



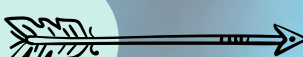
★ ePaper ★

# Start met jouw ebook

In 5 stappen jouw ebook van  
SCHETS NAAR SCHITTEREND!



SOMETHING ELSE  
Ilse ten Broek





# Hoi, ik ben Ilse!

Ik ben digitaal vormgever, mijn eigen bedrijf heet Something Ilse. Ik ontwerp eBooks, websites, stationary artikelen en huistijldocumenten, veelal in opdracht. Ook leer ik jou in mijn online trainingen alles over het maken van je eigen eBook & en het onderhouden van je eigen Wordpress website.

Ik vind het de grootste uitdaging om op onderzoek te gaan, mezelf te leren creëren op het gebied van illustreren, fotograferen en ontwerpen. Dit te mogen delen met (startende) vrouwelijke ondernemers is waar Something Ilse over gaat. Voor de ideale klant visueel maken van kleine en grote wensen en dan samen tot een ideaal eindproduct komen, dat is waar ik mijn positieve flow van krijg.

Na het ontwerpen van meer dan 50 eBooks en 100 lesmodules krijg ik iedere keer weer blij en enthousiaste reacties. Ik lever een uniek ontwerp in de huisstijl van de ondernemer op, waar spontaan nog meer ideeën en inspiratie uit ontstaan.

Een eBook en/of gratis weggever delen met jouw publiek is een echte 'must do' voor jouw onderneming om nog zichtbaarder te zijn en te blijven! Wanneer ik daar mee aan de slag ga volg ik altijd een vast stappenplan.


Dit stappenplan deel ik graag met andere ondernemers die graag zelf creatief aan de slag willen gaan. Want ik weet zeker dat je dit zelf ook kan!

In deze ePaper beschrijf ik in 5 uitgebreide stappen alle informatie die je nodig hebt om zelf jouw eBook te maken.

Van het schrijfproces & vormgeven tot aan het delen van jouw eBook met de rest van de wereld!

**Heel veel succes!**

*Ilse*



You are really  
*Somethingelse!*

Deze ePaper is onderdeel van de uitgebreidere online training 'Start met jouw eBook'.





# Inhoudsopgave

Inleiding.....	2
Inhoudsopgave.....	3
Stap 1 Kick off, ready, set go!.....	4
Stap 2 The look & the lay-out.....	25
Stap 3 The project.....	43
Stap 4 The final.....	52
Stap 5 The launch.....	61



You are really  
*Somethingelse!*








# Stap 1

## Kick off! Ready? Set? Go!

1. Wat is een Ebook?.....	5
2. Wat betekent een eBook voor jouw onderneming.....	7
3. Waarom een eBook maken?.....	8
4. Het doel van je Ebook.....	10
5. Het onderwerp van je Ebook.....	14
6. Ken je de term; jouw ideale klant?.....	16
7. Jouw positionering.....	18
8. Wat levert een goed Ebook op?.....	19
9. Plan Focus Do.....	20



Start where you are.  
Use what you have.  
Do what you can.





# Stap 1

## KICK OFF! READY? SET? GO!

### 1. Wat is een ebook?

Een eBook is een digitaal document, boek of magazine dat je kan lezen op een elektronisch apparaat. Dus op je mobiele telefoon, op je Ipad/tablet, op je computer of op een eReader.

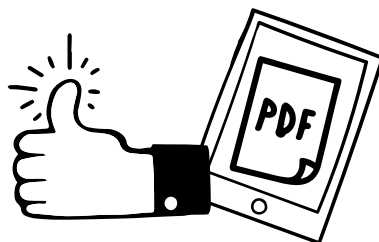
In een digitaal document is het mogelijk interactieve elementen te verwerken. Dit maakt een eBook ook een interactief document voor de gebruiker. Bijvoorbeeld doordat er 'linkjes' naar een website in verwerkt zijn, knoppen om door te klikken naar een andere pagina in het document of er is een vak gemaakt waar de gebruiker teksten kan invoeren.

Een eBook kan een gedigitaliseerde versie zijn van een 'echt' fysiek boek of speciaal als eBook gemaakt zijn.

#### Bestandstype PDF? (Portable Document Format)

Er zijn verschillende eBook-bestandstypen. Twee belangrijke om te noemen zijn het ePub bestand en het PDF bestand. Het ePub bestand is bekend omdat dit het bestandsformaat is voor de eBooks die je koopt/download bij bijvoorbeeld Bol.com of Storytel of die je huurt in de digitale bibliotheek. ePub bestanden bevatten technische codes die er voor zorgen dat het bestand zich aan kan passen aan ieder device of dat je de teksten kan vergroten of verkleinen.

In deze ePaper richten we ons op het maken van een digitaal en interactief PDF. Maar we houden er wel gelijk rekening mee dat jouw eBook print-en/of drukproof is. Want zo tof gaat jouw eBook er straks natuurlijk uitzien. Gebruikers willen jouw eBook online bewaren en uitprinten.





## Waarom een PDF bestand?

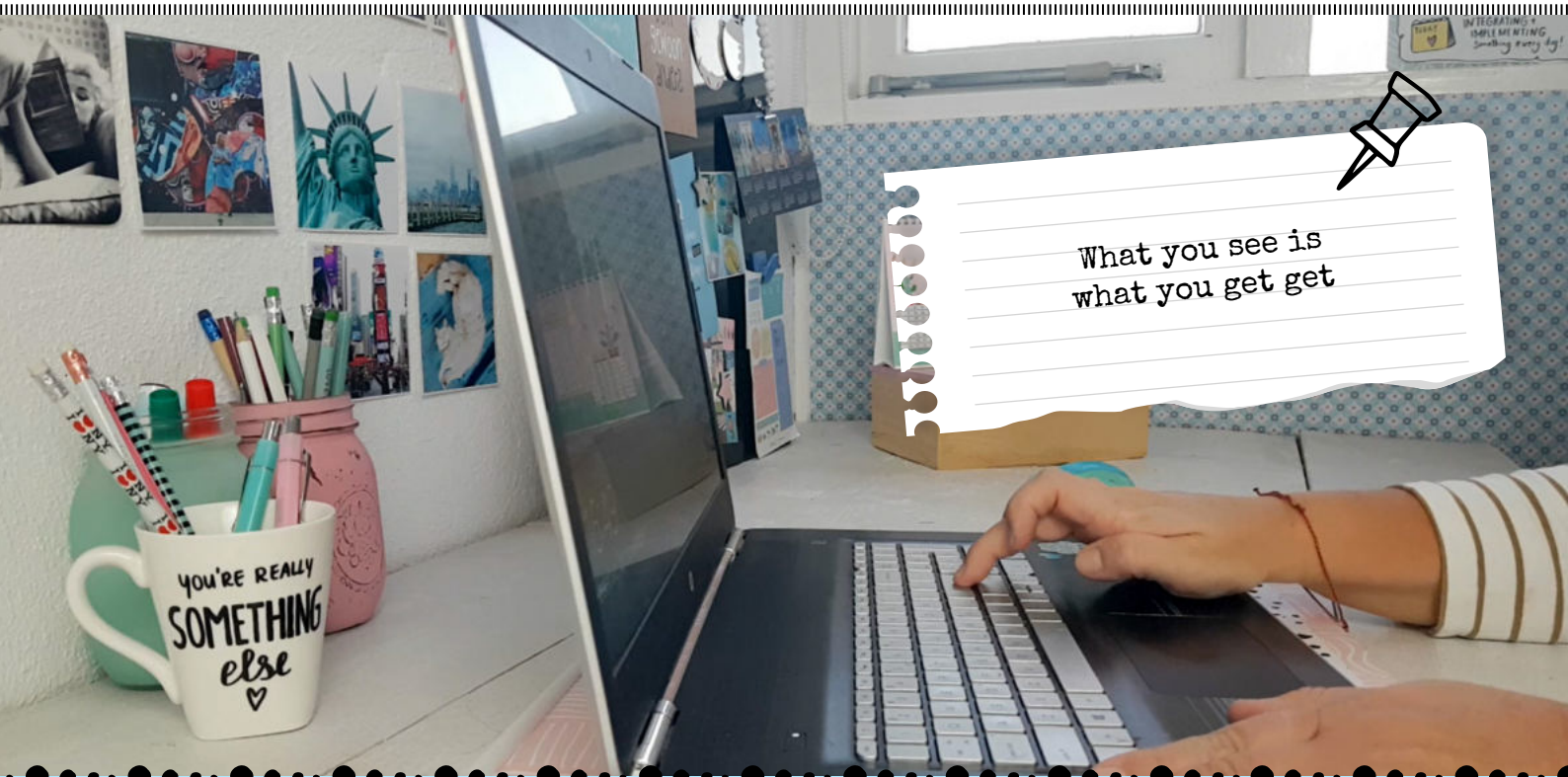
- ★ We willen een downloadbaar - interactief bestand maken wat op ieder device te openen is, door iedereen, op een computer, een telefoon of Ipad.
- ★ We willen op een 'goedkope, snelle en makkelijke' manier een betrouwbaar, representatief product maken wat we slim kunnen verspreiden via (social) media kanalen (website, e-mail, Facebook, LinkedIn etc.)
- ★ Een PDF is door iedereen met 'simpele' software te maken op een computer.
- ★ De programma's waar je je eBook in gaat maken zijn allemaal in staat om je document als PDF op te slaan of te exporteren als PDF.
- ★ De meeste eReaders kunnen (ook) een PDF openen.

## Waarom gebruik je geen teksdocument als eBook?

We willen dat de ontvanger, de gebruiker van jouw eBook, jouw PDF bestand ziet zoals jij het hebt vormgegeven! Dus met de afbeeldingen op de juiste plek en met de kleuren en lettertypes die je hebt gebruikt.

*Want ken je dat? Dat je een Wordbestand of PowerPoint bestand naar iemand hebt gestuurd en dat het hele bestand door elkaar wordt getoond bij de ander? Met andere lettertypes, rare tekens, code-taal of afbeeldingen die overal rondzweven?*

Als je je bestand opslaat als een PDF kan dit niet gebeuren! Een PDF geeft exact weer hoe jij je document hebt vormgegeven, het 'bevriest' je scherm/document en dit kan niet door iets of iemand anders worden bewerkt.







## 2. Wat betekent een ebook voor jouw onderneming

Wanneer je een eigen onderneming hebt, zoek je naar manieren om bekend te worden en blijven bij je doelgroep; je wilt opdrachten, klanten en/of bezoekers toch? Je wilt dat mensen weten dat jij er bent!

Waarschijnlijk heb je een tof ondernemersplan en een logo. Heb je visitekaartjes of flyers gemaakt en heb je een website. Of gebruik je een (social) media kanaal waar je al jouw diensten en producten aan je publiek tentoonstelt.

Er zijn allerlei methodes, (technische) adviezen en regels om een bezoeker op een website goed en overzichtelijk te informeren en rond te leiden op een website. Je hebt je website zo ingericht dat alles er op staat; wie jij bent, wat je te bieden hebt en waarom je graag wil dat mensen jouw product kopen, jouw praktijk bezoeken of jouw diensten afnemen. Kortom, klant worden. Bezoekers krijgen een goede indruk van jou en je diensten en je bent goed vindbaar.

Maar...Als jouw bezoeker/potentiele klant van je website wegsurft is het door het grote online aanbod niet zeker of diegene ook weer bij jou terug komt en/of dat je weer opnieuw gevonden wordt. Door 'vluchtig' surfgedrag is het best lastig op te vallen in de grote online wereld.

Daarnaast ben je ook druk met het organiseren van je praktijk, je eigen onderneming, je werk, gezin en ontbreekt het je aan de tijd om iedere week je website bij te houden, je statistieken van je vindbaarheid te bekijken, berichten te plaatsen en/of content te schrijven.

Natuurlijk kun je je (fysieke) promotiemateriaal in je directe omgeving wel verspreiden via je klanten en kennissen, zoals een flyer of een brochure of een aankondiging op een poster. Mond op mond reclame is de beste reclame die je kan hebben. Maar je bereik is dan vooral binnen een kleiner netwerk.

Daarnaast is het drukken van flyermateriaal een prijzige manier van marketing en heb je niet altijd zelf in de hand wat er met je flyers/visitekaartje gebeurt als je ze bij de peuterspeelzaal, de bibliotheek, gezondheidscentrum, het buurthuis of de supermarkt neerlegt. Want vaak wordt dit één keer in de maand opgeruimd en weggegooid. *Kijk jij vaak op de prikborden in gemeenschappelijke ruimtes?*



### 3. Waarom een ebook maken?

Een eBook is een waardevolle en snelle manier om je (online) bezoekers te voorzien van extra 'downloadbare' informatie. Een leuke manier om je (online) bezoekers te trakteren op een extraatje met als onderliggende gedachte potentiële klanten warm(er) te maken voor jouw aanbod en/of diensten voordat ze weer wegsurfen. Je geeft ze een digitale herinnering mee zodat er later een belletje gaat rinkelen wanneer ze jouw download uitgeprint tegenkomen op hun computer of telefoon.



#### Nog een paar leuke bijkomstigheden van het aanbieden van een eBook:

- ★ Een eBook/gratis weggever inzetten als marketingmiddel geeft je de mogelijkheid om sneller een groter bereik te genereren.
- ★ Een eBook werkt als presentatie middel om je te profileren als expert op jouw vakgebied.
- ★ Een eBook is een waardevolle manier informatie te delen/weg te geven over jouw kennis, kunde en/of vakgebied. Lezers te enthousiasmeren en een (groot) tipje van de sluier aan te bieden voor de (veel uitgebreidere) diensten die je levert.

#### Voorbeelden van een eBook:

- ♥ Een week-receptenmenu voor een voedingsprogramma
- ♥ Een hardloop/trainingsschema voor je leefstijlcoach praktijk
- ♥ Opvoedingstips voor peuters/kleuters/pubers
- ♥ Tips voor een opgeruimd hoofd en huis
- ♥ Kerst- en knutselideeën
- ♥ Printable ansichtkaarten met quotes
- ♥ Een kalender of planner



*En dan nog iets..., in ruil voor de download ontvang je een e-mailadres zodat je je lezers kan blijven informeren over de diensten en/of producten die jij aanbiedt. Maar daarover later meer!*

Als de inhoud van je eBook interessant is en het ziet er ook nog mooi en professioneel uit? Dan is een eBook heel waardevol voor je bedrijf en/of klantenkring! Denk of fantaseer eens hoeveel mensen je kan bereiken met een succesvol eBook! Je bereikt niet alleen mensen in je directe omgeving maar in heel Nederland, België, Europa en zelfs in de hele wereld!





### Enkele voordelen van eBook tegenover een echt boek:

- ★ In een digitaal document zijn wijzigingen en/of foutjes veel sneller te herstellen dan in een gedrukte versie.
- ★ EBooks zijn snel uit te breiden en aan te vullen met extra informatie. Daarnaast staat een eBook binnen no time online én weer offline.
- ★ EBooks bevatten over het algemeen minder informatie per exemplaar. Dus het is 'easy' meerdere eBooks per jaar uit te brengen of binnen een bepaalde periode verschillende delen uitbrengen.
- ★ Je bent niet afhankelijk van een andere partij, bijvoorbeeld een vormgever/uitgever/drukker/tekstschrijver. Je hebt zelf de regie en controle over de uitvoering, de uitgave en het tijdsplan.
- ★ En... Voor diegene die het belangrijk vinden... Het scheelt papier!



reach for the stars  
so if you fall  
you'll land on a cloud





## 4. Het doel van je Ebook

De inhoud van je eBook is natuurlijk het allerbelangrijkst. Want welk verhaal ga je vertellen en schrijven? Welke boodschap wil jij jouw lezers meegeven? Wat is jouw expertise? Het onderdeel waar veel ondernemers zich het hoofd over breken en waar ze zich soms ook door laten weerhouden.



*"Ik wil wel een eBook of gratis weggever maken, maar ik heb geen idee waar ik een eBook over moet schrijven".*

In een eBook beschrijf je relevante en specifieke informatie over jouw expertise, jouw kennis. Je geeft met jouw eBook bekendheid en inhoud aan (een onderdeel van) jouw werkzaamheden, je hobby, onderneming en/of organisatie door waardevolle informatie daarover te delen. Bijvoorbeeld over een bepaalde methode, een duidelijke uitleg, een stappenplan, veelgestelde vragen en/of je eigen ervaring met een product.

Door deze informatie (gratis) te delen geef je jouw ideale klant meer zicht in wat jij te bieden hebt of welke producten/diensten jij verkoopt. Je geeft jouw lezers een kijkje in je keuken!



Met het aanbieden van een eBook profileer je je als expert binnen jouw vakgebied.

### Een eBook als waardevolle gratis weggever

Een eBook aanbieden is dus een uitgelezen kans meer van jouw kennis en kunde te laten zien, een ideaal 'verkoopmiddel' om meer klanten en/of geïnteresseerden online naar je toe te trekken. Want wie vindt het nou niet leuk om een extraatje te krijgen wanneer je in een winkel iets bekijkt of wanneer je iets aanschaft (online).

Bied je je eBook als gratis weggever aan op je website dan geef je daarmee een heel waardevol kado weg. Iets wat je 'bezoekers' graag willen weten en hebben. Zo waardevol dat je je lezers er mee verbaasd, omdat je in een duidelijke behoefte voorziet. Je geeft een digitale goodiebag waardoor je je lezer extra warm maakt, nog enthousiaster krijgt en ze wel met jou in contact moeten blijven en zelfs graag klant willen worden.



Het doel van je eBook is een eerste stap naar een stukje vertrouwen en bekendheid met jouw onderneming. En een uitgebreide kennismaking met jou als persoon.

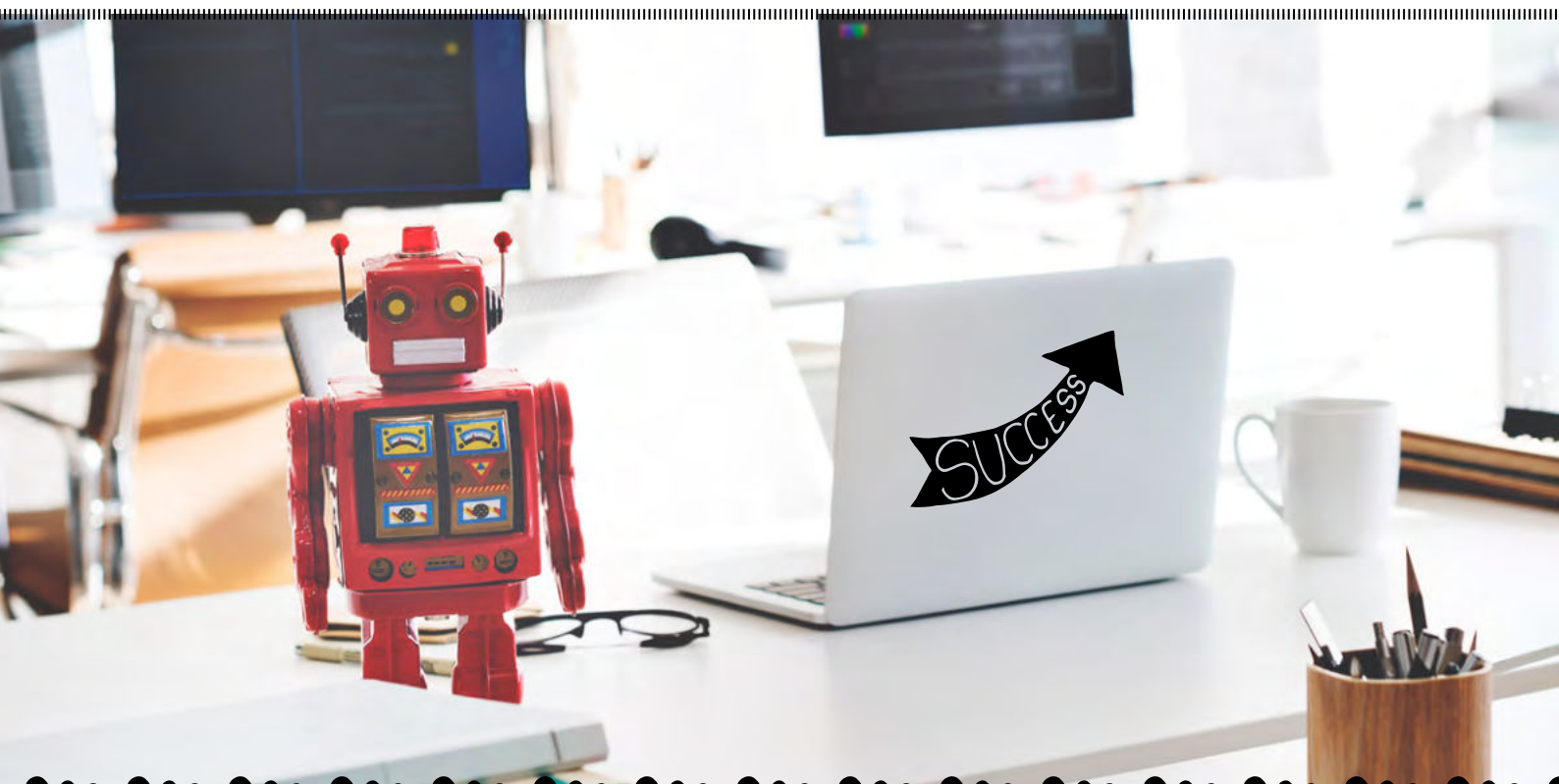
Want is jouw eBook een waardevol en persoonlijk document? Doet het zelfs een beetje pijn omdat je zo veel 'gratis' weggeeft? Dan weet ik zeker dat het de investering waard is. Je maakt het je lezer makkelijker en toegankelijker om een volgende keer contact met jou te maken, want ze 'kennen' je nu beter. Je hebt je lezer bruikbare tips gegeven waar iemand echt wat aan heeft, je raakt ze in een behoefte waarvan ze nog niet wist dat deze bestond.

Je geeft iemand door je eBook hulp en expertise die iemand echt nodig heeft waardoor je makkelijker en sneller bereikbaar wanneer ze nog meer diensten nodig hebben. Of waardoor je ze hebt overtuigd gebruik te maken van jouw diensten en aanbod, of jouw product te kopen.

Je potentiële klantenkring vergroot zich. Een eBook kan er voor zorgen dat je in het vervolg sneller benaderd gaat worden voor een opdracht en/of hulpvraag.



*Bedenk dus wanneer je tijd, energie en/of geld investeert in het schrijven en maken van je eBook, ook al is dit gratis. Dit niet betekent dat je er niets mee verdient. Want wanneer je een waardevol eBook schrijft investeer je, en genereer je op de lange termijn wel degelijk in meer klanten en opdrachten, dus ook in inkomsten.*







## Je eBook gebruiken om emailadressen te verzamelen.

Een ander doel van een (gratis) eBook is dat het je de mogelijkheid biedt een online contactenlijst en/of emaillijst op te bouwen.

### Hoe werkt dit?

Je kunt je eBook als download op je website plaatsen. Dit kun je 'gratis' doen maar je kunt het ook zo instellen dat iemand je eBook pas ontvangt als ze een emailadres achterlaten. Pas nadat iemand zijn emailadres heeft ingevuld ontvangen ze de downloadlink of stuur je het eBook op via de mail.

In de email die je stuurt bedank je je geïnteresseerde hartelijk voor het downloaden van je eBook, je wenst hem/haar veel leesplezier en je laat weten waar en hoe ze je kunnen bereiken wanneer ze meer vragen hebben.

De emailadressen die je zo verzameld kun je (later) weer gebruiken om mensen opnieuw te enthousiasmeren of informeren door bijvoorbeeld;

- ★ je maandelijkse nieuwsbrief te versturen
- ★ een workshop aankondiging te sturen
- ★ je aanbod van (nieuwe) diensten, producten
- ★ en/of je nieuwe weggever te promoten.

(Natuurlijk geef je de gelegenheid dat iemand zich ook weer kan uitschrijven voor je emaillijst, dit is wettelijk verplicht.

Hoe fijn het ook is om een fysiek product, boek of tijdschrift in je handen te hebben, de voordelen van een eBook als goedkope en snelle manier om informatie te delen is niet meer te onderkennen. De wereld wordt alleen maar digitaler en sneller. Het is nu de tijd daar op in te springen!



*Voel je nog weerstand tegen deze 'marketing' methode? Geef in je eBook aan dat je houdt van persoonlijk contact en bereid bent tijd in te ruimen voor een extra gratis gesprek wanneer er nog vragen zijn, of geef in je eerste email aan (de email van de download van je eBook) dat je je best doet om zoveel mogelijk waardevolle informatie te sturen en dat je niet wil spammen.*



## Jouw eBook als verkoopproduct

Natuurlijk is een eBook niet alleen geschikt als gratis weggever. Juist niet! Hoe leuk is het wanneer je je eBook als product verkoopt. Juist door de voordelen die een eBook met zich mee brengt t.o.v. een echt boek zoals lage kosten en snel digitale productie zijn er diverse ondernemers die hun eBook op hun website verkopen voor een 'relatief' klein bedrag. Maar ik heb ook eBooks gemaakt voor ondernemers die:

- ★ Een eBook als extra bonus verkopen bij een cursus of online programma.
- ★ Een uitgebreid eBook als verkoopproduct inzetten (receptenboeken, methodes/trainingen, reisgidsen, healthy planners etc.).
- ★ Ondernemers die hun eBook inzetten als extra onderdeel van een gedeeld aanbod van een verkopende partij. Bijvoorbeeld als onderdeel van een pakket met verschillende andere ondernemers. Waardoor je via je eBook klanten/inkomsten genereert.
- ★ Een eBook kan uitstekend dienen als (een serie) lesmateriaal, dan heet het misschien geen eBook maar noem je het een paper, een werkboek of module. Bijvoorbeeld voor een online lesprogramma, een eLearning (binnen het onderwijs).
- ★ Je eBook kan bij je (online) (video) masterclass horen die je als totaalpakket verkoopt.





## 5. Het onderwerp van je Ebook

Heb jij al een onderwerp voor je eBook?

Misschien wel de allermoeilijkste keuze. Want, waar ga je je eBook over schrijven? Vragen die je je kan stellen over het vinden van een onderwerp van jouw eBook:

- ★ Wat maakt jouw bedrijf, werk, hobby en/of methode zo interessant om een eBook over te maken. Kun je je lezers daar iets over leren, een tipje van de sluier lichten?
- ★ Wat zijn jouw expertises en waarmee onderscheid jij je met jouw diensten/producten van een ander?
- ★ Waar weet jij mensen op jouw vakgebied te boeien?
- ★ Waar ben jij in gespecialiseerd en waarover weet jij veel te delen? En op welke manier doe je dat? Heb je een eigen methode ontwikkeld? Volg je een stappenplan?
- ★ Waar wil jouw ideale klant meer over weten?
- ★ Met welke informatie ga je ervoor zorgen dat jouw eBook als een kadootje gaat voelen.
- ★ Waarmee maak je je lezers zo warm en enthousiast dat ze nog meer van jou of jouw onderneming willen weten en klant bij je willen worden.
- ★ Welke tips, tools, of trics kun je delen?
- ★ Kun je een eBook maken over de meest gestelde vragen die je krijgt?
- ★ Ook verassend, verleg de grootste obstakels waarom iemand jouw dienst of product *niet* zou willen kopen.

Duik in het hoofd van je ideale klant. Bedenk waar je huidige klanten of deelnemers het meest in geïnteresseerd zijn. Dit lijkt soms veel moeilijker dan het is.



*Je bent zo bezig met ondernemen en de dagelijkse werkzaamheden die dat met zich meebrengen dat veel onderwerpen voor jou al heel gewoon zijn geworden. Je denkt misschien dat iedereen dat al lang weet, of dat het niet zo bijzonder is wat jij doet want jij doet het niet anders dan een ander. Je hebt misschien minder in de gaten dat jouw kennis, hoe klein ook, al heel waardevol kan zijn voor potentiële klanten.*

*Weet dan dat jij altijd veel meer dan een paar stappen verder bent dan iemand die op zoek is naar jou.*





Juist die kleine wetenswaardigheden of activiteiten die jou geen enkele moeite meer kosten zijn ideaal om te beschrijven in je eBook. Kruip in het hoofd van jouw potentiële lezers of klanten.



**Tip!** Vraag het eens aan de mensen die dichtbij je staan, of aan de mensen met wie je (samen)werkt. Huidige klanten of stel een vraag via social media: *Wat wil jij van mij leren? Waar wil je (meer) over weten en/of uitgelegd hebben? Wat maakt dat jij bij mij komt? Of vraag; "ik wil een boek schrijven of cursus geven. Waar denk je dan aan?"* De antwoorden kunnen verrassend simpel zijn en geven je misschien super veel inspiratie en/of ideeën



*Heb je wel een onderwerp maar vind je de titel van je eBook nog lastig? Don't worry. Focus je eerst op het onderwerp en de inhoud. De titel wordt vanzelf duidelijk wanneer je begint te schrijven.*

### Ter inspiratie

Een paar populaire 'onderwerp' categorieën waaraan je kan denken: Wetenswaardigheden. Een (stappen) plan. Een methode. 10 Lessen & 10 valkuilen. Tips, tools & tricks. Een verzameling van blogs en berichten. Een paar inzichten of oefeningen. Vragen en twijfels uitgelegd....





Je klanten die het minst tevreden zijn, zijn je grootste bron om van te leren.  
Bill Gates



## 6. Ken je de term: 'jouw ideale klant'?

Bij het schrijven van je eBook is 'jouw ideale klant' een bekende (marketing) term.

### Want wie wil je bereiken?

Op welke doelgroep richt jij je? Wie zijn jouw klanten of deelnemers?

Hoe duidelijk weet je wie jouw ideale klant, cliënt of opdrachtgever is?

Hoe specifieker je die weet te omschrijven, hoe gericht je het onderwerp en de vormgeving van je eBook kan aanpassen op wat jouw ideale klant wil zien of wat hij/zij bij jou 'zoekt'.

Het formuleren van je ideale klant maakt het makkelijker je eBook te schrijven, want je weet voor wie je schrijft, daarnaast helpt het je bij de vormgeving en uitstraling van je eBook.

Uit ervaring weet ik dat je doelgroep of ideale klant beschrijven lastig kan zijn. Toen ik mijn ideale klant nog niet zo helder had realiseerde ik me pas na afloop van een opdracht dat iets niet zo lekker liep en twijfelde ik daardoor eerst aan mezelf. Omdat ik niet scherp had voor wie ik het allerliefst wilde werken ging ik volledig in dienst van de klant werken, dat is fijn voor de klant maar daarmee leg je jouw verantwoordelijkheid ook bij de ander neer.


Jouw klant komt juist bij jou voor jouw expertise. Ik wilde vooral dat iedereen tevreden en blij was en liet mijn eigen creativiteit daardoor minder naar voren komen.

Natuurlijk heeft dat ook te maken met groei en ontwikkeling in het ondernemen maar wanneer je heel scherp hebt wat jouw expertise is en je weet wie je potentiële klanten zijn, zorg je dat jouw aanbod steeds duidelijker wordt, juist voor je ideale klant.



Want jij snapt precies waar jouw klanten 's nachts wakker van liggen. Jij weet hoe en welke problemen je kan oplossen zonder dat het je veel moeite kost. Hoe beter jij dus weet uit te vragen en te filteren welke wensen en dromen jouw klanten hebben, hoe duidelijk het wordt wie jouw ideale klant, client of opdrachtgever is!





Hoe beter je je klanten kent,  
hoe beter je ze van dienst  
kan zijn.



Het Formuleren van jouw ideale klant is een goed hulpmiddel bij het bepalen van het doel en het onderwerp van je eBook (maar ook voor bijvoorbeeld de inrichting van je website of het ontwikkelen van promotie materiaal). Als je goed weet wie je wilt bereiken dan kun je daar het schrijven en de vormgeving van je eBook ook op aansluiten. *Wie gaat straks jouw eBook downloaden? Wie wordt er supersuper enthousiast van?*



*Een succesvol eBook heeft dus niet te maken met zoveel mogelijk downloads of het verzamelen van zoveel mogelijk emailadressen. Het gaat er vooral om dat wat je schrijft, wat je aanbiedt, en wat je laat zien bij jou hoort, maar ook bij jouw ideale klant. Je kunt veel geld investeren in advertentiekosten, en misschien levert het je meer dan 500 downloads op. Maar als er geen ideale klanten tussen zitten heb je er helemaal niks aan. Ik zie liever 20 downloads en 10 nieuwe potentiële opdrachten of klanten toch?*

## Beschrijf jouw ideale klant.

De volgende vragen kunnen je daar bij helpen:

- ★ Is jouw ideale klant een man of een vrouw? In welke leeftijdscategorie?
- ★ Wat is de gezinssituatie van jouw ideale klant?
- ★ Welke hobby's heeft je ideale klant?
- ★ Favoriete vrijetijdsbesteding?
- ★ Waar kijkt hij/zij naar op televisie, YouTube of Netflix?
- ★ Welk tijdschrift leest hij/zij?
- ★ Welke interesses heeft jouw ideale klant nog meer?
- ★ Hoe is haar of zijn huis ingericht? In wat voor omgeving woont hij/zij?
- ★ Waar gaat hij/zij op vakantie, en is dit een luie, actieve, zon of wintervakantie?
- ★ Waarom komt hij/zij naar jou toe, wat bied jij aan wat hem of haar aanspreekt?
- ★ Waar heeft jouw ideale klant jou voor nodig?
- ★ Welke behoefte vervul jij?



*En...Jouw beeld van de ideale klant mag ook veranderen, want je verandert zelf ook. Bied je verschillende diensten en producten aan? Dan spreek je misschien ook wel verschillende ideale klanten aan. Houd daar rekening mee.*





## 7. Jouw positionering

Jouw eBook wordt een belangrijk onderdeel binnen jouw merk, jouw unieke onderneming. Vlak voordat je bent gestart met jouw onderneming ben je vast al bezig geweest met waarom je bent gaan doen wat je nu doet. Je hebt een missie en een visie, weet wie je bent en waar jij voor staat met jouw aanbod van diensten en/of producten. Dit komt tot uiting in je bedrijfsvoering, logo, huisstijl en in de omschrijving van je ideale klant.

Jouw (ondernemings)identiteit, marketing en positioneringsactiviteiten worden bij elkaar beschouwd als branding. Jouw branding, maar ook jouw interactie met je publiek, bepaalt hoe er op jou, je onderneming en jouw eBook gereageerd wordt en werkt mee of jouw eBook een graag gezien en succesvol eBook wordt.

In stap 2 komt de praktische toepassing van jouw branding van je eBook uitgebreid ter sprake.

- Lay-out en ontwerp
- Een verzorgde uitstraling en herkenbare huisstijl

In de online training '**Start met jouw eBook**' krijg je een toffe bonus van Doran van Veenendaal. Een introductie masterclass over positionering, jouw boodschap en authentieke branding. Waar sta jij voor, en wat is jouw hartmissie?





## 8. Wat levert een goed Ebook op?

Een goed eBook levert je meer zichtbaarheid en een expertstatus op bij jouw ideale klant. Want als jouw waardevolle content (inhoud) en/of onderwerp aanspreken en je steekt voldoende aandacht in het delen, verspreiden en aandacht vragen voor je eBook en/of je aanbod dan blijft je doelgroep bij jou betrokken en trek je steeds meer nieuwe klanten aan.

Mensen zijn enthousiast over je kennis en je informatie, ze delen jouw naam en jouw eBook, er volgen meer downloads en emailadressen. Op die manier bereik je met een eBook een steeds grotere geïnteresseerde groep! Het leidt tot meer bezoekers op je website, meer deelnemers aan je workshop en/of meer klanten in je praktijk. En, misschien nog wel belangrijker: een eBook geeft een boost aan zelfvertrouwen en inspiratie om steeds succesvoller te willen zijn. Een goed eBook en/of weggever maakt dat je zichtbaarder durft te zijn. Je programma's worden voller, je gaat meerdere trainingen per jaar geven. Je aanbod en je ideale klant worden steeds duidelijker. Een goed eBook maakt dat je meer gaat 'verdienen'!



*Een niet te missen onderdeel in jouw eBook is de Call to Action! Met een Call to Action in je eBook zorg je ervoor dat de lezers een vervolgstap maken die ze nog dichter bij jou als klant brengen. Meer over de Call to Action in hoofdstuk 3.*





## 9. Plan, Focus, Do

Bij de planning en het maken van je eBook is het goed overzichtelijk te hebben welke stappen er allemaal komen kijken bij het tot stand brengen van je eBook. Want er komt meer bij kijken dan je denkt :-).

### Welke pet zet je op?

Je bent namelijk van alles in één; bedenker, schrijver, redacteur, fotograaf, DTP-er, eindredacteur, hoofdredacteur, vormgever, etc.

Bij alle rollen horen verschillende werkzaamheden. Kijk maar eens in de colofon van een tijdschrift of een boek! Je ziet verschillende mensen staan die een bijdrage leveren aan de realisatie van een eBook groot of klein. En als je eBook af is, ben je er ook nog niet, want je gaat je eBook ook nog 'verkopen', het moet op je website gezet gaan worden, je gaat (email) berichten maken, het delen op social media enzovoort. Allemaal verschillende rollen.

Focus en overzicht is belangrijk voor dat je start! Probeer overzichtelijk te krijgen welke rollen er bij de maak van jouw eBook aan bod gaan komen. Welke rollen je zelf voor je rekening gaat nemen en welke rollen je gaat uitbesteden.

### Schrijfplanning

Ik start zelf pas met de vormgeving van een eBook als het schrijfwerk zo goed als af is. Wanneer de inhoud in grote lijnen duidelijk is. Dan lukt het me pas te visualiseren welk beeld ik er bij ga zoeken en welke indeling ik moet schetsen.



*Toen ik net startte met Something Ilse kreeg ik wel eens A4 tjes met een klein stukje tekst en de vraag, "kun jij alvast een opzetje en een cover maken?" Natuurlijk deed ik dat, want ik wilde graag opdrachten. Over het algemeen lukte het ook wel, maar deed ik er echt wel een paar uur (langer) over dan wanneer ik een kant en klaar document aangeleverd kreeg. Het kostte me veel meer tijd om de juiste look & feel te pakken te krijgen. Als ik mijn eerste opzetje achteraf vergeleek met de oorspronkelijke versie dan kwam dat helemaal niet overeen. Best wel zonde van de tijd die ik er vooraf in had gestoken.....*





## Bekijk in je agenda wanneer je je eBook af wil hebben en plan een datum.

Probeer per rol of onderdeel uit te zoeken hoeveel tijd het je ongeveer gaat kosten. Plan vanaf deze datum terug met behulp van de rollen die aan bod komen bij de maak van je eBook.

*Er zijn diverse planningen, tips en tools (gratis) online te vinden wanneer het aankomt op een planning maken, zoek vooral een methode die bij jou past. Maar plan het wel!*

## Maak eerst een schrijfplanning!

In hoofdstuk 3 wordt beschreven hoe de indeling van je eBook er uit ziet. Deze indeling kan je helpen om je een schrijfplanning te maken. Het geeft een overzicht van de inhoud van je eBook. Voordat je start met de vormgeving van je eBook zorg je dat je tekstdocument namelijk klaar is.

Houd bij het bepalen van de tijd die het je kost dus ook rekening met hoe leuk je welke rol vindt en geef je jezelf ook tijd om in een rol te groeien? Of beslis je gelijk dat je sommige dingen wil uitbesteden?



*Weet je het nu 'gewoon' nog niet, no problem en vooral don't worry. Na het volgen van de online training 'Start met jouw eBook' heb je een prima beeld van hoeveel tijd iedere rol jou heeft gekost. Waar je bent afgehaakt of 'aan' gegaan. Jouw volgende eBook is veel sneller klaar omdat je deze training een template hebt gemaakt wat je zo weer inzet voor een nieuw project. Je weet precies welke tijd het je gaat kosten en welke taken je de volgende keer (wel) uitbesteed. Jouw volgende eBook wordt een makkie!*



What comes first,  
What comes next!



Schrik je van alle rollen die je hebt bedacht of die je bent tegengekomen?  
Kan ik me voorstellen! Stap voor Stap! Het scheelt als je je er vooraf van bewust bent. Focus en richt je daarom op één onderdeel tegelijk! Volg je planning en stap heel bewust in de rol waar je op dat moment mee aan de slag gaat!

*Is dat schrijven? Dan ga je schrijven, gewoon typen of op papier.  
Ga je oefenen met een ontwerpprogramma? Dan plan je aparte tijd in voor ontwerpen en ga je niet schrijven. Laat je tijdens het schrijven ook niet verleiden om toch te gaan experimenteren met verschillende lettertypes die je wilt gaan gebruiken. Dat komt later, dat is voor de vormgever.*

*Even geen goedlopende zinnen? Of weet je niet hoe een woord gespeld moet worden? Komt later. Dat is voor de redactie. Zodra je gaat googlen beland je in je e-mails van die dag en ben je iets anders aan het doen.*

*Lekker aan het vormgeven en op zoek naar een afbeelding die je er bij wilt plaatsen? Surf je toch nog even snel even naar een websites met gratis foto's? Niet doen, straks mag je een mapje fotos gaan klaarzetten.  
Ondertussen een ander briljant idee hebben en voor je inspiratie nog even naar Pinterest of Instagram? Een uurtje (of twee) later en je hoofd zit vol met ideeën, je computer werkt niet meer mee of heeft niet opgeslagen waar je mee bezig was.*

*Aaaargh...Je bent moe, je hebt niet af wat je af wilde hebben en je moet nog boodschappen doen.... Laat voor vandaag maar weer even zitten... Morgen begin je weer opnieuw....*





## Herkenbaar?

Focus je op wat je op dat moment te doen staat en laat je niet afleiden. Zet desnoods een timer en zet alles om je heen uit. Popt er toch een leuk idee of gedachte op? Schrijf het op in een 'voor later' notitieboekje.

In de online training '**Start met jouw eBook**' deel ik een handige planner en rollenoverzicht voor de planning van jouw eBook.

## De stap 1 onderwerpen nog even op een rijtje;



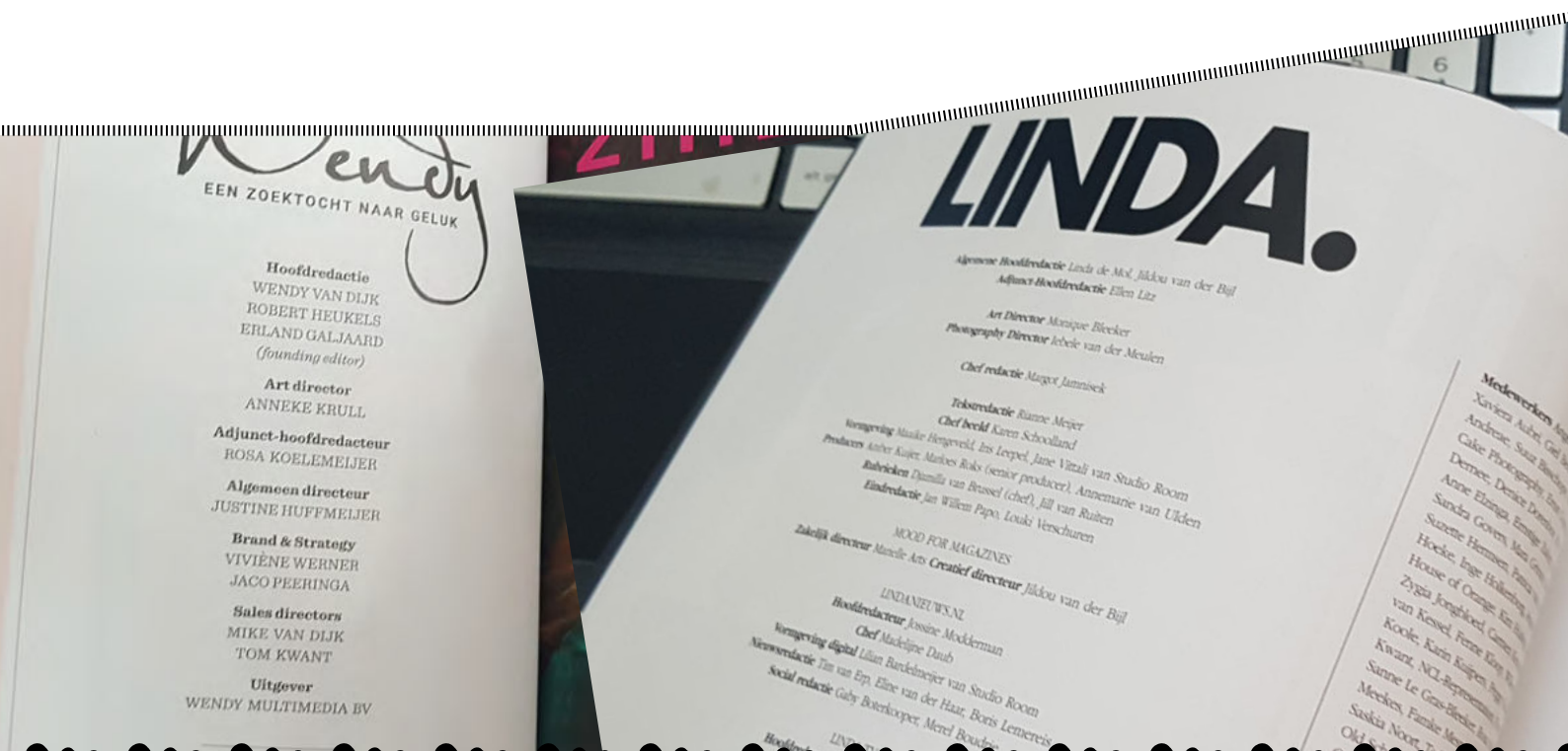
Wat is een eBook en wat kan een eBook voor jou en jouw onderneming betekenen?

Waarom maak je een eBook en wat wordt jouw doel?

Over welk onderwerp maak je een eBook en wie is jouw ideale klant?

Bepaal wanneer jouw eBook af is en maak een planning.

Wie staat er straks in jouw colofon?





# Notities







# Step 2

## The Look & the Lay-out

### 2.1 Inleiding.....26

Hoe maak je een eBook.....27

Software.....27

### 2.2 De Lay Out.....28

1. Het formaat van je eBook.....28

2. De pagina indeling (grid/stramien).....29

3. De vaste afmetingen.....30

### 2.3 The look.....32

1. Huisstijl.....32

2. Pinterest.....34

3. Logo of beeldmerk.....34

4. Fonts.....35

5. Kleur.....36

6. Fotografie.....38

7. Illustraties.....41



# Step 2

## THE LOOK & THE LAY-OUT

### 2.1 Inleiding

Zo, hoofdstuk 1 was best taai al of niet?

- ★ Heb je je onderwerp helder?
- ★ Een titel of onderwerp bedacht misschien?
- ★ Een (schrijf) planning gemaakt?
- ★ Wat is het doel van je eBook en wanneer wil je deze lanceren?

Poeh hé! Stap 1 is 'for sure' de stap waar ik het langst mee bezig ben. Het bedenken en concreet maken welke boodschap je wil communiceren, hoe je dit in tekst concreet maakt en overzicht creëren in hoofdstukken. Ik vind het wel een klusje!

Voor jou is het misschien juist de makkelijkste stap en heb je al precies duidelijk wat je wil gaan delen in je eBook en is het komende hoofdstuk juist lastiger! Het maakt niet uit, je bent waar je bent en dat is prima!

In dit hoofdstuk gaan we van creatief met inhoud, naar creatief aan de slag! Ik vind het het leukste gedeelte. Maar....Hier schakelen veel ondernemers mij dan ook in :-).

In stap 2 ga je aan de slag met the look en the lay-out. We laten de inhoud en tekst even voor wat het is en richten ons op de vormgeving van het eBook. Ik leg je uit over het gebruik van je huisstijl. Afbeeldingen, kleuren & lettertypes, maar ook over de afmetingen, het grid/stramien en het formaat van je eBook.

# CREATE



The alternative  
to good design is bad design  
NOT no design at all



## Hoe maak je een Ebook?

Weten wie je bent en waar je voor staat komt tot uiting in o.a. je missie, je visie, de omschrijving van je ideale klant, je marketing, positionering, etc. Daarnaast heb je ook je visuele identiteit, want hoe laat jij jouw onderneming zien in beeld, heb je bijvoorbeeld al een logo of een huisstijl?

Weet je welke kleuren je wil gebruiken? Heb je een favoriet lettertype? Heb je afbeeldingen die passen bij je eBook en die je gaat gebruiken bij de vormgeving van je eBook? En is het passend bij de uitstraling die je wil laten zien? Past het bij jou? Past het bij je onderwerp?

Zoals ik al schreef ik bij Stap 1. Branding is zowel jouw bedrijfsidentiteit als je visuele identiteit, alle activiteiten hierom heen bepalen mede hoe er op jouw manier van ondernemen gereageerd wordt en of jouw eBook een graag gezien en gedownload document wordt.

In dit hoofdstuk zetten we alle visuele designzaken op een rijtje. Je ontwikkelt een eigen uitstraling zodat je herkenbaar en professioneel zichtbaar wordt!

Hoe integreer je vervolgens deze huisstijl in je eBook en hoe maak je er een overzichtelijk, duidelijk, uniek en tof (en schitterend) uitziend document van? Dit leer ik je uitgebreid in mijn online training **Start met jouw eBook**.

### (Adobe) software

Professionele ontwerpers werken met (veelal) de Adobe software. Adobe biedt professionele software programma's zoals Indesign, Illustrator en Photoshop. Deze Adobe grafische programma's zijn allemaal met elkaar te combineren, het biedt mogelijkheden voor (digitaal) illustreren en vormgeven, het bewerken van foto's en video (montages), animatie, webdesign etc.

Een eBook maken kun je op verschillende manieren maken in verschillende software programma's zoals word, powerpoint, google docs, etc. Maar wanneer jij wil dat je een eBook een schitterend design gaat worden gebruik je minimaal een ontwerpprogramma waar je tekst en afbeeldingen 'makkelijk' met elkaar weet te combineren. In de training werken we met het (gratis) online ontwerpprogramma Canva ([www.canva.com](http://www.canva.com)).



## 2.2 The Lay-out

### Het formaat van je eBook

Wanneer je een eBook gaat vormgeven is een A4 formaat het beste formaat om mee te starten. Dit formaat is het meest gebruikelijk en zowel op een computer of op een mobiel apparaat prima te lezen. Een slag kleiner, het A5 formaat is ook nog goed leesbaar op ieder scherm.

En, niet onbelangrijk,

- ♥ Een A4 formaat is qua resolutie niet te groot en niet te klein.
- ♥ Een A4 bestand is voor iedere gebruiker makkelijk te printen.
- ♥ Een A4 formaat is makkelijk om te zetten naar een A5 formaat of juist groter naar een A3 formaat.
- ♥ Een A4 bestand is fijn leesbaar op een iPad en een telefoon.
- ♥ Op een A4 formaat is het fijn werken en ontwerpen op een scherm.
- ♥ Een eBook op een A4 formaat kun je liggend (landscape) vormgeven of 'gewoon' recht op (portrait).
- ♥ Let op! Een eBook wordt digitaal vaak rechtop gelezen, vooral op een iPad of een telefoon.



### Printables

Ebooks en/of werkboeken willen vaak door de gebruiker graag geprint worden (vooral wanneer je opdrachten met invulbare vakken of een pagina voor notities hebt gemaakt). Een rechtopstaand A4 document is dan het fijnst voor de gebruiker, het past in iedere ordner/map, printen is easy en dus het meest gebruiksvriendelijk.

In de online training '**Start met jouw eBook**' werken we op het formaat A4 in staande richting (portrait). De afmeting van een A4 document is 297 mm (hoogte) x 210 mm (breedte)

### Schermkwaliteit versus printkwaliteit

Ga niet af op de kwaliteit van je scherm wanneer je je ontwerp wil printen. Op een scherm lijkt je ontwerp al heel snel prima, maar voorkom teleurstellingen! Er is bij het digitaal ontwerpen onderscheid te maken in schermkwaliteit (72 dpi) en printkwaliteit (300 dpi). Wanneer je de (pixel) afmetingen van een A4 gebruikt, en je wilt je ontwerp (laten) printen, test vooraf of het je bestand van voldoende grootte en kwaliteit is door goede kwaliteit foto's te gebruiken en je bestand als drukbestand op te slaan.





Voordat je start met je ontwerp in Canva bepaal je het formaat waarin je gaat werken. Het formaat in centimeters en/of pixels & de richting van de pagina (staand, liggend of vierkant).

## De pagina lay-out

Wanneer je je formaat hebt bepaald bepaal je een lay-out voor je eBook. (andere woorden zijn raster, stramien of grid). Een lay-out is net als een inhoudsopgave voor de inhoud van je boek een houvast voor de vormgeving van je document.

Een lay-out bepaald voor een groot gedeelte welke indeling of afwisseling je gebruikt voor je tekstvlakken, afbeeldingen en witruimte. Door (variaties) op eenzelfde indeling steeds weer terug te laten komen, dus te herhalen op de verschillende pagina's van je eBook creëer je rust, structuur, duidelijkheid en overzicht.

Je ontwikkelt met een succesvolle lay-out mede de look & feel van een professioneel document. En niet alleen van het eBook wat je gaat maken, een duidelijke lay-out kun je voor diverse andere ontwerpen weer opnieuw inzetten waardoor jouw unieke branding ontstaat.



Begin je document dus altijd met de keuze van het formaat, maar denk vervolgens na over een lay-out die je wilt gebruiken. Doe je dat niet dan mist je document straks een basis en/of visuele harmonie.

### Hoe doe je dat?

- ♥ Je houdt je aan een paar vaste afmetingen rondom je pagina's (de witruimte, de marges).
- ♥ Teken een paar pagina's met hoe je je eBook/lay-out voor je ziet, het gaat er om dat je je aan een stramien of grid vast kan houden waardoor je overzicht hebt.

*Let op een grid/stramien mag je creativiteit niet in de weg staan. Het is een basis kader waar je je aan vast kan houden maar mag je niet dwingen om binnen deze grenzen te blijven. Het kan soms ook beter uitkomen of juist bijzonder zijn om er op een pagina van af te wijken. Dit voel je je op een gegeven moment vanzelf aan!*

LOOK AT THINGS DIFFERENT



## Vaste afmetingen

De volgende afmetingen zijn belangrijk bij het maken van een lay-out voor jouw eBook.

- ♥ Marges (afloop en verloop)
- ♥ Lettergroottes
- ♥ Regelhoogte en letterafstand

### Marges

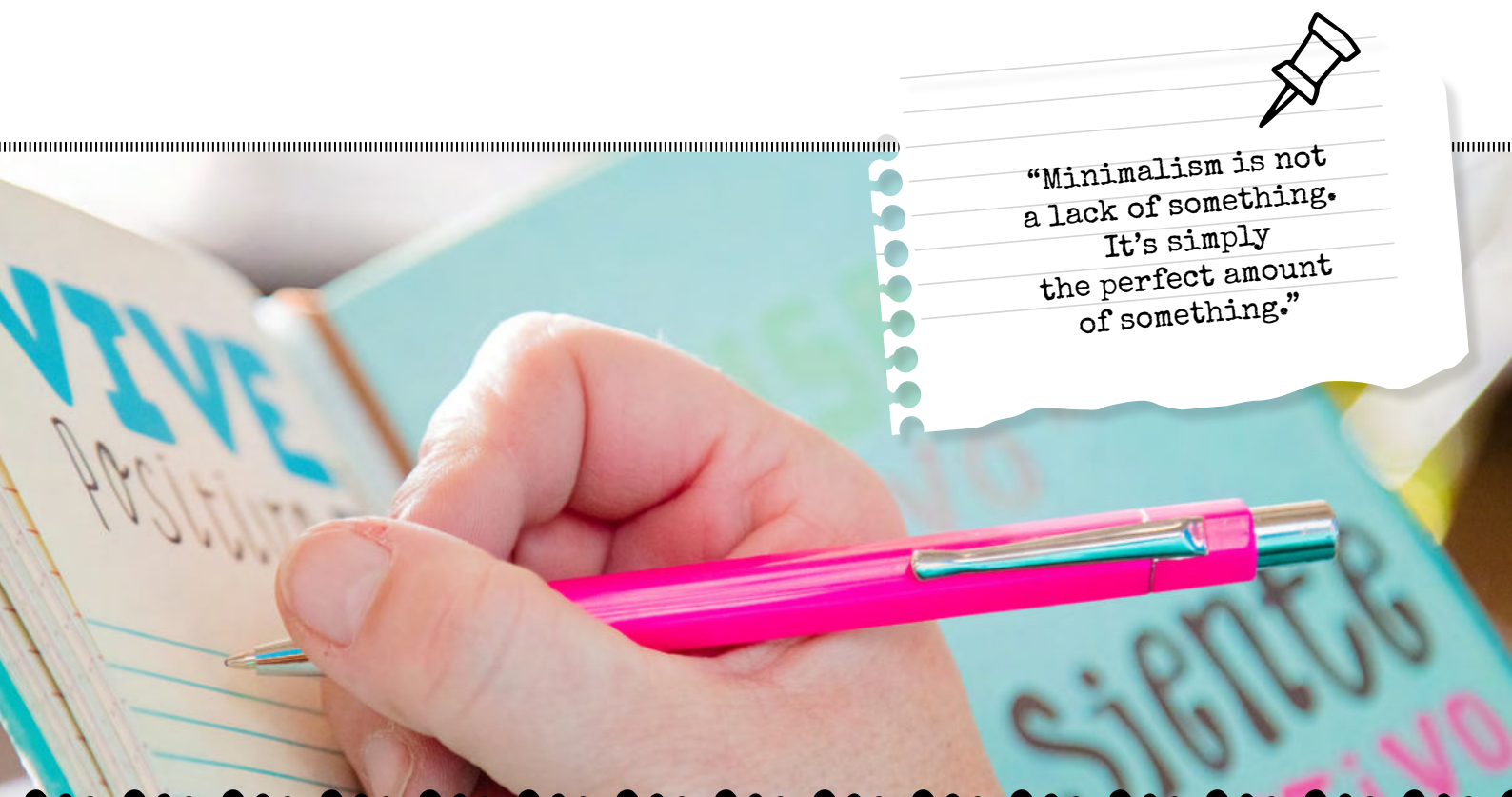
De marges van de pagina zijn de witranden rondom je pagina.

#### Verloopmarges

Zet je teksten en afbeeldingen niet te dicht langs de randen. Dit is praktisch niet handig want de kans is groot dat er bij het printen teksten worden afgesneden. Maar, belangrijker, het oogt veel rustiger en ruimtelijker, dus mooier.

#### Afloopmarges

Daarnaast heb je de afloopmarges, dit is de afstand ten opzichte van de snijranden van je blad, een paar milimeter buiten om het normale formaat van je pagina. Deze afloop is niet perse nodig bij een eBook maar heb je des te meer nodig wanneer je een document professioneel laat afdrukken.





## Lettergroottes

We maken in je eBook onderscheid tussen titelteksten, kopteksten en alineateksten.

Een **titeltekst** is bijvoorbeeld de titel van je boek of de titel van een hoofdstuk.

De **kopteksten** zijn de teksten boven je alinea teksten.

De **platte teksten** zijn jouw normale alineateksten.

Voor je Lay-out helpt het als je de verschillende soorten tekst door het hele document dezelfde grootte geeft. In ieder geval alle alineateksten en alle kopteksten. De titel van je eBook is de enige uitzondering, dit doe je naar smaak.

## De regelhoogte en letterafstand

Naast de lettergrootte is de regelafstand ook apart in te stellen. Meestal staat dit standaard in je bewerkingsbestand ingesteld en hoef je dit niet te veranderen. Soms is het mooier bij het lettertype wat je kiest of geeft het een ruimtelijker effect om deze iets groter te maken.

- ★ Houdt één regelafstand in tussen je teksten voor je hele eBook.
- ★ Gebruik voor extra ruimte tussen je teksten alleen de enter knop op je toetsenbord.

★

Hetzelfde geldt voor de letterafstand. Dit staat per lettertype standaard ingesteld wat past bij het design van het lettertype zelf. Houd deze letterafstand voor je hele eBook hetzelfde. Of beter, laat het op standaard staan.




### Tip!

Oefen en speel met je lay-out en de verschillende afstanden voordat je definitief gaat vormgeven. Sla je bestand al snel eens op als PDF met twee of drie pagina's waar je de verschillende afstanden hebt uitgeprobeerd en bekijk hoe dit toont op je computer, tablet en/of telefoon. Wanneer je dit niet doet is het een hele klus het later allemaal weer op elkaar aan te passen.

In de online training '**Start met jouw eBook**' leg ik uit hoe en welke marges, lettergroottes, regelhoogtes en letterafstanden je gebruikt en hoe je deze aanpast in het programma Canva.





A good first impression  
can work wonders



## 2.3 The Look

The look van je eBook! Zo belangrijk! Eigenlijk hoeft jouw ideale klant alleen maar een glimp te zien van jouw ebook en/of de cover om te weten dat het om jouw product gaat. Mede met the look van je eBook creëer een bepaalde verwachting en kun je aantrekkingskracht uitoefenen op jouw ideale klant.

### Huisstijl

The look is net als de lay-out onderdeel van jouw brand, jouw merk. We noemen the look van jouw eBook hier voor het gemak 'de huisstijl'.

De belangrijkste huisstijl elementen voor de vormgeving van 'the look' van je eBook zijn:

- ♥ Je beeldmerk en/of logo
- ♥ De soorten lettertypes die je gebruikt (fonts)
- ♥ Het kleurenpalet
- ♥ De manier waarop je je foto's en/of afbeeldingsmateriaal gebruikt. (de beeldbank die je creëert)







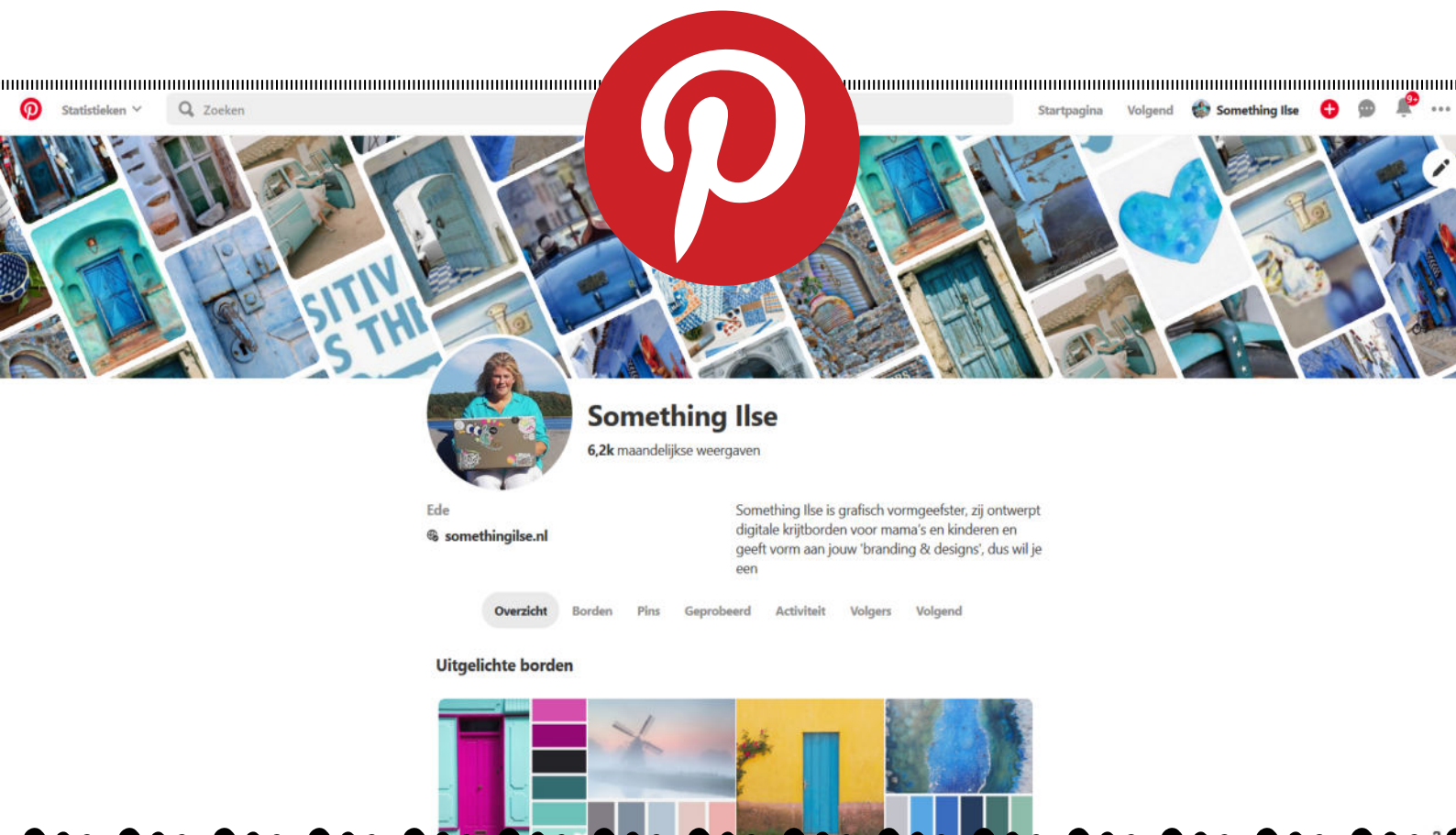
Het is handig om je huisstijl gegevens overzichtelijk op een rijtje te hebben naast het vormgeven van je eBook.



De combinatie van afbeeldingen, lettertypes en kleuren 'maakt' je huisstijl en staat voor hoe jij je wil presenteren met jouw onderneming. Het gaat helemaal over 'het beeld' wat je wilt uitstralen, de visuele indruk die je wilt achterlaten.

Een huisstijl-ontwikkeling kun je natuurlijk uitbesteden bij een grafisch vormgever. De vormgever kijkt dan samen met jou, wie jij bent, wie je ideale klant is, in welke sector/omgeving je onderneemt. Welke producten en/of diensten je verkoopt. Jouw missie en jouw visie. Alles gaat zich vertalen in jouw huisstijl, visuele identiteit. Er ontstaat zo een uitgebreid vision/moodboard van kleuren, afbeeldingen en lettertypes die past bij jouw onderneming en die je kant en klaar kan gebruiken.

Het is juist heel leuk wanneer je dit zelf gaat ontwikkelen. Vind je het lastig jouw wensen in digitaal beeld om te zetten? In de online training '[Start met jouw eBook](#)' leer je zelf je huisstijl te ontwikkelen en kun je een template invullen met jouw huisstijl gegevens. En er is een toffe bonus van Marte Methorst te downloaden over het maken van je eigen moodboard en huisstijl.





## Pinterest

**Pinterest** is de ideale digitale tool om inspiratie op te doen als het om het ontwikkelen en bedenken van je huisstijl gaat.

Pinterest is een website die werkt als een online prikbord (pinboard). Op Pinterest kun je voor allerlei onderwerpen borden aanmaken, deze borden geef je een naam en je online moodboard is klaar om in gebruik te nemen!

Alle afbeeldingen, teksten, ideeën, quotes die je inspireren kun je bij elkaar 'pinnen' op jouw speciaal aangemaakte bord. Je creëert zo in no time een persoonlijk online moodboard.

Gebruik de zoekfunctie binnen Pinterest om bij onderwerpen te komen waar je meer over wil weten (zoek bijvoorbeeld op lettertypes/fonts en kleurenpalet).

## Logo of beeldmerk

In een eBook draait het voornamelijk om 'het hele plaatje'. Natuurlijk staat je beeldmerk, je logo ook centraal. Maar de complete huisstijl is net zo zichtbaar en belangrijk. Je huisstijl is juist de combinatie van de lettertypes, kleuren en afbeeldingen in combinatie met je logo of met afbeeldingen uit je logo, het één versterkt het ander!



### Tip!

Heb jij al een logo? Bij het vormgeven van eBooks vind ik het zelf heel leuk om elementen uit een logo te gebruiken. Dit kan 'het lettertype' uit het logo zijn of bepaald kleurgebruik, maar vaak zitten er ook kleine elementen of afbeeldingen in een logo die ik terug laat komen op bepaalde plekken in een eBook.



## Fonts

Lettertypes of fonts. Bijna het belangrijkste onderdeel van je eBook.  
Een lettertype maakt of kraakt je eBook.

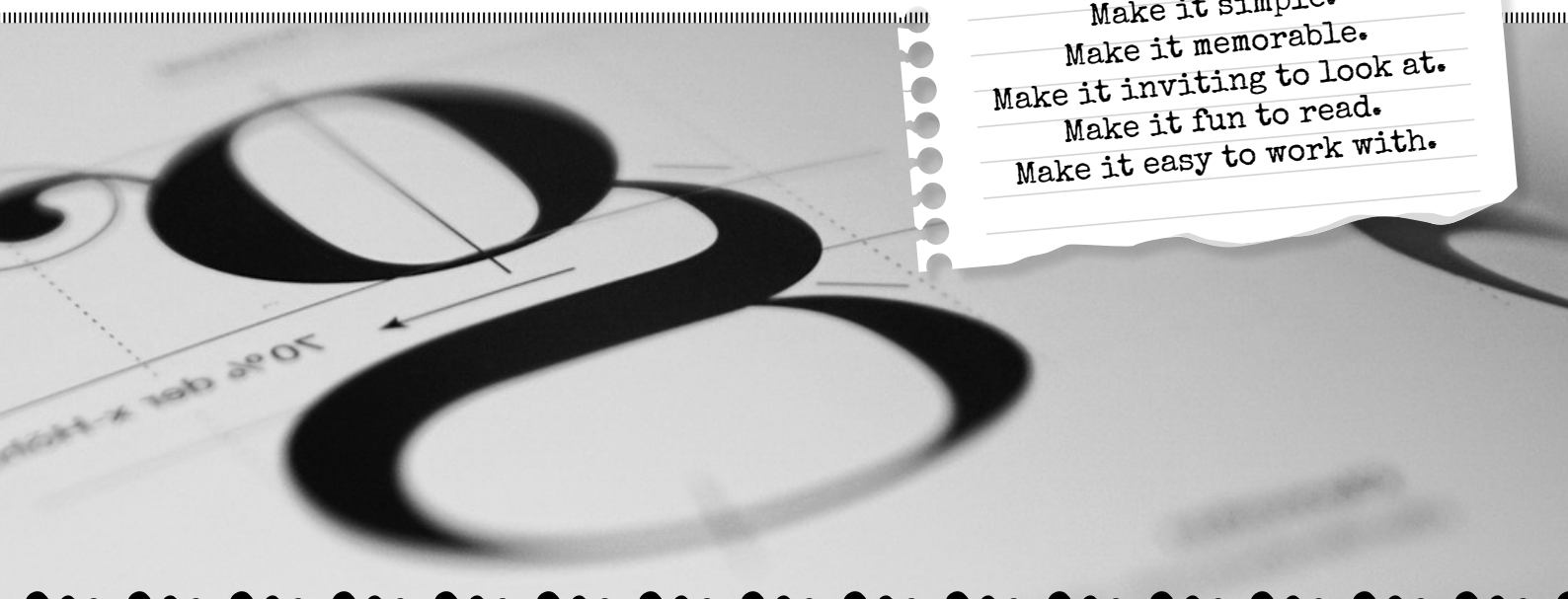
*Wanneer je je hele eBook in dit lettertype opmaakt, zal je lezer hoogstwaarschijnlijk na de eerste regel je eBook al aan de kant leggen...*

Wanneer je je hele eBook schrijft in dit lettertype blijft het misschien een beetje saai, niet zo boeiend of aantrekkelijk.

Het afwisselen in lettertypes en groottes geeft 'jeu' aan je eBook. Maar werkt ook marketingtechnisch. Kijk eens naar de verschillende lettertypes op producten in de supermarkt en/of op tijdschriften. Je maakt het voor je lezer, jouw ideale klant, overzichtelijk en duidelijker om bepaalde keuzes te maken. Zo werkt het ook in een eBook. De keuze van een lettertype kan er voor zorgen dat jouw product beter verkoopt of dat jouw eBook beter gelezen wordt, omdat het klopt met wat de lezer van jou of jouw product verwacht.

In een eBook gebruik je in eerste instantie niet meer dan drie verschillende lettertypes. Een lettertype voor je titelteksten, één voor je kopteksten en één voor je alineateksten.

Er zijn diverse websites waar je gratis lettertypes kunt downloaden. [Dafont.com](https://dafont.com) is een bekende en fijne website! Wil je een uniek zelfgemaakt font door een ontwerper? Kijk dan eens op [www.creativemarket.com](https://www.creativemarket.com) of [elements.envato.com](https://elements.envato.com).



Make it simple.  
Make it memorable.  
Make it inviting to look at.  
Make it fun to read.  
Make it easy to work with.





## Kleur

Over kleuren en kleurgebruik kun je zoveel vertellen. Kleuren geven energie, kracht en sfeer aan je eBook.

In je huisstijl beschrijf je welke kleuren je gebruikt voor jouw onderneming. Je benoemt kleuren als kleurcodes. En je beschrijft hoe je gebruik maakt van kleur. Bijvoorbeeld:

- ♥ wat zijn de hoofdkleuren
- ♥ welke kleuren zijn geschikt voor teksten
- ♥ welke kleuren gebruik je op een achtergrond

Maar kleur gaat ook over het kleurgebruik van je afbeeldingen of illustraties. Gebruik je bijvoorbeeld alleen zwart/wit foto's? Of geef je al je foto's eenzelfde (kleuren) filter?

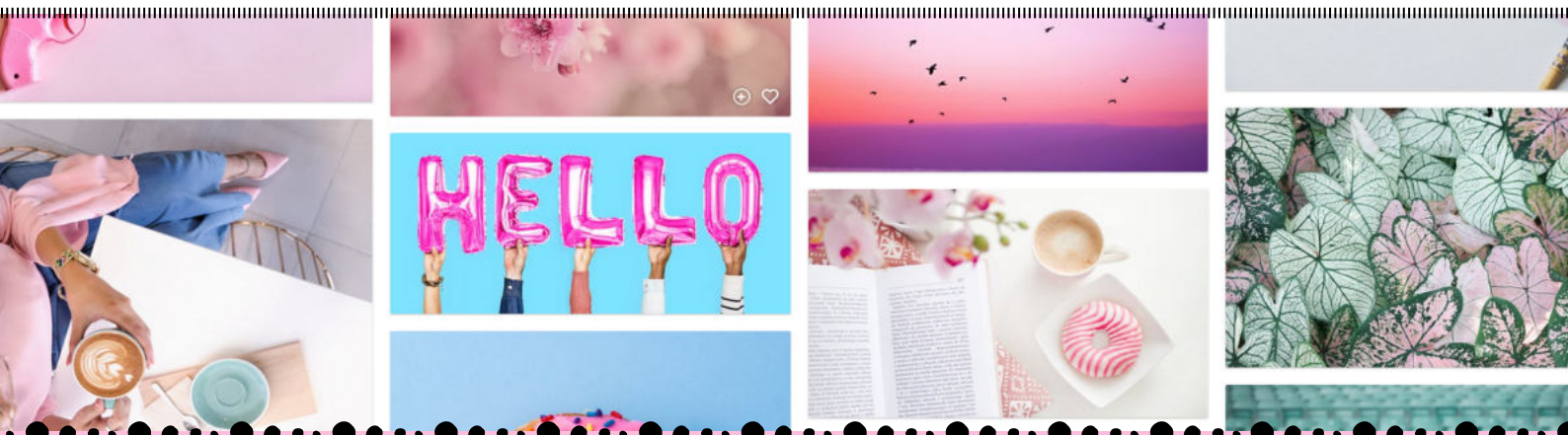
Kleur hoeft niet alleen te betekenen dat je veel of alleen opvallende kleuren gebruikt. Het gaat om de keuzes die je maakt en de unieke sfeer en energie die je wilt uitstralen. Wanneer je bijvoorbeeld alleen zwart/wit foto's gebruikt met zwarte teksten en een aantal gele accenten en je voert dat consequent door dan zet je je merk, branding neer met je kleurgebruik.

Kleurgebruik en keuze zegt veel over jezelf, en is dus heel persoonlijk, logischerwijs is het ook heel erg afhankelijk van het onderwerp van je ebook.

## Kleurcodes

Op een computerscherm zien kleuren er anders uit dan wanneer je de kleuren op een print of gedrukt ziet. Dit is een vrij technisch 'verhaal' maar wel degelijk iets om rekening mee te houden.

Het belangrijkste wat je moet weten om met kleuren in je eBook of in je huisstijl te gebruiken is hoe je digitaal met kleuren werkt en welke codes je nodig hebt.





Alle kleuren hebben een code, bestaande uit een (een combinatie) van letters en cijfers. Er zijn verschillende kleurcodes:

### RGB kleuren

Deze code gebruik je bijvoorbeeld in tekstprogramma's zoals Word.

### CMYK kleuren

Deze kleurcode gebruik je voor drukbestanden.

### PMS/Pantone

Een universele, unieke en exacte kleurcode (professioneel gebruik).

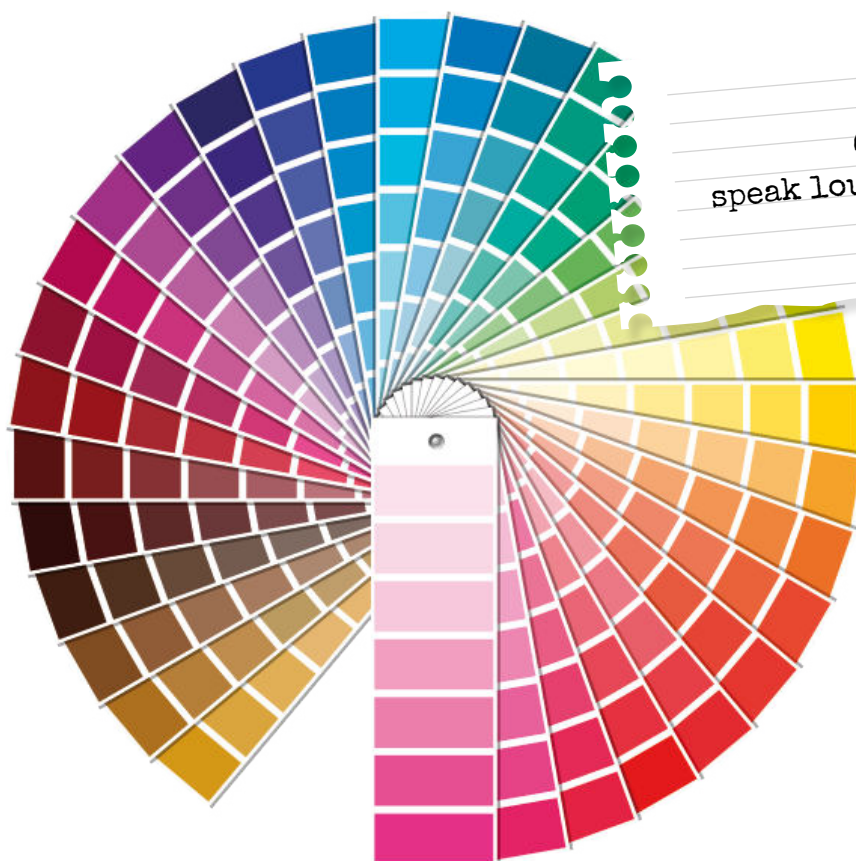
### Hex code

De scherm-kleurencode voor websites en Canva.

### RAL code

Verfkleuren, Bekend van de verf strips in de bouwmarkten.

In de online training **Start met jouw eBook** ga ik uitgebreid verder in op het gebruik van kleuren en kleurcodes. Je maakt je eigen kleurcodes aan je leert hoe je deze gebruikt in het ontwerpprogramma Canva.



Colors  
speak louder than words

## Heb jij je huisstijl volledig op een scherm ontwikkeld?

Weet of onthoud dat alle verschillende (merken) computer of mobielschermen kleuren verschillend tonen. Waar een kleur op het ene scherm mintgroen is, lijkt het op een ander scherm lichtblauw of soms zelfs legergroen. Dit verschil kan enorm zijn!

De printkleur kan er dus anders uitzien. Daarnaast heb je te maken met de soort 'papier' waarop geprint wordt waardoor de kleur ook nog kan veranderen (mat papier, hoogglans, dikker papier, karton, plastic etc..). Voorkom dus een teleurstelling wanneer je geprinte eBook, sticker, banner of visitekaartje niet overeen komt met de kleur die je op scherm ziet.

## Fotografie

Natuurlijk ga je afbeeldingen in je eBook gebruiken, toch? Een eBook kan eigenlijk niet zonder. Het maakt je eBook zoveel aantrekkelijker. Daarnaast versterken afbeeldingen of illustraties je verhaal, je boodschap, het kleur- en taalgebruik, de uitstraling en de sfeer van je eBook

Welke (soorten) afbeeldingen gebruik je in je eBook?

→ *Altijd een foto van jezelf!*







## Stockfoto's

Het is helaas verboden om willekeurig foto's te gebruiken die je op internet hebt gegoogled. Dit heeft met de auteurs- en gebruiksrechten van de fotograaf te maken, je riskeert hoge boetes wanneer je dit wel doet. Gelukkig blijven er voldoende manieren over om jouw eBook van mooie plaatjes te voorzien!

### Een aantal mogelijkheden op een rijtje:

Stockfoto's zijn afbeeldingen/beeldmateriaal die je online kan aanschaffen. Ze zijn na aanschaf te downloaden en rechtenvrij te gebruiken.

### Gratis stockfoto's

Gelukkig, stockfoto's zijn er ook gratis, want ik ben er fan van :-). Er zijn diverse websites waar je 'gratis' (stock) foto's vindt die je ook rechtenvrij mag gebruiken. Soms vragen de fotografen een kleine bijdrage voor een kop koffie of dat je de download(site) deelt op je social media.

### Mijn favoriete sites voor gratis stockfoto's zijn:

[www.pexels.com](http://www.pexels.com)

[www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)

[www.nl.freeimages.com](http://www.nl.freeimages.com)

[www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)



## Je eigen beeldbank

Eerlijk is eerlijk! Het allermooist is om je eigen beeldbank te creëren! Je bent dan verzekerd van unieke beelden met een persoonlijke touch. Je kan rekening houden met een kleurenpalet, de sfeer die je wilt uitstralen, en je komt zelf ook herkenbaar (en prachtig) in beeld.





Je kunt natuurlijk zelf je camera pakken en fotos maken maar je kan jezelf ook een echte fotoshoot van een professionele fotograaf cadeau geven! Gegarandeerd eindeloos fotomateriaal ter beschikking.

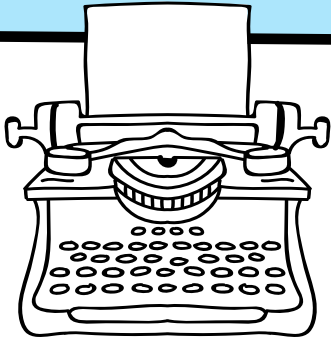
Waar houd je in je eBook rekening mee als het gaat om de afbeeldingen die je gebruikt:

- ♥ Kies voor duidelijke en scherpe afbeeldingen.
- ♥ Gebruik 'professioneel' genomen foto's.
- ♥ Zakelijke doelgroep? Zakelijke afbeeldingen.
- ♥ Gebruik foto's die passen bij je ideale klant.
- ♥ Geen over- of onderbelichte foto's of rode ogen.
- ♥ De foto's passen bij het onderwerp van je eBook. Een vakantiekiekje mag best maar is het passend bij het doel, onderwerp of de sfeer van je eBook?
- ♥ Let op met (de kwaliteit) van selfies.
- ♥ Crop je foto's (indien nodig) tot een mooie uitsnede (geen halve hoofden).
- ♥ Bewaar je beste foto voor de cover en gebruik geen dubbele foto's in je eBook. (Wanneer dit geen onderdeel van je lay-out is).
- ♥ Wanneer je voor een filter kiest, kies er één. Gebruik geen filter op filter.
- ♥ Kies bewust hoe je je afbeeldingen bewerkt, kies voor een eigen stijl.
- ♥ Kies foto's die qua kleuren mooi passen bij je huisstijl (of andersom ;-))
- ♥ Maak je zelf je foto's? Kies voor de beste kwaliteitsinstellingen (op je telefoon).

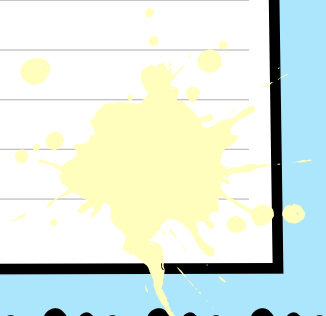


”  
you must not be afraid  
to sparkle a little brighter  
darling!





# Notities





# Step 3

## The Project

3.1 Canva.....44

3.2 Hoofdstuk indeling..... 46

Hoeveel pagina's heeft jouw eBook..... 46

Welke onderdelen staan er sowieso in jouw eBook

Een inhoudsopgave..... 47

Een voorwoord / inleiding..... 47

De Hoofdstukken en sub-hoofdstukken..... 47

Het nawoord..... 49

De volgende elementen zijn daar in niet te missen

Een Cover.....48

een foto van jezelf en meer informatie over jezelf..... 48

pagina nummering..... 48

een footer..... 48

Een CTA (call to action)..... 49

Een copyrightteken..... 50

Een colofon..... 50



# Stap 3

## THE PROJECT



Je hebt na het lezen van Stap 1 en Stap 2 inmiddels een duidelijke basis om te starten met je eBook. Jouw eBook krijgt steeds meer vorm. Geeft het al een duidelijker beeld wat een eBook je kan opleveren? Welke investeringen je daar in moet doen qua energie, tijd en geld?

Je hebt een overzicht tot je beschikking met allerlei basisgegevens waar je eBook aan moet voldoen.

- ♡ In stap 1 heb je over je teksten nagedacht, je hebt een onderwerp bepaald en je weet waarom je een eBook gaat maken.
- ♡ In stap 2 heb je je huisstijlgegevens verzameld en weet je aan welke afmetingen je moet houden.
- ♡ Weet jij al in welk programma jij jouw eBook gaat maken?

In de online training '**Start met jouw eBook**' leer ik je uitgebreid hoe je alle verzamelde informatie praktisch toepast in het ontwerpprogramma Canva.



## Canva

Canva biedt je volop mogelijkheden jouw eBook te maken. Je hebt een gaaf ontwerp in no time, ook als je niet ervaren of technisch bent. Canva laat je op een professionele manier je teksten combineren met afbeeldingen.

### Waarom Canva?

Naast het maken van je eBook ga je ook aan de slag met het ontwikkelen van jouw merk, jouw uitstraling. Canva zorgt er voor dat je al deze ontwerpen in één programma kan bewaren. Je verzamelt al je huisstijlgegevens op één plek en vanuit daar ontwerp je alles wat je nodig hebt voor jouw onderneming.



YOU  
CAN(VA)  
DO IT!



Of je nu een fotocollage wil maken, je eigen logo wil ontwikkelen, een uitnodiging voor een feestje wil maken of een facebookbericht wil plaatsen, Canva maakt digitaal vormgeven eenvoudig.

**En dat is voor de Start van jouw eBook het belangrijkste.  
Op een eenvoudige manier ontwerpen zodat het leuk is en blijft!**

Canva is leuk, motiveert en inspireert, en is daarnaast zeer gebruiksvriendelijk. Canva is beschikbaar op je mobiele telefoon, iPad en computer. Bewerk foto's, voeg tekst, elementen, stickers, randen, kaders en nog veel meer toe. Kortom, Canva is een ideaal programma om je (eerste) huisstijlontwerpen in vorm te geven.

Voor Canva is het nodig dat je je eenmalig aanmeldt, maar je kan vervolgens gelijk aan de slag!

## Canva Pro

Met een gratis account kom je in Canva een heel eind! Maar wanneer je net iets meer wil is er ook een betaalde versie: Canva Pro. Voor ongeveer 10 euro per maand heb je een aantal voordelen ten opzichte van de gratis versie.

### De belangrijkste;

- ★ Je hebt de mogelijkheid zelf lettertypes toe te voegen.
- ★ Je kunt al je huisstijlgegevens in één map bewaren.
- ★ Je kunt meerdere kleurenpaletten maken, bijvoorbeeld van je eigen huisstijlkleuren. Je hoeft dus niet steeds je kleurcodes bij de hand te houden (wanneer je meer dan drie kleuren wil bewaren).
- ★ Je kunt afbeeldingen of illustraties zonder achtergrond opslaan (PNG formaat), handig wanneer je een logo wil maken of een afbeelding over een tekst wil plaatsen.
- ★ Het is mogelijk in een team samen te werken.
- ★ Je kunt je ontwerpen makkelijker resizen naar een ander formaat (bijvoorbeeld van facebook- naar instagramformaat). Zonder een nieuw document te hoeven aanmaken.
- ★ Je hebt toegang tot vele templates van allerlei verschillende ontwerpen.
- ★ Je kunt gebruik maken van een nog grotere bibliotheek met (gratis) afbeeldingen.

Kortom, ben je van plan veel gebruik te maken van Canva of heb je de smaak te pakken dan kan de betaalde versie een waardevolle bijdrage leveren! In de training 'Start met jouw eBook' is het niet direct noodzakelijk.



# Hoofdstuk indeling

## Hoeveel pagina's heeft jouw eBook

Er is geen regel uit hoeveel pagina's je eBook moet of mag bestaan. Dit is mede afhankelijk van het onderwerp en het doel van je eBook.

Ga je je eBook inzetten als gratis weggever? Dan is het gebruikelijk een eBook tussen de 5 en 20 pagina's aan te bieden.

Is je eBook een verkoopproduct of geef je het weg bij een online programma, dan gebruik je zoveel als nodig is.

Zorg dat het leesbaar, overzichtelijk, is met een goede indeling.



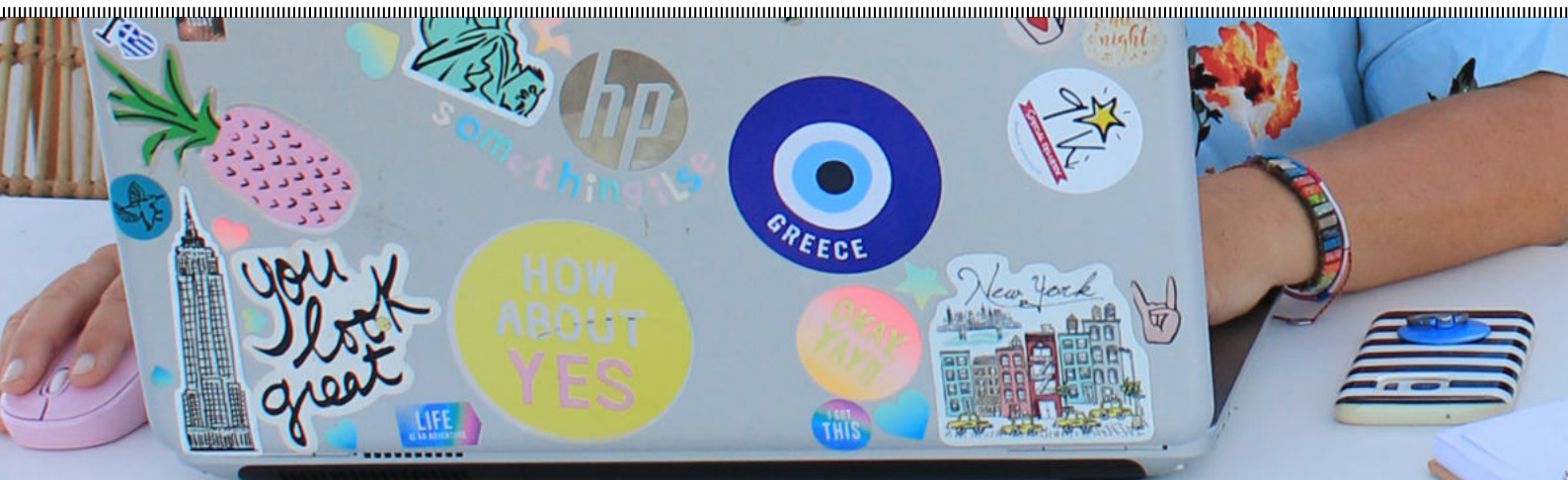
*Dit betekent niet dat je eBook als gratis weggever niet waardevol moet zijn, juist wel. Probeer veel waarde te geven zonder er een heel boekwerk van te maken.*

Gebruik je je eBook om uitleg te geven, bijvoorbeeld over een training die je geeft of een methode die je gebruikt dan hebben deze eBooks vaak ook meer pagina's. Is je eBook een verzameling van blogs, beschrijf je een werkvorm of vult jouw eBook een hele training/methode, dan ga je al vaak richting de 20-50 pagina's.



## Tip!

Veel te delen? Bekijk of je de hoeveelheid in pagina's kan opsplitsen in meerdere eBooks of werkboeken. Bijvoorbeeld voor een online programma.





## De volgende hoofdstukken verwerk je in je eBook

- ♥ Een inhoudsopgave
- ♥ Een voorwoord / inleiding/ aankondiging
- ♥ De Hoofdstukken en sub-hoofdstukken
- ♥ Het nawoord

De volgende elementen zijn daar in niet te missen.

- ♥ Een Cover
- ♥ Een foto van jezelf en meer informatie over jezelf
- ♥ Pagina nummering
- ♥ Een footer
- ♥ Een CTA (call to action)
- ♥ Een copyright teken
- ♥ Een colofon

### Tip!



Maak geen witpagina's in je eBook (zoals in boeken wel gebeurt) met bijvoorbeeld alleen een titel. Dit is niet interessant voor je digitale lezer die scrollt direct over deze pagina's heen. Het kan wel als je het op een creatieve manier vormgeeft in jouw look of als onderdeel van je lay-out.

### ♥ Een inhoudsopgave

Heb je een eBook met meer dan 20 pagina's dan is een inhoudsopgave wel zo fijn voor je lezer. Het is afhankelijk van het onderwerp of de hoofdstukindeling. Bestaat jouw eBook uit 5 stappen en geef je dit in je Lay-out duidelijk aan met grote cijfers dan is dat heel overzichtelijk. Maar heb je verschillende hoofdstukken titels en subtitels dan is een inhoudsopgave beter om snel te scannen wat de lezer waar kan gaan verwachten of waar ze sneller naar toe kunnen scrollen.

### ♥ Een voorwoord / inleiding

In deze onderdelen beschrijf je wie je bent, wat je doet, voor wie je dat doet, waarom en wat men kan verwachten. Eventueel plaats je er een stukje bij van een klant of een bekende die iets verteld over jouw eBook. Of je plaatst een (korte) referentie van een ervaring van een klant die al bekend is met jouw aanbod.





### ♥ De cover

Natuurlijk maak je een spetterende eyecatcher van de voorkant van je eBook! Wanneer jij door een boekhandel loopt, of een tijdschriftenrek bekijkt pak je onbewust ook het eerst het boeken of tijdschrift met dat ene onderwerp, de bepaalde foto of uitstraling die je aanspreekt. Wanneer je eBook klaar is, is het ook het leukst je eBook te presenteren door de cover van je eBook te laten zien. Je wil jouw doelgroep enthousiasmeren en warm maken jouw eBook te downloaden dus wil je deze zo aantrekkelijk mogelijk maken. Besteed hier extra aandacht aan en maak de cover in dezelfde huisstijl (en lay out) als de rest van je boek.

### ♥ Een foto van jezelf en meer informatie over jezelf

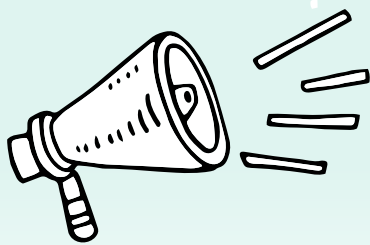
Een eBook is een waardevol cadeau voor jouw ideale klant. Met ieder eBook wat gedownload wordt geef je een stukje van jezelf weg. Maak er dankbaar gebruik van door het zo persoonlijk mogelijk te maken. Iemand download jouw eBook niet voor niets, diegene heeft jouw eBook uitgekozen. Hij of zij wil meer van jou en jouw onderneming weten. Denk dus niet 'het gaat niet om mij, het gaat om wat ik doe'. Tuurlijk! Maar deze persoon wil het van jou horen, wil het van jou leren! En niet van een ander. Stel je dus voor in je eBook. Beschrijf je drijfveren, je missie, je visie, je ervaringen, en maak het nog persoonlijker met een afbeelding van jezelf! Ik wil altijd graag weten met wie ik te maken heb en wil daar graag een gezicht bij, jij niet? Gooi al 'je charmes en kunde' in de strijd en realiseer je dat je altijd een paar stappen verder bent dan je ideale klant.

### ♥ pagina nummering

Ook al is het voor je eBook niet perse nodig. Wanneer jouw lezers jouw eBook printen is het wel heel handig dat je paginanummering hebt aangebracht. Zodat het ook als printable duidelijk en overzichtelijk blijft welke informatie op welke plek staat. Wanneer je in je teksten verwijst naar bepaalde pagina's is het natuurlijk een belangrijk item!

### ♥ De footer

De footer is een balk onderaan de pagina's van je eBook. Deze hoeft je niet perse te maken natuurlijk maar het is een mooi item om mee vorm te geven als onderdeel in je lay-out. Je kunt het gebruiken om op iedere pagina de website te noemen (met een hyperlink er in). De pagina nummering past mooi in de footer en je kunt de footer gebruiken om aan te geven waar je op dat moment bent in het eBook, bijvoorbeeld welk hoofdstuk of welke stap.



## Call to Action

Vergeet het doel achter je eBook niet! Welke actie wil jij de lezers laten maken nadat ze je eBook hebben gelezen?

- ★ Wil je ze maandelijks je nieuwsbrief kunnen sturen? En was het emailadres voor nu voldoende?
- ★ Bied je binnenkort een workshop of training aan waar ze aan kunnen deelnemen? Met korting misschien?
- ★ Verkoop je producten uit je eBook en geef je een kortingscode bij de eerste bestelling?
- ★ Start er binnenkort een online programma over de methode uit je eBook?
- ★ Geef je een voorstelling waar kaarten voor beschikbaar zijn?
- ★ Maak je je nieuwe website of aanbod kenbaar?
- ★ Begin je een challenge?

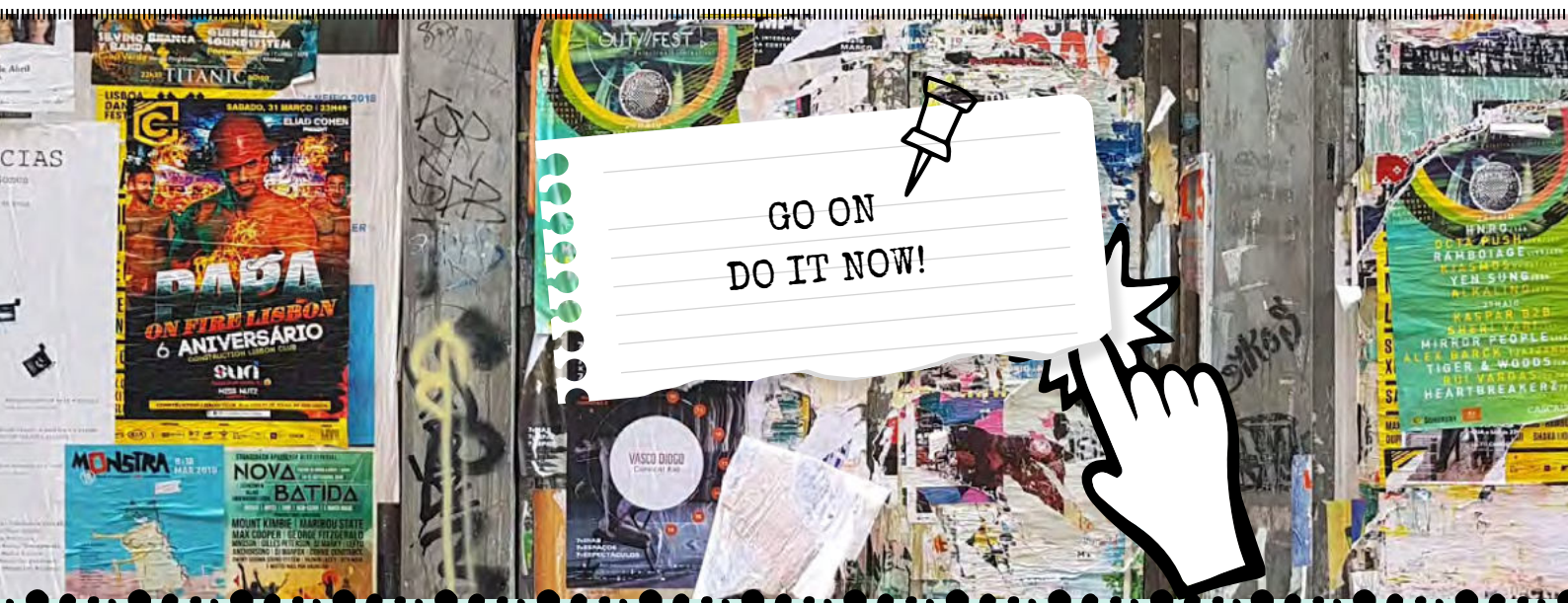
Er zijn tal van mogelijkheden. Dit marketingtooltje noem je een Call to Action. Welke vervolgstap bied jij je lezers aan wanneer ze jouw eBook hebben gelezen? In de vormgeving geef je duidelijk aan waar en hoe je je lezers aanzet tot actie.

### Verwerk een Call to Action in je eBook.

Er zijn verschillende mogelijkheden om een Call to Action te verwerken in je eBook, hoe creatiever of interactiever, hoe leuker!

**Een duidelijke call to action is namelijk opvallend en niet te missen!**

In het ontwerp van je eBook zet je de Call to Action op een duidelijke plek op je pagina. Het liefst in het voorwoord of nawoord. In de begeleidende mail kun je dezelfde Call to Action gebruiken.





## ♥ Het nawoord

In het nawoord van je eBook bedank je je lezer voor het downloaden van je eBook en het lezen. Je rond hier je eBook af, laat duidelijk weten 'hoe nu verder' en toon interesse of vraag om feedback, of een reactie. Je geeft je lezer de mogelijkheid contact met je op te nemen door je contactgegevens te noteren. Het nawoord is ook een mooie gelegenheid je Call to action te benoemen.

## ♥ De colofon

Een colofon beschrijft hoe, wanneer en met wie je boek tot stand is gekomen. Naast afbeeldingen is het overigens ook verboden om teksten zomaar te kopiëren. Je noemt dus altijd een bronvermelding wanneer je hier gebruik van hebt gemaakt of moet maken.

## ♥ Een copyright teken

Je investeert heel veel tijd en energie in jouw eBook. Het is jouw product. Gebruik daarom ook een copyright teken voor jouw eigen eBook.

## De redacteur

Heb je alle stappen tot nu toe doorlopen? Lig je qua planning op orde? Dan is het nu misschien tijd om iemand anders een blik te laten werpen en/of een taal en grammatica controle uit te voeren.. Controleer zowel de vormgeving als de inhoud!







# Notities







# Stap 4

## The final

### 4.1 Lanceren & presenteren

Van Kop in de Soep naar Helicopterview.....	53
Lanceren en presenteren.....	54
Opslaan als.....	54
Check, check, dubbelcheck.....	55
Maak een mock up van je eBook.....	56
Hoe verspreid je je eBook.....	57

# Step 4

## THE FINAL



Als het goed is heb je al een stevige basis neergezet om te starten met jouw eBook. Misschien ben je al een heel eind?

- ♥ In stap 1 heb je over je teksten nagedacht, je hebt een onderwerp bepaald en je weet waarom je een eBook gaat maken.
- ♥ In stap 2 heb je al je huisstijlgegevens verzameld.
- ♥ In stap 3 maak je kennis met het ontwerpprogramma Canva waar je je eBook in kunt maken. Je hebt een overzicht gemaakt van de hoofdstukken en hebt scherp waar je welke informatie in je eBook plaatst.
- ♥ In dit hoofdstuk zetten we de puntjes op de i.

Denk je nog aan je planning en de rolverdeling? Na de eerste drie stappen ben je al een heel eind. Misschien is het een idee om alvast iemand mee te laten lezen of kijken naar jouw resultaten tot nu toe? Hou vol, je eBook is bijna klaar!

### Van 'Kop in de Soep' naar 'Helicopterview'

Het leek een simpel stappenplan, een eBook maken. Maar gaandeweg kan alle informatie je misschien toch overdonderen. Zo nu en dan overvalt je het 'Kop in de Soep' effect. Heb ik geregeld last van :-).

Je zit zo met je 'Kop' in de details en de inhoud van het hele 'boek' proces en alle ideeën, creaties en gedachten die dat met zich meebrengen. Dat je het overzicht even niet meer helder hebt. Je zwemt met je 'Kop in de Soep'. Je weet wel waar je naar toe wilt, maar de juiste stappen nemen stel je uit. Weer in actie komen is lastig. Het heeft plots allemaal geen prioriteit meer en het lukt je maar moeilijk er boven te gaan hangen in je helicopter!



When nothing  
goes right  
Go left



## Wat kun je dan doen?

Stop op tijd en neem geregeld even pauze bij het ontwerpen van je eBook. Een dag later kijk je met andere ogen, zie je andere dingen, ben je al weer veel blijer met wat je hebt gemaakt en is de inspiratie weer fris!



Sla je eBook tussendoor eens op als PDF en bekijk het op je mobiel of op een tablet. Of, nog beter, laat het zien aan iemand en kijk samen. Ken je dat? Dat je plotseling bezoek krijgt en je je eigen huis of werkplek door iemands anders ogen ziet? Ineens valt je van alles op! Je ziet (spel- of grammatica) fouten die je eerder niet opvielen, je ziet verbanden, je krijgt er nieuwe ideeën en inzichten van! Misschien popt er zelfs een nieuw idee voor de cover op bijvoorbeeld...



### #Tip

De cover maak ik meestal sowieso als laatste! Tot het eind van het maken van een eBook reserveer ik de eerste pagina voor de cover (logisch) maar het is tevens mijn moodboard voor het hele eBook. Ik verzamel er mijn lettertypes, kleuren, afbeeldingen en ideeën die ik 'onderweg' tegen kom.

## Lanceren & presenteren

### Hoe sla je je eBook op?

Je hebt al een paar proefversies gemaakt dus waarschijnlijk weet je hoe je je eBook opslaat als PDF.



Ik adviseer het tekstbestand altijd als extra back-up te bewaren en zo lang mogelijk daar ook je wijzigingen in bij te houden.

De definitieve versie van je eBook sla je op als PDF bestand. Je kunt in ieder programma kiezen om je document voor 'op te slaan als' of 'te exporteren als'. Kies voor de beste kwaliteit PDF (drukkwaliteit) (300 dpi).



## PDF reader

Een PDF opent zichzelf altijd in een PDF reader. Een aparte software op jouw device. Soms een standaard versie, vaak heb je de optie de Adobe reader (gratis) te downloaden. Vraagt jouw device deze te downloaden en te openen? Doen! Een Adobe reader heeft een paar fijne extra mogelijkheden.

## Check, check, dubbelcheck!

Controleer je PDF goed per pagina. Staat alles er in, staat alles er op?

- ♥ Staat al je tekst in de juiste volgorde? Geen dubbele teksten? Dit komt vaker voor dan je denkt!
- ♥ Klopt de paginanummering?
- ♥ Lopen afbeeldingen die je over de hele achtergrond gebruikt mooi over de randen? Geen witte randen?
- ♥ Staan al je teksten goed op de pagina's? Niet door afbeeldingen heen, geen verschuivingen of afgesneden vlakken?
- ♥ Geen taal- en/of grammatica fouten?
- ♥ Hoe is de kwaliteit van je foto's? Zijn ze scherp genoeg?
- ♥ Heb je hyperlinks gebruikt in je eBook en werken ze allemaal? Verwijzen ze naar de juiste website?

## Belangrijk!

Bij de eigenschappen van je PDFreader kun je controleren hoe groot jouw PDF is (uit hoeveel MB's bestaat). Je gaat je eBook versturen en als download aanbieden. Het is niet fijn voor iemands opslagcapaciteit en/of datagebruik om te veel MB's te ontvangen.

Er zijn geen officiële richtlijnen voor de grootte van je PDF maar gemiddeld is een bestand tot 6 mb gebruikelijk. Hoe groot je PDF bestand is, is afhankelijk van de grootte van de foto's die je gebruikt en de hoeveelheid pagina's van je eBook. Hoe meer van beide, hoe groter je bestand.



Is jouw eBook groter dan 10 mb?  
Verklein je PDF en/of de foto's  
die je in je eBook hebt gebruikt.





# Maak een mock up van je ebook

## Een mock watterh...?

Een mock up is een presentatie-afbeelding van je eBook. Een 3d afbeelding die maakt dat het net lijkt alsof jouw eBook wordt gepresenteerd op bijvoorbeeld een website, een Ipad, als echt boek, tijdschrift, poster etc.. Mock ups kun je gebruiken in je (social media) afbeeldingen of om je eBook te presenteren, op je website te zetten om je eBook te promoten en te verspreiden.



## Gratis mock up

Om een mock up te maken van jouw eBook exporteer of sla je de cover van je eBook op als afbeelding.

Een mock up maak je in het bewerkingsprogramma Photoshop maar online zijn er ook een paar gratis converters, bijvoorbeeld [www.app.myecovermaker.com](http://www.app.myecovermaker.com). Met de Jpeg of PNG afbeelding tover je de cover van je eBook in no time om in een presentatie plaatje voor op je website, emailbericht en/of social media post.

## Je ebook mag de wereld in!

Je hebt er keihard aan gewerkt, je bent supertrots op het eindresultaat en nu wil je je eBook aan iedereen laten zien!

Hoe ga je dat aanpakken?

In de online training '**Start met jouw eBook**' laat ik je zien hoe je zelf je mock up een mock up maakt in Canva en hoe je daar een leuk bericht om heen maakt. Ook krijg je een gratis mock up gemaakt in photoshop.



## Hoe verspreid je je eBook

Je hebt je eBook klaar! Je hebt je document goed nagekeken op fouten, alle linkjes gecontroleerd, je hebt afbeeldingen van je cover gemaakt en een paar mooie mock ups natuurlijk!

Je bent klaar om je eBook te delen. Nieuwe klanten te verwelkomen, opdrachtgevers te interesseren, kopers te enthousiasmeren en een nieuw (online) netwerk te ontdekken.

**Je hebt al jouw kennis gebundeld in een gaaf en interactief eBook!  
Van Schets naar Schitterend!**

*Je kangaan schitteren....*

## Maak een plannetje

Ook voor de verspreiding van je eBook is het slim een plan te maken.

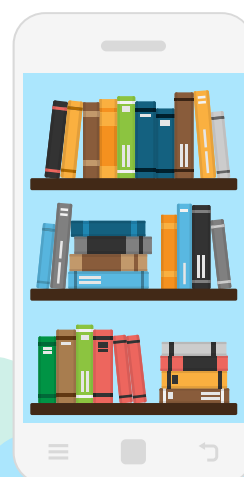
- ♥ Maak bijvoorbeeld een sociale kaart, een overzicht op welke plekken je jouw ideale klant (online) kunt vinden zodat je eBook een zo groot mogelijk bereik krijgt (is dat bijvoorbeeld in een bepaalde facebookgroep, of juist op LinkedIn?)
- ♥ Schrijf een mooie aankondiging en voeg je eBook als PDF bestand toe als bijlage in een emailbericht en/of verwijst naar de website waar je je eBook presenteert.
- ♥ Wil je een emaillijst opbouwen? Dan verwijst je op je website en/of in je bericht naar het formulier waar het eBook aangevraagd kan worden.





## Checklist:

- ☒ Heb je een website? Dan presenteer je je eBook op de home pagina, het liefst op een centrale plaats. Of als een pop-up en/of bovenaan je website. Dat is de plek waar je bezoekers meestal als eerste binnenkomen en de ideale plek om je eBook (als gratis weggever) aan te bieden.
- ☒ Verkoop je je eBook? Zet je eBook in de shop van je website!
- ☒ Heb je al een emaillijst? Laat weten dat je een nieuw eBook hebt gemaakt en dat deze klaar is. Natuurlijk kun je het eBook ook gelijk meesturen. Voor je statistieken is het goed te kunnen controleren welke mensen van je emaillijst je eBook ook daadwerkelijk downloaden. Op je website en/of in je emailsysteem is dit te meten, maak hier gebruik van.
- ☒ Via de online tool **Mailchimp** (gedeeltelijk gratis) kun je nieuwsbrieven vormgeven en versturen maar het is ook een emailmarketingsysteem. Dus wanneer jij jouw eBook koppelt aan Mailchimp kun je emailadressen verzamelen en een lijst opbouwen zodat je de mensen die je eBook hebben gedownload ook op de hoogte kan houden van nieuwe informatie, acties of weggevers.
- ☒ Deel je eBook via social media. Maak er een mooie 'post' omheen en gebruik alle kanalen die je hebt. Maak een aantal mooie berichten in dezelfde huisstijl als je eBook en laat de posts over een bepaalde periode steeds weer terug komen.
- ☒ Geen emaillijst? Upload je eBook in de mediabibliotheek van je website. Maak een button op je website.



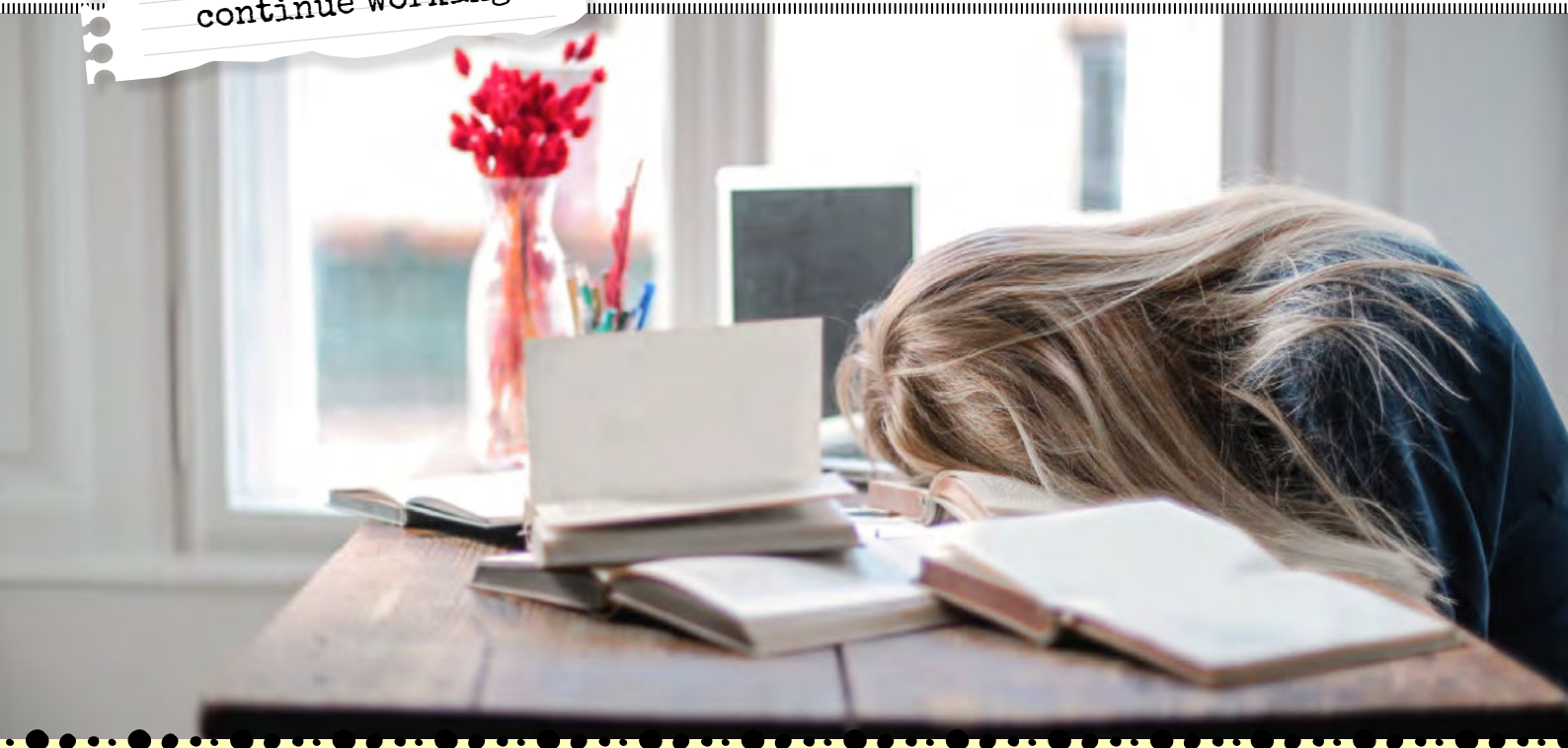


### Extra ideeën:

- ♥ Maak een win/deel actie rondom de lancering van je eBook.
- ♥ Heb je een emailafsluiter onder aan je emailadres? Ook daar kun je in een zinnetje refereren aan je nieuwe eBook en de plek waar deze te downloaden is.
- ♥ Heb je een praktijk of werk je op een fysieke locatie met collega's/klanten/cliënten. Maak een mooie print van je eBook om neer te leggen of om uit te delen.
- ♥ Zet een bericht 'vast' aan de bovenkant van je tijdlijn van je facebookpagina.
- ♥ Op instagram kun je geen link in je post zelf zetten maar wel in je profiel.  
**#linkinbio**



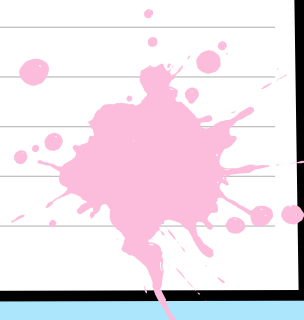
Work until  
you make it  
and then ....  
continue working







# Notities

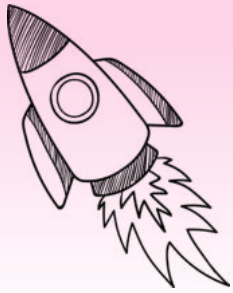




# Step 5

## The Launch

Jouw eBook is klaar!.....	64
Salesfunnel.....	65
Start met jouw eBook online training.....	66
20% korting voor Boost je Blog & Business Bundel.....	67



## Step 5 THE LAUNCH



Ik ben heel nieuwsgierig, valt het stappenplan je mee of tegen?

Ik weet als geen ander wat het je kan 'kosten' om een eBook te maken, je moet aan zoveel dingen denken! Je vraagt je misschien af of jouw eBook wel goed genoeg is en of de inhoud wel klopt. Is het te veel informatie? Of juist te weinig? Is de informatie wel relevant en is die foto van jezelf niet heel stom....

Misschien stelt het gerust. Je wilt niet weten hoe vaak ik de oplevering van een eBook (planning) moet uitstellen omdat een opdrachtgever toch nog extra informatie wil aanleveren of dat er extra aanpassingen volgen aan de inhoud. Er wordt vaak eindeloos aan de inhoud geschaafd of er komen toch nog nieuwe foto's aan, de titel is niet duidelijk genoeg of er gaat toch nog een keer een tekstschrijver naar kijken....

Allemaal herkenbaar denk ik? En ik snap het ook! Jouw eBook moet natuurlijk perfect schitteren!

### Tips!

Loop je vast op wat voor gebied dan ook, tekst, vormgeving of inhoudelijk? Zoek inspiratie op, ga bij je zelf te rade waar je blij van wordt en waar je ideeën van krijgt. Vaak is dat weg van je scherm en op zoek gaan naar ontspanning.

Het helpt mij om door tijdschriften te bladeren, of in een boekwinkel te neuzen. Even de Hema of de Flying Tiger induiken, direct inspiratie. Ik stop in ieder geval met puzzelen en schuiven achter de computer. Een douche of even naar buiten voor een wandeling helpt ook. En serieus, ik krijg of zie ideeën vaak zo op een presenteerblaadje aangereikt worden. Op een product, in een artikel, in een tijdschrift. Probeer het eens.

Het helpt ook om een paar printjes te maken. Wanneer je een paar pagina's in je handen hebt en je voelt, ziet en leest het op papier, dan zie je dingen die je op je scherm gewoon niet ziet of leest.



Deze tip heb ik al eerder gegeven maar stuur een proef van de eerste hoofdstukken of pagina's naar iemand anders/je opdrachtgever.

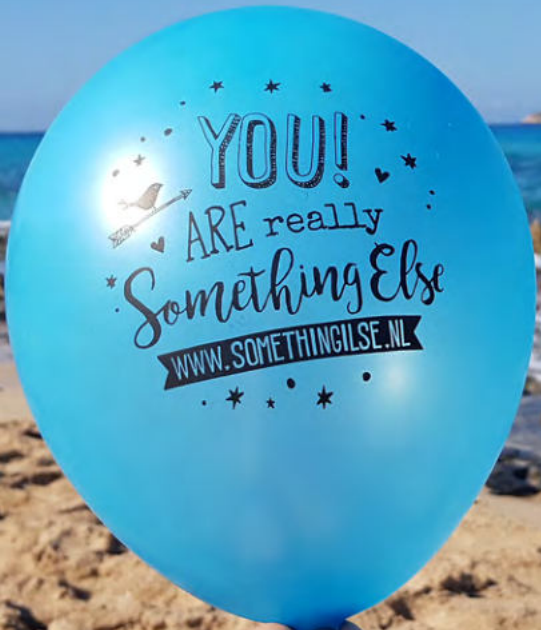
En noem ook waar je tegenaan loopt. Dit doe ik vaak om te weten te komen of het geheel in de smaak valt. Maar ook om het even te kunnen laten rusten. Als ik er later weer aan ga werken, ben ik ten eerste vaak verbaasd hoe ver ik al ben. Maar ik ben ook blijer met het resultaat en kan er weer enthousiast naar kijken. Daarnaast komt 9 van de 10 keer de opdrachtgever snel met precies de feedback retour die ik nodig had waardoor ik met frisse ideeën en energie weer verder kan werken.

Dus, zoek iets of iemand in je omgeving om feedback te ontvangen over wat je gemaakt hebt. En weet dat je je, wanneer je eBook klaar is, supertrots voelt!



Vier een (lanceer) feestje! Geniet van de aandacht en het gevoel wat dat opleverd. Je bent een mega interactie aan gegaan met je klanten en geïnteresseerden. Je bent misschien wel enorm uit je comfort zone gestapt. Ontvang de complimenten op iets waar je keihard aan gewerkt hebt en ik weet zeker dat je hier weer nieuwe inspiratie van op gaat doen! Het geeft een enorme boost aan energie!

En.....Terwijl jouw eBook 'into space' gaat kun jij alvast nadenken over je volgende eBook. Want de lay-out heb je nu klaar staan en die kun je weer voor nieuwe ontwerpen gebruiken!



when you focus  
on the good  
the good gets better





## Jouw eBook is klaar!

Je kunt even achteruit leunen en ervaren hoe dat voelt. Ontspannen en genieten van jouw eBook. Je hebt een huisstijl-branding ontwikkeld, deze in een eBook geïntegreerd, en je kan de vormgeving vervolgens gebruiken voor (nieuwe) promotionele marketing activiteiten. Sluit alle promotie op elkaar aan zodat je een consequente en unieke uitstraling hebt.

Durf nu ook verder te denken. Heb je nog een lijstje 'voor later' gemaakt? Kun je met de lay-out van je eBook nog meer ontwikkelen? Een paar ideeën; ontwerp berichten, emailheaders, facebookposts, instagramstories, posters, ansichtkaarten allemaal in de lay-out van je eBook. Nog mee voorbeelden:

- ♡ Gebruik de quotes/one-liners uit je tekst in je social media posts in dezelfde huisstijl.
- ♡ Maak een checklist/samenvatting van je onderwerp.
- ♡ Schrijf een blog over een item uit je eBook.
- ♡ Maak een podcast of een luisterboek van (onderdelen) uit je eBook.
- ♡ Beschrijf je een stappenplan of methode? Maak een toffe planner of printable op een A4tje.

Extra producten die je kan ontwikkelen vanuit de content uit je eBook:

- ★ Een werkboek
- ★ Masterclass/webinar
- ★ Videoserie
- ★ Quiz
- ★ Challenge
- ★ Een online programma of workshop
- ★ Gratis belafspreek
- ★ Een kortingskaart





## Salesfunnel

Je kunt je eBook natuurlijk ook inzetten als start van een compleet marketing plan. Jouw eBook (of het eerste hoofdstuk) is de gratis weggever die je als eerste inzet voor de opbouw van je emaillijst, het is het begin van een strategisch plan. Het doel van je gratis eBook is om verkopen te genereren voor de verkoop van een volgende dienst of een product.

Jouw eBook is de gratis weggever ➤ Er schrijven mensen in op je emaillijst ➤ Na de aanvraag van je eBook stuur je de mensen op je lijst nog diverse mails met als doel:  
➤ de aanschaf van een betaald product en/of programma. Deze geautomatiseerde reeks van emails noem je een salesfunnel.

In de training **Start met jouw eBook** kun je in het handboek van Lynn Vinke - de salesfunnelgirl alles lezen over salesfunnels. Ze legt uit hoe je een salesfunnel maakt, wat het effect en bereik is en ze deelt een voorbeeld van een mailflow.





# Online training Start met jouw eBook

Er valt een heleboel uit te leggen over het maken van een eBook! Ik hoop dat deze ePaper daar een bijdrage aan heeft geleverd! Ik vond het in ieder geval een feestje om te schrijven. Wanneer je een reactie wil geven of je hebt vragen? Ik beantwoord ze met veel plezier,

Veel informatie uit deze (unieke) ePaper komt rechtstreeks uit de werkboeken 'Start met jouw eBook'. Een Club waar inmiddels al meer dan 100 deelnemers de training gevolgd hebben!

Op de **Start met jouw eBook Club!** is nog veel meer te beleven, daar gaan we met elke stap nog veel uitgebreider aan de slag!

Veel informatie uit deze (unieke) ePaper komt rechtstreeks uit de werkboeken 'Start met jouw eBook'. Een Club waar inmiddels al meer dan 100 deelnemers de training gevolgd hebben!

Na het volgen van de training 'Start met jouw eBook' kent Canva geen geheimen meer voor jou! Je weet zeker dat je na afloop een gaaf geschreven en vormgegeven eBook hebt gemaakt in jouw unieke huisstijl! Je hebt inspiratie opgedaan voor nog veel meer eBooks, blogs, werkbladen, presentaties en/of andere gratis weggevers! En misschien wordt jouw eBook uiteindelijk wel een echt boek!

## Online programma **Start met jouw eBook**

- ♥ Je krijgt direct (en voor altijd) toegang tot de online Club/academie Boordevol (video)tutorials, werkboeken en bonuslessen, Praktische tips, (online) tools & trics om jouw eBook van schets naar Schitterend te schrijven, vorm te geven en te lanceren.
- ♥ Het online programma is te volgen in vijf lessen, weken of dagen, wat jij wenst, je kunt gelijk starten.
- ♥ Er is een uitgebreide 'special' over het maken van interactieve-invulbare werkboeken voor bijvoorbeeld je online programma.





- ♥ Je hebt toegang tot een uitgebreide bibliotheek met eBooks en werkmodules die ik heb gemaakt de afgelopen jaren, volop inspiratie dus!
- ♥ Op de 'how to' pagina staan korte uitlegvideo's over praktische ontwerpproblemen waar je tegen aan kan lopen met de mogelijkheid verzoekjes in te dienen!
- ♥ Ik deel handige tips, tools en tricks die vormgeven nog makkelijker maken. Je vindt er verschillende downloads, overzichten, checklists en templates.
- ♥ Je hebt toegang tot maar liefst 6 bonuslessen.

## Bonuslessen

**Doran van Veenendaal** geeft een webinar over het vinden van jouw hartmissie en jouw positionering.

**Eveline Broekhuizen** is schrijfcoach/redacteur en geeft schrijftips over het schrijven van een boek. direct toepasbaar.

**Marte Methorst** deelt een mini cursus logo en huisstijl.

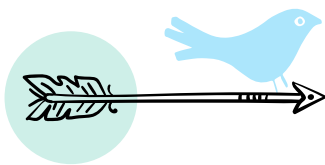
**Marjan van de Bult** geeft een live masterclass om jouw business een flinke boost te geven.

**Rosanne Raubun** laat zien hoe je je eBook in mailchimp en op je website plaatst.

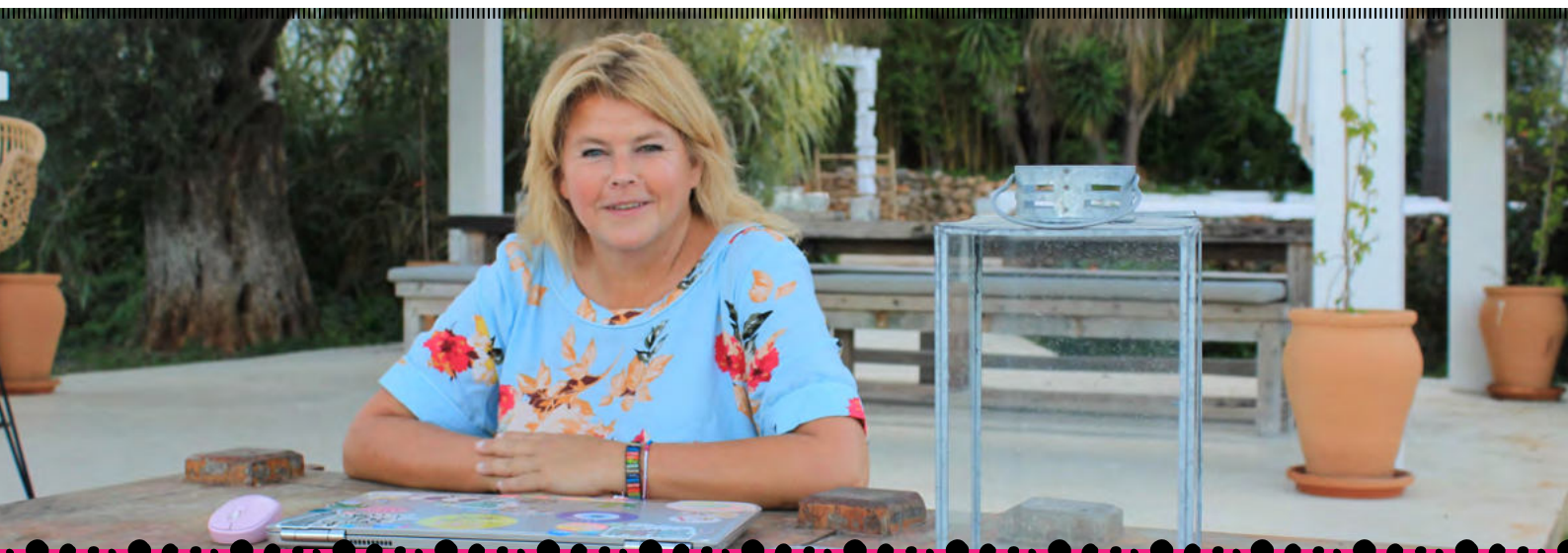
**Lynn Vinke** deelt alle ins en outs over salesfunnels.

Check [www.startmetjouwebook.nl](http://www.startmetjouwebook.nl) & join the 'Start met jouw eBook' Club'!

Speciaal voor de deelnemers van Boost je Blog & Business Bundel ontvang je maar liefst 20% korting.



Ilse ten Broek  
**SOMETHING ILSE**  
[post@somethingilse.nl](mailto:post@somethingilse.nl)  
[www.somethingilse.nl](http://www.somethingilse.nl)







# Notities

