

INHOUD

Inleiding	13
Hoofdstuk 1 De winnende mindset van de succesauteur	21
Hoofdstuk 2 Zo haal je het meeste uit dit boek	33
Hoofdstuk 3 Voor wie is dit boek?	45
Hoofdstuk 4 Reken af met de saboteur in jezelf	53
Hoofdstuk 5 Zet je bedrijf op nummer 1	69
Hoofdstuk 6 Hoe een boek je omzet vertienvoudigt	91
Hoofdstuk 7 Hoe maak je tijd voor dat boek?	103
Hoofdstuk 8 Falen kost meer dan investeren	113
Hoofdstuk 9 Missers bij het kiezen van onderwerp en doelgroep	127
Hoofdstuk 10 Je boek succesvol uitgeven zonder gedoe	137
Hoofdstuk 11 Op naar een bestseller!	157
Hoofdstuk 12 Boek en lezing: een gouden combinatie	183
Hoofdstuk 13 Hoe het toch nog mis kan gaan	195
Hoofdstuk 14 Welkom op het next level!	207
Waardevolle extra's	221
Wil je meer?	231
Over de auteur	237
Dankwoord	241
Bronnen	245

Inleiding

ONDERNEMERS ZONDER BOEK, BESTAAN ZE NOG?



“Je talent krijgt pas echt betekenis
als je het aan de wereld laat zien.”

Janneke Sinot

De geur van eucalyptus. Een weldadige warmte. En uitzicht op een prachtig meer. Van dit alles lig ik in de sauna te genieten. Het enige wat ontbreekt is stilte: naast me nemen twee kwebbelende jongedames hun werkweek door. "O, sorry, mevrouw", zegt een van hen wanneer ze zich realiseert dat ik misschien wel voor de rust ben gekomen. Ik stel haar gerust: "Geeft niet, hoor, ik ben aan het werk."

Dat werk was het schrijven van het boek *20 x wellness in Nederland*, waarvoor ik een tiental ondernemers in de saunabranche interviewde en hun bedrijven bezocht. De heerlijke opgietingen en massages die ik daarbij cadeau kreeg, waren een aangename bonus.

We hebben het over 2010 en ik was werkzaam als freelance-journalist met wellness als specialisatie. Vóór die tijd was ik een ondernemer zonder boek. Ik kan het me al bijna niet meer voorstellen, want met het schrijven van dat boek veranderde alles. Zo'n positieve boost voor je business is ook voor jou weggelegd. Een boek op je naam opent namelijk deuren.

Vanaf het moment dat bekend werd dat ik een wellness-boek aan het schrijven was, en helemaal toen ik het lanceerde, begon alles te bruisen. Ik was niet langer die anonieme tekstschrijver op een zolderkamertje. Ineens was ik zichtbaar en zagen mensen mij als expert. Dankzij de status die dat gaf, werd ik gevraagd als hoofdredacteur van twee vakbladen. Ik kreeg de kans een wellness-module op te zetten voor een mbo-opleiding. Ik werd uitgenodigd als vip voor supergave wellness-events en als vakjury voor het Nederlands kampioenschap opgieten. Zelfs internationaal kreeg ik er een interessante nieuwe opdrachtgever bij. Die belde gewoon op: "Hé, ik heb gezien dat je een boek geschreven hebt. Wil je ook voor ons werken?"

Ik kan je zeggen: het voelt goed als de leukste klanten zelf bij je aankloppen. En als ze bereid zijn premiumprijzen te betalen omdat dat boek je in één klap als autoriteit op de kaart heeft gezet. Aandacht in de pers, lovende recensies van lezers, het draagt allemaal bij aan je zichtbaarheid en expertstatus.

Dankzij mijn boek wist ik ook mijn netwerk uit te breiden met iedereen die in het saunawereldje belangrijk is. Zelfs jaren later had ik daar zakelijk nog profijt van.

Succes en voldoening kunnen natuurlijk ook in heel andere dingen zitten dan in economische voordelen. Zo wisten we met *IQ te koop!*, een boek dat ik samen met man en dochter schreef, zelfs een leven te redden. Op een ochtend belde een dankbare moeder me op: "Mijn zoon wilde zelfmoord plegen,

maar hoorde een lezing van jouw dochter en realiseerde zich: ik ben niet gek, ik ben gewoon anders.” Het was dé ommekeer in zijn leven.

Schrijven leverde me niet alleen ontzettend veel op, ik vond het ook reuze-leuk ... en dus werd ik ghostwriter. Ook auteurs voor wie ik boeken schrijf, zie ik grote successen behalen. Ze komen op nummer 1 in de bestsellerlijst van Managementboek. Lezers worden fan en daarna klant. Ze hoeven niet te leuren om lezingen te mogen geven, maar worden daarvoor gevraagd én krijgen er vorstelijk voor betaald. Ze staan nationaal en internationaal op grote podia. Ze weten een comfortabel passief inkomen uit hun boek(en) te halen. En oogsten volop lof en erkenning.

Zo veel kan een boek ook voor jou doen. Het maakt je zichtbaar, geeft je een enorme expertstatus en je wordt gezien als dé autoriteit op je vakgebied.

Daar is natuurlijk wel een goed boek voor nodig. Een boek met een sterke inhoud, lekker leesbaar tot de laatste letter, professioneel vormgegeven en mooi gedrukt. Alleen dan is het een echt goed visitekaartje voor je business, dat je bovendien kunt inzetten als – schaalbaar! – marketinginstrument en waarmee je een fantastische hoeveelheid spin-off genereert.

Toen ik *20 x wellness in Nederland* schreef, had ik nog niet de kennis die ik nu heb. In al die jaren in het boekenvak heb ik ontzettend veel geleerd en waardevolle ervaring opgedaan. Vooral zakelijk heb ik me ontwikkeld. Ik leerde beter ondernemen, bekwaamde me in marketing en ging commerciëler denken. Wat mijn wellness-boek me bracht, was al fantastisch. Jaren aan ervaring rijker, verwacht ik dat het boek dat je nu voor je hebt mij helemaal veel gaat brengen. Dat gun ik jou ook. Want je zult zien: **met een boek op je naam wordt zakendoen een heel stuk makkelijker!**

Want wat je ook verkoopt, met een boek verkoopt het beter. En krijg jij je business beter op orde, dan komen al die andere doelen in beeld. Minder uren draaien bijvoorbeeld, een grotere stroom klanten maar een legere agenda, geld verdienen terwijl je op het strand ligt, eerder met pensioen ... net wat jij belangrijk vindt.



Figuur 1 - Wat een boek voor je business betekent

Maar schrijver Willem Elsschot zei het al: "Tussen droom en daad staan wetten in de weg en praktische bezwaren." Een van de grootste uitdagingen die ik van ambitieuze ondernemers steeds weer hoor: hoe vind ik de tijd voor het schrijven van een boek? Ik vond het zelf ook lastig deze keer. Druk met mijn business was er steeds weer iets urgents te doen. Of ik dacht: nog vlug even de lopende zaken afhandelen en dán kan ik rustig aan mijn boek werken. Maar die to-dolijst bleef zich maar vullen. Elke dag weer. Ik vind schrijven te leuk, maar achteraf had ik beter een ghostwriter kunnen inschakelen. Dan was dit boek een stuk sneller af geweest.

Nu heb je aan achterafpraat niet veel. Dat geldt ook voor jou als je dat boek blijft uitstellen omdat er altijd wat anders om aandacht vraagt. Of omdat je stiekem niet durft, bang om te falen of slechte recensies te krijgen. Wat wel werkt, is in actie komen. Er wachten mooie resultaten.

Dus om terug te komen op de vraag waar ik deze inleiding mee begon: ondernemers zonder boek, bestaan ze nog? Ja, ze bestaan nog. Maar ze laten wel kansen liggen. In het bijzonder de kans om zichzelf op de kaart te zetten met een tastbaar en schaalbaar kennisproduct, dat naast trots, erkenning en

autoriteit, ook simpelweg meer geld in het laatje brengt. Over de strategie die hiervoor nodig is – Business First – vertel ik je in dit boek meer.

Ik wens je voor nu veel leesplezier. En voor straks een bedrijf dat nog beter presteert, terwijl jij relaxed je team aanstuurt ... of lekker onder een parasol op het strand ligt.

Janneke Sinot
(Waalre, maart 2026)

BONUS

Boek zonder ondernemer? Gemiste kans!

Heb jij (nog) geen eigen business of overweeg jij je boek over een ander onderwerp te schrijven dan over je expertise? En wil je wel het maximale uit je boek halen? Juist dan is het nodig om zakelijk te denken. In deze bonusvideo deel ik drie onmisbare ingrediënten om – ook zonder business – je boek tot een succes te maken.



business-first.nl/





1

De winnende mindset van de succesauteur

New York City, september 2004. In het stadion van Flushing Meadows tennist Roger Federer de sterren van de hemel. Het publiek geniet van zijn zo kenmerkende speelstijl: lichtvoetig, bijna gewichtloos zweeft hij over de baan. Alles lijkt vanzelf te gaan in die derde set tegen Lleyton Hewitt. Eerder in het jaar won Federer al de Australian Open en zette hij Wimbledon op zijn naam. Nu pakt hij, met een krachtige laatste forehand, ook de titel op de US Open.

Maar in de topsport is succes niet vanzelfsprekend. De marge tussen winnen en verliezen is klein. Federer wil op topniveau blijven presteren, maar in de jaren die volgen ziet hij de concurrentie jonger, sneller en agressiever worden en heeft hij steeds vaker last van rugklachten. In 2013 leidt dat tot zijn zwakste seizoen in jaren. Federers spel is nog steeds briljant, maar zijn lichaam werkt niet mee. En zijn talent alleen kan dat niet compenseren.

Hij realiseert zich: het moet anders - en besluit zijn aanpak te veranderen. Hij gaat intensiever samenwerken met fysiotherapeuten, roept de hulp in van een voedingsdeskundige, laat zich begeleiden door meer gespecialiseerde trainers en trekt nieuwe coaches aan, onder wie Stefan Edberg en later Ivan Ljubičić. Met hun hulp leert hij slimmer plannen, beter eten, op tijd rust nemen en efficiënter spelen.

In 2017 is Federer terug - en hoe. Hij verslaat Rafael Nadal in alle vier hun ontmoetingen dat jaar en wint Wimbledon zonder ook maar één set te verliezen. Een paar maanden later, in februari 2018, wordt hij op 36-jarige leeftijd opnieuw de nummer 1 van de wereld!

DE KRACHT VAN EEN TEAM

Federer is een fenomeen. Toch verbeteren zijn prestaties enorm wanneer hij hulp inschakelt. Hulp van mensen die hem beter maken dan hij in zijn eentje ooit kan worden. Die waarheid geldt niet alleen in de sport. Wie op het hoogste niveau wil presteren, doet dat zelden alleen. In het jaar dat Federer opnieuw aan de top staat, maakt ook Beyoncé gebruik van een team dat haar talent naar een hoger niveau tilt.

Californië 2018. In het stadje Indio zindert de woestijnlucht boven het Coachella-festival. Tienduizenden mensen staan voor het hoofdpodium, klaar voor Beychella, een optreden dat al legendarisch is nog voor het is begonnen.

Dansers en een compleet orkest bouwen de spanning op. Dan, bovenaan een hoge trap op het podium, verschijnt Beyoncé in een spijkerbroekje en felgele hoodie. Met de wind in haar haren en begeleid door vuurwerk begint ze te dansen. Nog voordat ze een woord zingt, is duidelijk: dit is geen show, dit is een gebeurtenis.

Wat het publiek ziet, is één vrouw.

Wat erachter schuilgaat, is een team van experts.

Beyoncé wil geen concert geven, ze wil geschiedenis schrijven. Daarvoor werkt ze samen met een leger van specialisten.

Met creatievelingen die haar helpen het verhaal te bouwen. Met dansers die haar muziek tot leven brengen. Met technici die ervoor zorgen dat elke seconde van de show perfect verloopt. Met kostuumontwerpers, choreografen, producers en met tientallen mensen achter de schermen die repeteren, testen en perfectioneren.

Het resultaat?

De eerste zwarte vrouwelijke headliner ooit op Coachella.

Een optreden waar de wereldpers maandenlang over spreekt.

Een show die zo baanbrekend is dat Netflix er later de documentaire *Homecoming* over maakt.

Wanneer Beyoncé na de show onder luid gejuich het podium afloopt, is één ding glashelder: zelfs de grootste performers ter wereld kunnen alleen een topprestatie neerzetten dankzij de mensen om hen heen.

GEEN SUCCES ZONDER SUPPORT

Wat we Beyoncé en Federer zien doen, is precies wat succesauteurs doen. Want je kunt nog zo veel kennis, visie en ambitie hebben, om echt een succes van je boek te maken heb je experts nodig. Succesauteurs roepen dan ook de hulp in van een tekstspecialist, een vormgever en een uitgeefexpert. Ook de marketing pakken ze professioneel aan. Met een 'zelfprutsboek' en 'ik-heb-geen-tijd-voor-de-boekpromotie-aanpak' red je het simpelweg niet. Hoe jammer is het om je kansen al te verspelen nog voordat je boek op de markt is!

Elke topauteur heeft een topteam achter zich. Dat zie je niet als een boek in de winkel ligt, of bij Managementboek op nummer 1 staat, maar bestseller-auteur word je niet zomaar. Daar is een winnende mindset voor nodig: een gezonde ambitie en het besef dat je samen meer bereikt dan alleen.

Bestsellerauteur word je niet zomaar. Daar is een winnende mindset voor nodig: een gezonde ambitie en het besef dat je samen meer bereikt dan alleen.

Kijk naar Jos Burgers, de auteur van bestsellers als *Superfijne klanten*, *Geef nooit korting*, *De wet van Snuf* en *Eén fan per dag*. Veel van zijn boeken werden het bestverkochte managementboek van het jaar waarin ze verschenen. Zijn succes lijkt nu vanzelfsprekend, maar ooit was dat anders. Toen Jos nog columns schreef voor het *Brabants Dagblad* en die in boekvorm aan een uitgever wilde slijten, vond hij geen gehoor. Tot hij uiteindelijk bij Ina Boer terecht kwam (tegenwoordig gepensioneerd, maar toen uitgever bij Acade-

mic Service en daarna bij Van Duuren Management). “Die zag er wel wat in,” vertelt Jos, “maar dan moest ik wel aan elk hoofdstuk enkele interessante eyeopeners voor de lezer toevoegen. Dacht ik dat ik klaar was, kon ik weer op zoek naar honderd leuke spreuken.” Dat werden uitspraken als: “De beste manier om afspraken na te komen, is niet te veel beloven.” Uiteindelijk is dat eerste boek, *Klanten zijn net mensen*, fantastisch gaan lopen. Inmiddels zijn er zo’n 75.000 exemplaren van verkocht. Zoals dat gaat als je een boek uitbrengt, kwam er ook nog onverwacht succes uit voort. Zo belde de HEMA of ze de inspirerende spreuken van Jos in de lift van het hoofdkantoor mochten hangen. Met elke week een andere eyeopener konden ze twee jaar vooruit. Zo kreeg zijn boek nog meer waarde.

Zonder Ina, een belangrijke persoon in zijn supportteam, waren er nooit one-liners geweest. Zij wist de ideeën en output van Jos naar een hoger niveau te tillen, zoals ook de teams van Federer en Beyoncé hun talenten wisten te versterken.

Elke topauteur heeft een topteam achter zich.

SAMEN KOM JE VERDER

Richard de Leth, auteur van de succesvolle OERSTERK-serie, is ook een mooi voorbeeld van hoe je samen verder komt dan alleen. Richard verzamelde een team leefstijlexperts om zich heen, ging samenwerken met coauteurs en schakelde media- en marketingprofessionals in. Door dit alles werden niet alleen zijn boeken bestsellers, hij kreeg ook zo veel aanvragen voor zijn lezingen dat die al meer dan een jaar in het vooruit waren volgeboekt. “Ik hoefde helemaal geen tijd meer te stoppen in de promotie daarvan”, vertelde hij me enthousiast. Richard verkocht van zijn boeken in totaal meer dan 500.000 exemplaren. En de teller loopt nog altijd door, zelfs nu hij een andere weg is ingeslagen.

Een inspirerende auteur vind ik ook Egbert Jan van Bel. Toen ik de opleiding Digital & Online Marketing volgde, was hij een van mijn docenten. Van zijn boek *Kloteklanten* en de twee opvolgers daarvan verkocht hij in totaal meer dan 125.000 exemplaren. Hoe mooi is dat: als je marketing echt snapt, komen

dit soort aantallen binnen bereik. Geen wonder dus dat al mijn docenten daar een of meer boeken op hun naam hadden staan. Het succesrecept van Egbert Jan? Hij bedacht een sterk concept waarmee hij *Kloteklanten* als merk neerzette, hij zette een klantvriendelijkheidsonderzoek op om zijn boodschap te onderbouwen en hij benutte de kracht van storytelling en e-mailmarketing. Hij had zelf een grote rol in zijn succes. Maar deed hij alles alleen? Natuurlijk niet. Een redacteur checkte zijn tekst, een professionele vormgever ontwierp de cover en hij schakelde hulp in om zijn boek in de boekhandel te krijgen. Om maar een paar dingen te noemen.

Zo kan ik nog een hele tijd doorgaan. De bestsellerlijsten staan vol met boeken van succesvolle ondernemers die de kracht van een team weten te benutten. Mensen die samenwerken met conceptontwikkelaars, schrijvers, vertalers, coaches, uitgeefexperts, wetenschappers, fotografen, marketingpartners en meer. Bijvoorbeeld:

- » David de Kock en Arjan Vergeer van *365 Dagen Succesvol* met hun boeken over geluk, relaties en persoonlijke groei. Zij schreven samen 7 bestsellers, organiseerden meer dan 700 events en bouwden een community van tienduizenden mensen.
- » Pascale Naessens, auteur van populaire kook- en lifestyleboeken, die met eenvoudige recepten miljoenen lezers bereikte. Ze bracht gezonde voeding naar het grote publiek, met vertalingen in het Frans, Engels, Duits en Chinees.
- » Remco Claassen - we zaten op dezelfde middelbare school - die als rebelse spreker volle zalen trekt en mensen traint in persoonlijk leiderschap en effectiviteit. Met bestsellers als *IK/WIJ* en *Verbaal meesterschap* oogst hij volop waardering. Hij weet zijn impact te vergroten door samen te werken met een team van coaches en facilitators.

- » Alexander Osterwalder en Yves Pigneur, auteurs van de internationale megabestseller *Business Model Generation*. Zij bereikten met hun boek meer dan anderhalf miljoen mensen. Met bijdragen van ervaringsdeskundigen uit 45 landen is het een geweldig voorbeeld van succesvol teamwork.
- » Martijn Verspeek, eigenaar van een installatiebedrijf en auteur van *Goeiegast*. In de eerste 10 weken na verschijnen verkocht hij al zo'n 7000 exemplaren. Het was bij Managementboek.nl het bestverkochte managementboek van 2025.
- » Jeanet Bathoorn, die 11 boeken schreef, waaronder *De vrijheidsformule* en *50 verdienmodellen*. Zij werkte samen met diverse coauteurs en schreef haar meest recente boek met 10 van haar klanten. Dankzij haar boeken kon Jeanet de prijs van haar lezingen verdubbelen en vertienvoudigde haar omzet.
- » Cyriel Kortleven, spreker en expert op het gebied van creativiteit, innovatie en de mindset die nodig is voor succesvolle verandering. Bekend van onder meer het boek *The Change Mindset*. Cyriel weet complexe thema's terug te brengen tot heldere, praktische inzichten. Hij heeft bijna 20.000 volgers op LinkedIn en heeft al in zo'n 40 landen speeches gegeven.
- » Jitske Kramer, cultureel antropoloog en auteur van boeken als *De Corporate Tribe* (Managementboek van het Jaar in 2016), *Jam Cultures* en *Deep Democracy*. Haar gedachtegoed - ze verkocht al meer dan 150.000 boeken - heeft zich over de wereld verspreid en is een vaste waarde geworden in boardrooms en trainingszalen.

- » En wie heeft er niet van Stephen Covey gehoord, die zijn megabestseller *The 7 Habits of Highly Effective People* niet zelf geschreven heeft, maar er wel bijzonder succesvol mee werd?

EVERSELLERS

Ook buiten die bestsellerlijsten gebeurt er van alles, want lang niet alle verkoop loopt via partijen als Managementboek, bol.com of Standaard Boekhandel. Zo verkopen Bas Kooijman en Reinier Tromp sinds het verschijnen van hun boek *Lean Six Sigma van A tot Z*, dat ze in eigen beheer uitgaven, elk jaar enkele duizenden exemplaren. Gewoon aan mensen die hun trainingen en masterclasses volgen. Alles daarbuiten is leuk extra.

Ook de business van Berry Koeleman profiteert van een everseller (een boek waar langere tijd vraag naar is). Zijn boek *Boven de lijn* bracht hem grote bekendheid binnen de wereld van de persoonlijke groei: "Mensen kennen me van mijn boek en dat geeft vertrouwen", vertelde hij. "De klanten komen vanzelf naar me toe. Hoe cool is dat!"

Een voorbeeld in eigen familie. Mijn broer, Koen Versmissen, heeft verschillende boeken op zijn naam staan. Toen hij aan *Grip op datalekken* begon, dachten hij en zijn businesspartners dat hulp inschakelen niet nodig was. Ze waren verstandig genoeg om dat toch te doen, met als resultaat: een inhoudelijk en strategisch sterker boek. Zelfs acht jaar na publicatie komt er nog elke maand een leuk passief inkomen uit zijn boeken. Maar wat hij vooral fantastisch vindt, is de expertstatus die het hem bracht: "Mensen zien me direct als autoriteit op mijn vakgebied."

Bedenk eens wat zo'n everseller voor jouw business kan doen. Wat een bestseller op je naam jou persoonlijk en zakelijk kan brengen. En hoeveel leuker en makkelijker zakendoen wordt als jouw droomklanten, al voordat ze jou persoonlijk leren kennen, weten dat je ontzettend goed bent in je vak.

Want dat is wat er gebeurt als je met een team professionals gaat samenwerken. Die tillen jouw gedachtegoed en business naar een heel nieuw niveau.

Net als Beyoncé en Federer kennen succesauteurs hun talenten, maar ook hun beperkingen.

- » Heb je zelf geen verstand van marketing en roep je daar geen hulp voor in, verwacht dan geen verkoopaantallen als die van Richard de Leth.
- » Breng je zelf je boek op de markt terwijl je totaal geen verstand hebt van de uitgeefwereld? Verwacht dan niet dat je boek net zo veel voor je business doet als een boek van Jos Burgers.
- » Heb je moeite met strak formuleren maar schakel je geen ghostwriter of redacteur in? Verwacht dan niet zo'n enorme bestseller als die van Stephen Covey.

Weet waar je kracht ligt – en waar je zwakte. Mocht je nu denken: ja, maar ik ben eigenlijk overal best goed in, en wil je jezelf de winnende mindset van een succesauteur eigen maken, laat dan deze drie prestatieprincipes goed tot je doordringen:

1. Zelfs mensen die overal goed in denken te zijn, zijn dat niet.
2. Als je met mensen samenwerkt die nog beter zijn dan jij, haal je nog betere resultaten.
3. Werk uitbesteden geeft je meer tijd voor werk dat alleen jij kunt doen en dat nóg meer oplevert.

Laat je dus niet leiden door je ego ('ik kan het zelf wel'), maar door ambitie ('ik wil het groots neerzetten en vraag hulp'). Juist dat – die mindset – is de weg naar echt succes.

Is die mindset voldoende om je doelen te bereiken? Nee, daar is nog wat voor nodig. In het volgende hoofdstuk lees je over die andere onmisbare succesfactor.