

Boek meer Business met je Boek

7 onmisbare pijlers voor
het schrijven van je boek

Veron Goemans

Eerder verschenen van Veron Goemans

Vrouwen Online,
Acht Succesvolle Vrouwen Over De Geheimen Achter Hun
Internet Business (2015).

Het boek is in herdruk uitgebracht (2020)
Je kunt een gratis deel uit dit boek ontvangen via
www.verongoemans.nl/boeken

Colofon

‘Boek meer Business met je Boek,
7 onmisbare pijlers voor het schrijven van je boek’

ISBN boek: 978-94-6328-359-5

ISBN e-book: 978-94-6328-362-5

Uitgegeven door: Uitgever Boekenbent, www.boekenbent.nl

Tekstredactie: Veron Goemans en Erika Lunsche

Coverontwerp: Mirjam Blom, dtp & grafische vormgeving,
www.mirjambloom.nl

© Copyright: Veron Goemans, auteur

www.verongoemans.nl

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door print-outs, fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

Disclaimer: Hoewel de auteur alles in het werk gesteld heeft om ervoor te zorgen dat de informatie in dit boek op het moment van uitgave correct was, wijst de auteur elke aansprakelijkheid af jegens enige partij voor enig verlies, schade of verstoring veroorzaakt door fouten of omissies, ongeacht of dergelijke fouten of omissies een gevolg zijn van nalatigheid of enige andere oorzaak.

Inhoudsopgave

Voorwoord	11
Inleiding	17
Hoofdstuk 1 Waarom een boek	23
1.1 Argumenten om te starten met je boek.....	25
1.2 Zorgen over een boek.....	35
1.3 Begin met het eind voor ogen	42
Hoofdstuk 2 Heb een onweerstaanbaar boek	47
2.1 Het boekprojectplan.....	48
2.2 Onderdelen boekprojectplan.....	51
2.3 Onderwerp boek, je ideale lezer en je boekbelofte	52
2.4 De omslag van je boek.....	58
2.5 De inhoudsopgave	64
2.6 Titels en subtitels	64
Hoofdstuk 3 Exploreer je doelen	69
Hoofdstuk 4 Focus op je structuur	75
4.1 De basisstructuur	76
4.2 Een eigen methode	87
4.3 Andere interessante structuren	93
4.4 Pimp je boek.....	99
Hoofdstuk 5 Bepaal het schrijfproces	107
5.1 Schrijfplek	107

5.2 Focus	108
5.3 De tijdmanagementmatrix.....	109
5.4 Het schrijfplan	115
5.5 Het schrijven van je boek	118
Hoofdstuk 6 Ontwikkel je marketing strategieën.....	129
6.1 Social media marketing.....	130
6.2 Maak een marketingplan	136
6.3 Het lanceerplan	141
Hoofdstuk 7 Ontmasker je saboteurs	145
7.1 De 5G-formulie	146
7.2 Saboteurs elimineren.....	149
Hoofdstuk 8 Maak het boek af.....	153
8.1 Het redigeren van je tekst.....	154
8.2 Vormgeven van je boek.....	159
8.3 Uitgeven van je boek.....	160
Hoofdstuk 9 Boek meer Business met je Boek	165
9.1 Verkoop van je boek.....	166
9.2 Producten naar aanleiding van je boek.....	171
Hoofdstuk 10 Essentiële eigenschappen.....	179
10.1 Commitment	179
10.2 Brandend verlangen.....	181
10.3 Leiderschap	183
10.4 Creativiteit	186

10.5 Mindset.....	188
10.6 Meesterschap.....	199
Hoe je de volgende stap zet	201
Dankwoord	203
Auteurs die ik geïnterviewd heb en hun laatste tip	205
Over de auteur	211
Bonuspagina op mijn website	213
Lees ook van Veron Goemans	215

Inleiding

Voel je dat het voor jou nu de tijd is om een boek te schrijven? Wil jij je kennis delen zodat je meer mensen bereikt, meer zichtbaar bent, je naamsbekendheid vergroot en je veel meer impact hebt? En wil jij meer business boeken met je boek?

Is jouw antwoord op deze vragen een volmondig ‘ja’, dan is dit boek geknipt voor jou. Want in dit boek vind je alle informatie die je nodig hebt om je boek te schrijven, te promoten en om er meer business uit te halen, zodat je bovenstaande doelen bereikt.

Meer business uit je boek halen is een belangrijk doel van je boek, want je mist omzet en winst zonder dat doel. Voordat je meer business uit je boek haalt, moet je het wel eerst schrijven. Een groot deel van dit boek gaat over dat schrijven.

Het schrijven van je boek zie ik als een project met een duidelijk begin en eind. Het project begint op het moment dat jij het besluit neemt om je boek te schrijven en het eindigt als jij je boek in handen hebt. Hoe je begint, wat er tussenin gebeurt en waar je eindigt is daarom ook het onderwerp van dit boek.

Omdat het mijn diepste wens is dat jij je boek gaat schrijven, heb ik dit boek geschreven om je een steuntje in de rug te geven. In mijn eerste boek ‘Vrouwen Online’ werd ik tijdens het schrijfproces zo enthousiast over de acht vrouwen die ik

geïnterviewd had, dat ik mezelf helemaal geen plek in dat boek gegeven heb. Nu deel ik graag mijn kennis en ervaring met je en laat ik je zien dat het schrijven van je boek echt niet moeilijk is. Natuurlijk moet je voor het schrijven tijd vrijmaken, dat spreekt voor zich. Maar je gaat ontdekken dat je met een uur per dag in no time je boek geschreven hebt. In mijn netwerk zitten auteurs die een waardevol boek zelfs binnen één week geschreven hebben. Sandra Derksen heeft dat bijvoorbeeld samen met Jeanet Bathoorn gedaan toen zij het ‘Marketing handboek voor een succesvolle praktijk’ schreven.

In hoofdstuk 1 lees je waarom een boek ook voor jouw business belangrijk is. Je vindt opmerkingen van een of meerdere auteurs waarmee ik extra wil benadrukken dat een eigen boek heel waardevol is voor jou en je bedrijf. Heb je er toch nog zorgen over? Ik weerleg in dit hoofdstuk zeven zorgen die mogelijk bij jou spelen.

En dan de hoofdstukken 2 t/tm 8. In dit boek presenteer ik de door mij ontwikkelde H.E.F.B.O.O.M.-methode. Deze methode gebruik ik ook in mijn programma met klanten die ik coach om hun boek te schrijven. Met deze methode begeleid ik je pijler voor pijler door het boekproject zodat jij snel, simpel en makkelijk in zes maanden je boek schrijft, promoot en publiceert.

De H.E.F.B.O.O.M.-methode bestaat uit 7 pijlers die gezamenlijk het volledige boekproject omvatten.

Ze zijn in eerste instantie bedoeld om ze pijler voor pijler uit te werken. In tweede instantie, nadat je ze één keer helemaal chronologisch doorlopen hebt, kun je terug naar een pijler die op enig moment aandacht vraagt. Ik kom daar zo op terug.

In hoofdstuk 2 lees je voorafgaand aan mijn methode waarom je eerst een boekprojectplan moet maken. Zo'n plan is enerzijds handig voor de overall blik waarmee je de regie in handen houdt. En anderzijds om snel te kunnen schakelen als iets meer tijd vraagt dan je ingepland had of dingen anders lopen dan je voorzien had.

Na het boekprojectplan zoomen we in op de H.E.F.B.O.O.M.-methode zelf. De letters van de 7 pijlers staan voor:

Heb een onweerstaanbaar boek (pijler 1)

Exploreer je doelen (pijler 2)

Focus op je structuur (pijler 3)

Bepaal het schrijfproces (pijler 4)

Ontwikkel je marketingstrategieën (pijler 5)

Ontmasker je saboteurs (pijler 6)

Maak het boek af (pijler 7)

Je gaat bij de H van 'H**e**b een onweerstaanbaar boek' aan de slag met het onderwerp van je boek, je ideale lezer, de inhoudsopgave waarin mede de waarde van je boek tot uitdrukking komt, de titel en subtitel van je boek en de boekomslag.

In hoofdstuk 3 bij de E van ‘**E**xploreer je doelen’ verken je wat je persoonlijk en zakelijk gezien met je boek wilt bereiken en welke plek je boek inneemt tussen andere producten die je aanbiedt.

In hoofdstuk 4 bij de F van ‘**F**ocus op je structuur’ krijg je verschillende structuurmodellen waaronder een eenvoudig beproefde basisstructuur waarmee al honderden, zo niet duizenden mensen, over de hele wereld hun boek geschreven hebben. Je kunt zelf kiezen welke structuur het beste bij je past en je kunt natuurlijk ook een combinatie van structuurmodellen maken. Wees creatief in de toepassing ervan maar let op dat je er niet in verstrikt raakt.

In hoofdstuk 5 bij de B van ‘**B**epaal het schrijfproces’ komt je werkplek aan de orde, ga je onderzoeken wat voor jou de beste schrijftijd is, krijg je inzicht in je tijdsbesteding en de ruimte die er is om je boek te schrijven en ontvang je tips voor het schrijven van je boek.

In hoofdstuk 6 bij de O van ‘**O**ntwikkel je marketingstrategieën’ kies je welke social media kanalen jij gaat inzetten, je maakt een marketingplan en je buigt je over het lanceerplan om het verschijnen van je boek wereldkundig te maken.

In hoofdstuk 7 bij de O van ‘**O**ntmasker je saboteurs’ onderzoek je welke saboteurs jou kunnen dwarszitten tijdens je

boekproject en je bedenkt strategieën om ze te elimineren. Je weet ongetwijfeld dat een saboteur iemand is die je tegenwerkt bij het schrijven van je boek. Je herkent ze aan de stemmetjes in je hoofd en geloof me, daar weet ik zelf alles van.

In hoofdstuk 8 bij de M van ‘**M**maak het boek af’ krijg je tips om een belangrijk deel van het redactiewerk zelf ter hand te nemen en je ontvangt informatie over de vormgeving en uitgave van je boek.

Ik zou nog even terugkomen op ‘teruggaan naar een bepaalde pijler’. Het zou zo maar kunnen dat je ergens in je boekproject opnieuw last krijgt van saboteurs, dan ga je dus terug naar pijler 6 ‘Ontmasker je saboteurs’. Het kan ook een andere pijler zijn waarnaar je terug wilt, bijvoorbeeld exploreer je doelen.

Dan ben je aangekomen op het punt waar het na het schrijven van je boek om draait, namelijk hoe je meer business met je boek kunt boeken. Daarover gaat hoofdstuk 9.

In hoofdstuk 10 beschrijf ik welke eigenschappen je nodig hebt om je boekproject tot een succes te maken en word je uitgenodigd om een contract met jezelf te sluiten waardoor je, als je besluit je boek te schrijven dat ook tot het eind blijft doen.

Een waarschuwing is nog wel op zijn plaats. Ik heb namelijk een nogal creatieve associatieve geest waardoor ik minder geneigd ben om zaken als ‘vaststaand’ te presenteren. Ik pretendeer niet de wijsheid ‘wat goed voor jou’ is in pacht te hebben. Niettemin

staat alles wat je nodig hebt om je boek te schrijven en er meer business uit te halen in dit boek, dat naast een heldere structuur ook de nodige ‘vrije’ ruimte voor je openlaat om je eigen weg te vinden.

Om mijn boek meer waarde te geven, heb ik het verrijkt met de ervaringen en het gedachtegoed van andere succesvolle auteurs door hen een aantal vragen voor te leggen. De vragen die ik de auteurs gesteld heb, kwamen gedeeltelijk overeen, maar er waren ook verschillen. Zo heb ik Erika Lunsche als enige auteur gevraagd naar haar ervaring met het werken met een acroniem en een eigen methode. De interviews met Dolly Heuveling van Beek en Simone Levie zijn een stuk uitgebreider dan met de andere auteurs. Aan Dolly en Simone heb ik veel meer vragen gesteld en specifiek vragen over de H.E.F.B.O.O.M.-methode. Deze twee interviews zijn als bonusmateriaal integraal voor je beschikbaar. Ga naar www.verongomans.nl/bonusboekbbb om ze te downloaden.

Ik hoop dat de uitspraken van de auteurs en mijn inbreng jou inspireren om met je boek aan de slag te gaan. En meer business te boeken met je boek.

Heel veel plezier bij en succes met jouw boekproject!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Veron', with a stylized underline.