de buitenwereld. Zonder zichtbaarheid kan je immers niet gekend staan voor datgene waarvoor jij gekend wil zijn. En als je vervolgens niet blijft groeien als mens en je boodschap blijft bijsturen op basis van wie je

Kortom, personal branding zal je helpen om:

- 🔥 je te **profiëren als expert** in je vak
- 🔥 **vertrouwen op te bouwen** bij je doelgroep en in je ruimere netwerk
- 🔥 een **emotionele klik** te bevorderen door je menselijk op te stellen

Om af te sluiten nog enkele extra voordelen van personal branding op een rijtje - alhoewel ik vermoed dat je ondertussen wel overtuigd bent van de meerwaarde ervan ...

- Je zegt zelf **waar je voor staat** en laat je doelgroep niet raden.
- Je denkt bewust na over je **concurrentievoordeel** en weet dit te benoemen.
- Je focust op je eigen **professionele ontwikkeling**.
- Je klanten weten **wat ze van jou kunnen verwachten**.
- Je klanten zien jou als eerste en enige **oplossing** voor hun probleem.
- Je bent je bewust van de **impact** van wat je zegt en hoe je communiceert.
- Je wordt **zichtbaarder** als persoon en krijgt **erkenning**, wat dan weer leidt tot meer **zelfvertrouwen** en **voldoening**.
- Je vergroot de kans dat anderen zich jou **sneller herinneren**.
- Je bouwt een **sterk persoonlijk netwerk** op dat zich op een hoger niveau bevindt dan je (afzonderlijke) professionele activiteiten.

Persoonlijke reflectie

Neem je tijd om op de volgende pagina voor jezelf te reflecteren over deze vragen:

1. Wat zou personal branding voor jou kunnen betekenen? Welk verschil zou het maken als jij jezelf meer liet zien en mensen weten wie jij bent en waar je voor staat?
2. Wat doe je nu al om jezelf op een persoonlijkere manier te laten zien?
3. Wat doe je nog niet dat je stiekem wel wilt, maar nog niet durft? Wat houdt jou tegen?

OEFENING - PERSOONLIJKE SUCCESVERHALEN

Het is niet altijd eenvoudig om je succes te durven vieren, laat staan te benoemen. Toch boeken we allemaal elke dag kleine succesjes die heel veel zeggen over jouw capaciteiten. We staan er gewoon te weinig bij stil. Maar vandaag kan en mag het allemaal.

Ik nodig je uit om terug te kijken op de voorbije 3 maanden en het ROA-principe toe te passen: **RESULTAAT - OBJECTIEF - AANPAK**.

- 🔥 **Wanneer behaalde je een resultaat waar je trots op bent? Hoe klein of hoe groot dat ook was - als het je blij en trots maakte, schrijf je het op.**

- 🔥 **Wat was het eigenlijke doel waarop je dit resultaat boekte? Misschien lag dat lager of hoger dan het resultaat. Omschrijf.**

- 🔥 **Wat was jouw aanpak om in eerste instantie je doel te bereiken en het mogelijks afwijkende resultaat te behalen? Welke skills heb je daarvoor aangewend?**

- 🔥 **Wat valt jou uiteindelijk op? Heb je vaardigheden of talenten die je eigenlijk onderschat, maar die wel duidelijk bijdragen aan jouw succes, hoe groot of hoe klein ook? Wat neem je hieruit mee?**

03 AANBOD EN DOELGROEP

Maken jouw huidige aanbod en doelgroep je écht gelukkig?

We kennen het allemaal: we zeggen ja tegen een opdracht of een klant waarvan we eigenlijk al van bij het begin weten dat het niet helemaal is wat we willen. Maar uit een soort van schaarste of angst gaan we er toch op in, ook al **wringt het vanbinnen**.

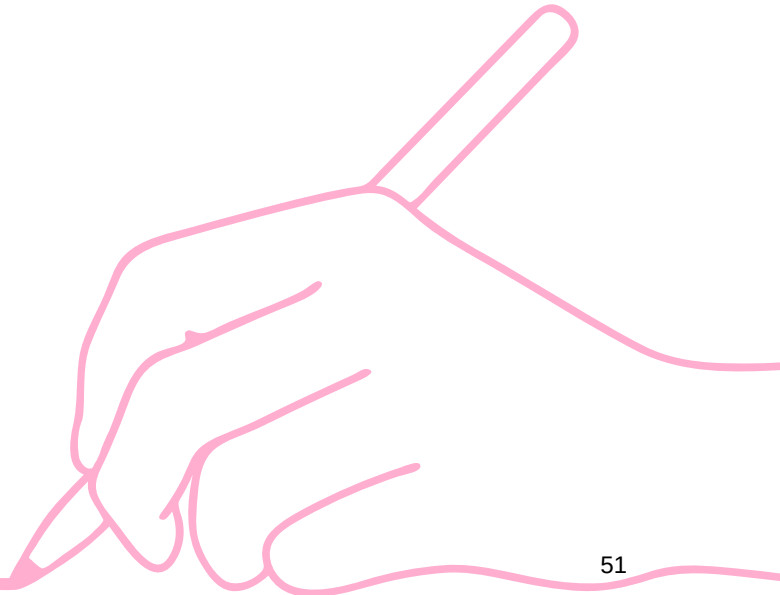
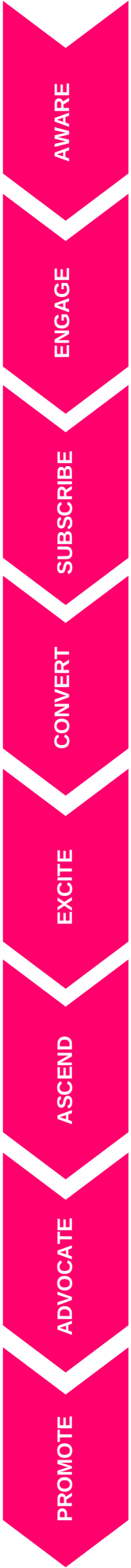
Eerst en vooral, dat is oké. Elke ondernemer maakt die fase mee en het is nooit helemaal uitgesloten. **Je kan het niet allemaal hebben zoals je het wil en soms zeg je uit noodzaak toch eens ja om van daaruit weer verder te kunnen groeien**. Het is een leerschool en uit elke ervaring, goed of slecht, kan je iets leren. Dus in dat opzicht hoef je je hier helemaal niet schuldig over te voelen.

Wel is het belangrijk om dat onbehaaglijke gevoel te erkennen en te **weten op welke projecten, aanvragen of klanten je wél volmondig ja wil zeggen**. Want alleen zo kan je dit ook in je communicatie en tijdens je netwerkgesprekken concreet verwoorden en meer van dat soort zaken aantrekken. Blijf je summier en vaag of te algemeen in je communicatie, dan is de kans even groot dat je opdrachten of mensen aantrekt waarmee het eens níét klikt. De conclusie: **wat op jouw pad komt, ligt voor een groot stuk aan jezelf**.

Jij moet op je website, op je social media en in je salesgesprekken **benoemen waar jouw meerwaarde zit voor welk type projecten en voor welk soort klanten**. Alleen zo kan je die dingen ook gaan aantrekken. Komen er telkens weer minder geschikte of leuke aanvragen op je pad? Dan schort er iets in je communicatie. Óf ... *you have no clue at all*. Het lukt je niet te definiëren wat je dan wel wilt. Daar gaat dit hoofdstuk over: we zoomen in op je **aanbod** en je **doelgroep**, met als doel dat jij heel concreet kan benoemen wat je doet en voor wie. Daarnaast staan we ook stil bij jouw **persoonlijke merkbeloofte, je missie en visie, je persoonlijk businessmodel en je customer journey**.

Als het een geruststelling mag zijn: als je alvast weet wat voor jou essentieel is in een samenwerking en als je weet welke pijnpunten jij met jouw skillset en persoonlijkheid kan oplossen, dan komen we al een heel eind.





Ik krijg vaak de vraag hoelang dit stuk moet zijn. Eerlijk: zo veel of weinig woorden als er nodig zijn. Heb jij genoeg met 1 alinea om te vertellen wat je wil vertellen, dan is dat oké. Doe jij het graag wat uitgebreider, dan kan dat ook. Mijn infogedeelte is behoorlijk lang en is als volgt opgebouwd:

Info



Toen ik in juni 2016 van de schoolbanken rolde, had ik nooit gedacht dat er een ondernemer in mij schuilde. Ik was wel al altijd een snelle en creatieve denker én doener geweest. Mijn toenmalige werkgever Maarten Debie - ondertussen mijn man - wist het nochtans al na één week dat ik niet eeuwig bij hem zou werken. En inderdaad, twee jaar later startte ik in bijberoep en nog eens twee jaar later (in juli 2021) werd ik voltijds zelfstandig. Ik run ondertussen twee bedrijven op mijn eentje en zou de vrijheid en afwisseling voor geen geld van de wereld willen inruilen.

De start van mijn carrière



Mijn verhaal in een notendop:

- Afgestudeerd als conferentietolk NL-FR-ES-EN
- Eerste job: 6 maanden als marketing & communication assistant bij kmo
- Gestart als vertaler eind 2016 bij het vroegere vertaal- en communicatiebureau Accolade
- Daar in 4,5 jaar doorgegroeid tot netwerker, copywriter, projectmanager, sales, marketeer ... Alles door elkaar en alles tegelijk 🍊
- Verlieft geworden op mijn baas - ja, dat was een beetje gek, maar ook heel mooi - en ondertussen gelukkig getrouwd en twee (tiener)pluskinderen
- Eind 2018 richtte ik Overondernemers.be op in bijberoep als platform voor ondernemersverhalen, met al snel ook fysieke events
- Begin 2021 eveneens in bijberoep gestart met personal branding coaching
- Voltijds zelfstandig geworden in juli 2021 met beide activiteiten

Professionele en persoonlijke mijlpalen die voor mij belangrijk zijn



Ondertussen groeide Overondernemers.be uit tot een community van 50+ ondernemers in West- en Oost-Vlaanderen. Mijn missie: hen op een authentieke manier samenbrengen en van elkaar laten leren. (www.overondernemers.be)

Korte inhoud over wat mijn twee activiteiten / brands inhouden



Mijn personal branding coaching deed ik een hele tijd onder mijn eigen naam, maar begin 2024 lanceerde ik Vuurmerk. Ik wil nog meer mensen laten ontdekken waar hun vuur écht van aangaat en hoe ze hun persoonlijk merk vurig met de wereld kunnen delen op een manier die bij hen past. (coming soon: www.vuurmerk.be - voorlopig nog www.phebedhondt.be)

♥ Mijn eigen vuur gaat helemaal aan van ontmoetingen, verbinding en inspiratie faciliteren. Zowel als community builder, event organisator, content creator en personal branding expert.

Wat mij echt energie geeft



Eens kennismaken? Met veel plezier! Stuur gerust een berichtje en dan plannen we een call in.

✉ info@phebedhondt.be

☎ 0475 87 38 84

Call-to-action en contactgegevens



🔥 SERVICES

Je kan ook laten zien **voor welke diensten iemand jou via LinkedIn kan contacteren**. Het goede hieraan is, is dat het redelijk prominent op je LinkedIn-profiel aanwezig is. Het nadeel aan deze functie is dat de lijst vooraf gedefinieerd is en je veel diensten dus niet terugvindt. Het is wel de moeite waard om deze optie te bekijken en zo goed als het kan in te vullen.

2. Zichtbaar zijn zonder zelf te posten

Die eerste keer klikken op 'publiceren' kan heel spannend zijn. Misschien ben je er nog niet klaar voor. *Don't worry*, het is een proces.

Gelukkig kan je op LinkedIn ook op andere manieren zichtbaar zijn. Zo kan je het platform echt als **netwerktool** gebruiken, waar ik dieper op in zal gaan in het volgende hoofdstuk. Op die manier ben je achter de schermen, 1-op-1, bij mensen online zichtbaar via LinkedIn. Een mooie aanvulling op je relaties 'in het echte leven'.

Daarnaast kan je ook een **engagementstrategie** toepassen: interageren met de content van anderen en zelf nog niet posten. Of hoogstens eens iets reposten (wat trouwens voor het zichtbaarheidsalgoritme niet echt aan te raden is ...).

Wat is engagement op LinkedIn?

Je kan op verschillende manieren *engagen* op LinkedIn:

- Je kan een post leuk vinden (duimpje, hartje, lampje ...).
- Je kan een commentaar schrijven onder een post.
- Je kan een post herplaatsen met of zonder eigen tekst.
- Je kan bij een post doorklikken naar het profiel van de plaatser en connecteren met die persoon.
- Je kan een post delen met iemand via een privébericht.

Bij al deze acties kom je in het vizier van minstens één andere persoon. Zichtbaarheid moet echt niet altijd *en masse* te zijn. Engagen is minstens even belangrijk als zelf posten!

De echte kracht van LinkedIn zit in het tweedegraadsnetwerk

LinkedIn is het enige socialemediakanaal dat **jouw content ook pusht naar de connecties van je connecties als zij met jouw content interageren**. Stel, jij liket iets van mij, dan zien jouw connecties mogelijks ook mijn post in hun feed. Het omgekeerde geldt evenzeer: als ik een comment schrijf onder jouw post, zien mijn (meer dan 5000 connecties) misschien jouw post. Ik schrijf dit niet om op te scheppen over mijn aantal connecties, maar hé, wat een potentieel, toch?! Dus, ben je nog niet klaar om zelf te posten, engage dan en vergroot zo jouw zichtbaarheid.

Nog enkele praktische tips om met je contentkalender aan de slag te gaan

1. Verdeel het werk over meerdere dagen of weken

Je hoeft niet alles in één keer te doen voor een hele maand. Bevalt jou dat wel, doe het dan vooral. Maar wil je de workload liever spreiden, dan kan je het bijvoorbeeld zo aanpakken:

- In week 1 van maand 1 vul je alvast de kolommen 'datum' en 'bucket > insteek > topic' in voor maand 2. Zo weet je al ongeveer wat je de volgende maand wil gaan posten.
- In week 2 van maand 1 schrijf je de captions uit voor je posts voor maand 2. Eventueel voorzie je dan al het nodige beeldmateriaal.
- In week 3 van maand 1 plan je al je posts voor maand 2 in. Dit kan je doen op LinkedIn zelf, of via Meta Business Suite voor Facebook en Instagram.

Op die manier ben je tijdig klaar en kan je in week 1 van maand 2 rustig herbeginnen voor je content van maand 3.

Dit is uiteraard extreem gestructureerd, wat voor sommigen heel handig kan zijn, maar misschien voelt het voor jou te weinig spontaan. Zoek hier vooral jouw eigen weg in en experimenteer!

2. Schrap kolommen die je niet nodig hebt

Deze contentkalendar kan voor jou wat overkill lijken. Je zal merken dat je bepaalde kolommen op de duur steeds minder gaat invullen, omdat je het overbodig vindt. Zo heb ik zelf bijvoorbeeld geen kolom meer waarin mijn bucket, insteek en topic komt, omdat het na al die jaren echt vanzelf komt. Ook de kolom 'status' heb ik niet meer. Ik werk met kleurcodes: ik markeer de caption in het blauw als hij klaar is om in te plannen en in het groen als hij ingepland of gepubliceerd is. Ik heb wel nog een kolom datum, caption en beeldmateriaal.

3. Voeg kolommen toe waar nodig

Misschien wil jij op meerdere kanalen actief zijn, of publiceer je ook een maandelijkse nieuwsbrief in het kader van je personal brand. Voeg dan bijvoorbeeld een kolom 'kanaal' toe, zodat je weet wat waar moet worden gepubliceerd.

Je leest het: speel ermee en maak het je eigen!

Horen al deze mensen tot mijn netwerk? In veel gevallen misschien wel tot mijn LinkedIn-netwerk, maar daarom niet per se ook tot mijn persoonlijk netwerk van mensen die bij mij top-of-mind zitten voor bepaalde expertises of vragen. Daarom is netwerken, naast online zichtbaar zijn, dus zo belangrijk: online zichtbaarheid is éénrichtingsverkeer, netwerken is tweerichtingsverkeer.

Enkel 'netwerken' met het oog op potentiële klanten, is niet écht netwerken

Ik heb mijn punt wellicht al gemaakt, maar **netwerken is geen synoniem voor verkopen**. Integendeel! Netwerken betekent letterlijk dat je een netwerk om je heen op bouwt. En dat netwerk bestaat niet enkel uit **klanten**, maar ook uit potentiële **leveranciers** en **kandidaten**. Onderschat ook het belang niet van **collega-ondernemers** en ja, zelfs **collega-experten** uit jouw vakgebied, in je netwerk. Ga bewust op zoek naar goede contacten in je eigen (professionele) leefwereld en daarbuiten. Dat leidt immers tot doorverwijzingen én een klankbord wanneer je het nodig hebt.

Waarom je ook bewust collega-concurrenten in je netwerk zou moeten aantrekken? Je bent pas een personal brand of referentie als anderen dat ook vinden. Dus ook je collega's. Als een potentiële klant over jou praat met een collega/concurrent en die heeft nog nooit van je gehoord, dan zal dat je reputatie niet ten goede komen. Als die collega echter meteen bevestigt dat jij inderdaad ook in dat vakgebied thuis bent, dan weet je nooit wat er kan gebeuren. Denk maar aan **doorverwijzingen of samenwerkingen**. Bouw dus enkele goede relaties op met concullega's; uiteraard wel op een oprechte manier en niet enkel omdat je een dubbele agenda hebt.

Tot slot behoren trouwens ook **vrienden, familie, kennissen** en dergelijke meer tot jouw persoonlijk netwerk. Kortom, als ik het in deze cursus heb over netwerken, dan bedoel ik dus: **bouwen aan relaties met iedereen door wie je je bewust wil laten omringen**.

Door wie je je laat omringen bepaalt mee jouw personal brand

In een sterk, persoonlijk netwerk gaat **kwaliteit boven kwantiteit**. Wees je daarom bewust van de mensen door wie je je laat omringen. Je wordt immers **geassocieerd met de mensen met wie je openbaar verschijnt**. Heeft iemand een bedenkelijke reputatie en ben jij er vaak bij te 'spotten', dan kan die reputatie wel eens op jou afstralen.

Op LinkedIn is de combinatie tussen zelf content publiceren én in interactie gaan met anderen, goud waard. Enerzijds kan je zo op jouw manier je verhaal delen en expertise laten zien, terwijl je ook toont dat je een mens bent die in interactie kan gaan. Die twee samen vergroten je geloofwaardigheid, zorgen ervoor dat mensen nog beter onthouden wie je bent en waar je voor staat, en brengen op termijn mooie dingen op jouw pad.

Best practices voor fysiek netwerken

Ik schreef het al: enkel inzetten op online zichtbaarheid en netwerken kan werken, maar haal je daar echt voldoening en échte relaties uit? Ik persoonlijk niet. Daarom ga ik ook regelmatig naar netwerkevenementen. Enerzijds om nieuwe mensen te leren kennen, anderzijds om te laten zien dat ik ook effectief ben wie en hoe ik online ben. Authenticiteit en een consistente merkbeleving (met mezelf als merk dan), zijn heel belangrijk voor het vertrouwen en de geloofwaardigheid.

Aan georganiseerde netwerkevenementen geen gebrek: als je je ogen en oren een beetje openhoudt, kan je op elke dag van de week inschrijven voor een event. Je kan je er dus ook wel wat in verliezen. **Kies bewust waar je gaat netwerken en waarom.** Na enkele jaren 2 tot 3 avonden per week naar events te gaan, beperk ik het nu tot gemiddeld 1 avond per week. Wanneer het kan, kies ik voor evenementen overdag. Ik ben gewoon echt geen avondmens en 's avonds heb ik liever tijd voor mijn huishouden, gezin en hobby's. **Leer dus ook nee te zeggen en kies er die events uit die je inhoudelijk interesseren en/of die een voor jou relevant publiek aantrekken.**

Nogmaals, een relevant publiek zijn niet alleen nieuwe leads! Ik blijf het herhalen, omdat ik weet hoe schaars je tijd is en je het liefst voor de snelle weg naar nieuwe klanten wil kiezen. Alleen is dat niet duurzaam en heb je meer profielen om je heen nodig om je doelen te bereiken.

We zouden kunnen stellen dat er drie soorten evenementen zijn waar je naartoe kunt om te netwerken:

1. Waar je doelgroep zich bevindt
2. Waar je ruimere collega's zich bevinden, want zij kennen je bij voorkeur ook als expert in je niche
3. Waar je gewoon geïnspireerd wil worden of wil bijleren en waarbij een netwerkmoment met gelijkgestemden wordt voorzien

Durf jezelf te zijn

🔥 Tip 4: trek je niets aan van wat anderen van je denken

Aan zelfreflectie doen, is meestal geen probleem en eigenlijk al de helft van het werk. Naar buiten komen en jezelf laten zien online of op netwerkevenementen blijkt vaak een drempel. Bij sommige ondernemers is dat omdat ze schrik hebben voor de mening van anderen.

Als je personal brand op authentieke pijlers is gebaseerd, hoef je toch helemaal geen schrik te hebben? Je bent wie je bent én je werkt aan jezelf; wie heeft dan het recht om jou te beoordelen of veroordelen? Die schrik is trouwens vaak ongegrond: mensen zijn vooral met zichzelf bezig en nemen heus niet alles wat jij doet onder de loep. En als ze daar wel de tijd voor hebben, dan wil dat ook wat zeggen over hen en moet je je afvragen of hun mening er eigenlijk toe doet ;-).

🔥 Tip 5: vertrouw het proces en durf nee te zeggen

Success doesn't happen overnight. Blijf consistent en gestructureerd in je communicatie en heb geduld. Beetje bij beetje zal je netwerk kwalitatief groeien en zullen mensen steeds beter weten waarvoor ze bij jou terecht kunnen.

Daarnaast is personal branding op zich ook een proces. Alles wat je doet, elke beslissing die je neemt, toets je af aan waar je voor staat en hoe je wil overkomen bij je doelgroep. Past een samenwerking met een andere ondernemer niet in jouw plaatje of zou die nieuwe, niet zo ideale klant je te veel energie kosten? Durf dan gefundeerd nee te zeggen. Meer nee durven zeggen, leidt ook tot gerichtere ja's ...

🔥 Tip 6: durf je kwetsbaar op te stellen

De beste personal brands zijn authentiek en vaak is dat doordat ze laten zien dat ze ook maar een mens zijn. Durf toe te geven wat je niet weet en hulp te vragen. Het is net eigen aan personal branding dat je je ergens in gespecialiseerd bent, ergo, dat je dus niet alles alleen kan. Je uitdagingen delen kan bovendien leiden tot herkenbaarheid bij collega-ondernemers en boeiende gesprekken waar je heel veel uit kan leren.

🔥 Evening journaling (elke avond)

- Mijn succes van de dag / hier ben ik trots op
- Wat heb ik vandaag geleerd?
- Welke uitdaging heeft zich vandaag gesteld waar ik nog geen antwoord op heb?
- Wat kon vandaag beter zijn gegaan?

Even ademen ...

Je hebt het gemerkt, dit hoofdstuk was minstens even lang als de voorgaande. Mindset is een enorm belangrijk onderdeel van personal branding. Als je het niet met de juiste ingesteldheid en het nodige vertrouwen doet, kan het lastig worden.

Ik hoop dat je met deze tips en oefeningen het vertrouwen in je verhaal en in jezelf hebt gevonden en dat de drempel om jezelf te laten zien en kwetsbaar op te stellen veel kleiner is geworden. De belangrijkste key takeaway hier is: **je verhaal kan, mag en zal veranderen - maar dat is geen excuus om het (nog) niet met de wereld te delen.**

Wat neem je vooral mee uit dit hoofdstuk? Voor welke eventueel belemmerende overtuigingen heb jij nog wat mindsetwerk te doen?

