



# COMPETENCE FACTORY

## **INSPIRATIEMAGAZINE**

**'IK ZOCHT MEER DIEPGANG  
EN EEN NIEUWE BAAN.'**

Alumnus Sander Kramer

## **DOELGERICHT GROEIEN**

Leer het tijdens de training Growth Hacking

**GEÏNTRIGEERD DOOR  
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID**

Top-trainer Eddy Boeve over usability

**Iedereen is creatief. Ontdek jouw verborgen talenten.**

# INHOUD

**04 Competence Factory:**  
het verhaal achter het bedrijf



**08 Maak kennis met Eddy Boeve,** een gepassioneerd trainer met oog voor gebruiksvriendelijkheid

08



**12 Chris Out over Growth Hacking:**  
'Het is eigenlijk heel simpel...'



**18 Sander, alumnus met een nieuwe loopbaan;**  
nu online marketing specialist



## COLOFON

©Competence Factory 2019

**Tekst:** Rosanne Koppert, Carla van Sluisdam, Marit Vervaart

**Vormgeving:** Cor Lesterhuis, MediaCenter Rotterdam

**Fotografie:** Jan-Willem Kaldenbach, Niels Schopman, Carla van Sluisdam, Unsplash.com, Sander van Wettum

**Redactie:** Minke Havelaar, René Steuer

[www.competencefactory.nl](http://www.competencefactory.nl)

# OVER COMPETENCE FACTORY

Beter worden in je vak, daar heb je steeds vaker digitale skills voor nodig. Zeker als je in je werk te maken hebt met online marketing, contentcreatie of (web)design. Competence Factory helpt je up-to-date te blijven en nieuwe vaardigheden op te doen. Met trainingen die verdergaan dan trucjes leren. Want alleen als je begrijpt waaróm je iets doet, kun je erin verder komen.

## Strategie en creatie: een sterke combinatie

Wat je vak ook is, je doet nooit zomaar iets. Elke klus heeft een doel, en geen taak staat op zichzelf. Een prachtig webdesign moet ook gebruiksvriendelijk en vindbaar zijn. En een strategische onlinemarketingcampagne converteert alleen als 'ie ook conceptueel sterk is. Daarom vinden we dat je altijd meer moet leren dan alleen wat skills. Onze trainers laten je verder kijken dan de technieken die je leert: naar je doelen en de context van je werk. Daarbij komen creativiteit en strategie allebei aan bod. Zo zorgen we ervoor dat je je versgeleerde vaardigheden ook echt succesvol kunt inzetten..

## Trainingen die je bijblijven

We zijn ervan overtuigd dat trainers beter lesgeven wanneer ze vanuit hun eigen kennis, ervaring en passie kunnen spreken. Zeker als ze stuk voor stuk bevoegen professionals zijn, met een succesvolle eigen praktijk. Daarom geven we onze trainers de vrijheid om hun cursussen zelf in te richten. Zo garanderen we dat je nooit een inspiratieloze standaardtraining krijgt, maar altijd verrast wordt met originele opdrachten en een enthousiast verhaal. Doordat we de groepen klein houden, is er bovendien genoeg ruimte voor je eigen vragen en wensen. Onze score op Springest bewijst dat deze aanpak

werkt: cursisten geven onze trainingen gemiddeld een 8,5

## Competence Factory: born digital

In de jaren 80 was oprichter René Steuer een arme student, maar wel een met een gloednieuwe Apple-computer. Met korting op de kop getikt. Personal computers waren op dat moment nog niet erg populair, maar de voorspellingen waren gunstig. René startte Viditrain op, een onderneming die Macintosh-trainingen verzorgde. Het bedrijf liep goed, groeide, en transformeerde langzaam tot een gerenommeerd opleidingsinstituut voor professionals die voor hun vak specifieke programma's onder de knie wilden krijgen. Zoals Microsoft Word en Excel. Na een overname veranderde Viditrain in 1999 van naam: Competence Factory zag het licht. Langzaam verschoof ook onze focus. Inmiddels leren we je geen programma's meer, maar helpen we je sterker worden in je vak. Met digitale middelen. ●



# COMPETENCE FACTORY, VOOR TRAININGEN DIE JE BIJBLIJVEN

René Steuer is oprichter van Competence Factory. Hij werkt al 26 jaar in het opleidingsvak, en was ooit pionier op het gebied van nieuwe media en direct marketing. Ook nu nog is hij dagelijks bezig met innovaties in online marketing. We spreken hem over zijn verwachtingen én ambities voor de toekomst.

## Wat is de missie van Competence Factory?

'Opleidingen verzorgen is voor ons geen doel op zich. We willen er vooral aan bijdragen dat bedrijven hun creatieve en ICT-projecten sneller succesvol afronden. Daarom faciliteren we naast kennisoverdracht ook complete projecten, bijvoorbeeld door specialisten, apparatuur, tools en locaties aan te bieden. Door innovatief te blijven denken én doen, helpen we organisaties om flinke stappen vooruit te zetten.'

*'Innovatie zit in ons DNA. We zijn enorm nieuwsgierig.'*

## Op welke uitdagingen speelt Competence Factory in?

'Een van de grootste marketing- en communicatie-uitdagingen van organisaties ligt in hun onlinestrategie. Grote, sexy spelers als bol.com en booking.com trekken de beste mensen naar zich toe, waardoor het voor kleinere bedrijven lastig is om goede marketeers, programmeurs en UX-designers aan zich te binden. Zij moeten slimme bureaus of

freelancers om zich heen verzamelen en hun eigen mensen opleiden. Competence Factory faciliteert dat proces. We leiden niet alleen professionals op, maar kunnen ook de juiste creatieven bij een project zoeken.'

## Hoe garandeer je dat opleidingen relevant blijven?

'In 25 jaar tijd hebben we een enorm netwerk van experts om ons heen verzameld. Allemaal enthousiaste trainers met grote belangstelling voor nieuwe ontwikkelingen. Zij helpen ons om actuele trends direct naar nieuwe trainingen te vertalen, waardoor onze colleges altijd bij de tijd zijn. En het leuke is dat de meeste trainers oprecht hun voorkeur voor ons uitspreken. Daar word ik natuurlijk blij van.'

## Competence Factory belooft 'de beste prijs-kwaliteitverhouding'. Hoe zit dat?

'Als je topkwaliteit wilt bieden tegen een redelijke prijs, dan is 'bezettingsgraad' het sleutelwoord. Onze variabele pricing is hierop gebaseerd. We hebben de luchtvaart als voorbeeld genomen: doordat we altijd early bird- of last minute-aanbiedingen hebben, kunnen we tegen relatief lage kosten trainingen van hoog niveau organiseren. Zo zorgen we ervoor dat onze trainingen niet

alleen bereikbaar zijn voor medewerkers van grote organisaties, maar ook voor bijvoorbeeld zzp'ers en kleinere ondernemers.'

## Waar is Competence Factory te vinden?

'We hebben drie eigen locaties: in Amsterdam, Utrecht en Rotterdam. Hier bieden we gezellige, eigentijdse trainingsruimtes die erop zijn ingericht om creativiteit te stimuleren. De trainingen gaan door op basis van het aantal mensen dat zich op een locatie aanmeldt. Voor bedrijven met cursisten uit verschillende windstreken is Utrecht de perfecte plek; hier zitten we vlak naast Utrecht Centraal. Voor iedereen makkelijk te bereiken dus.'

'Af en toe filosoferen we erover om internationaal te gaan werken. We zouden meer trainingen in het Engels willen aanbieden. Bovendien wordt reizen binnen Europa steeds makkelijker; het is niet ondenkbaar dat je een dag vanuit Barcelona, Londen of Parijs overkomt om in Nederland een training te volgen. En via online marketing kunnen we onze trainingen vrij makkelijk in het buitenland aanbieden. Dus wie weet, misschien stappen we de grens over.'

## Space to Create is een nieuw label van Competence Factory. Wat doen ze precies?

'Space to Create is het zusje dat Competence Factory creatieve vleugels geeft. Het stelt onze ruimtes beschikbaar voor trainingen, workshops en brainstormen – met of zonder trainer van Competence Factory erbij. Klanten kunnen kiezen uit vergaderruimtes, trainingszalen en zelfs een eigen video-studio met greenscreens. Alle ruimtes zijn voorzien van whitewalls: muren bedekt met een whiteboard waarop je naar hartenlust kunt schrijven en tekenen. Hier kun je in een paar dagen helemaal 'agile' een complete website, bedrijfsfilm, brochure of business-strategie uitwerken.'

## Tot slot: welke training zou je zelf volgen als je een startende marketeer was?

'Leuke vraag! Ik ben zelf een generalist met affiniteit voor IT. Daarom zou ik eerst voor een strategische basis gaan, bijvoorbeeld met Marketing automation en Growth hacking. Vervolgens zou ik de techniek induiken met de Google

Master-opleiding, waarin je alles leert over zoekmachineoptimalisatie, Google Ads en Google Analytics. Voor de meer psychologische marketing-trainingen, zoals Persuasive design, Conversieoptimalisatie en UX-design, kan ik overigens ook warmlopen.'

*'Als ik startend marketeer was, zou ik voor de training Marketing automation gaan.'*

'Welke training bij je past, hangt natuurlijk helemaal af van je talenten en interesses. Wil je je specialiseren, of ben je juist op zoek naar een bredere invalshoek? Voor jonge marketeers is de Opleiding Online marketeer een mooi startpunt om alle disciplines van online marketing te leren kennen.' ●



## OVERZICHT TRAININGEN DIGITAL DESIGN SCHOOL

Cluster	Opleidingen binnen cluster	Trainingen binnen cluster	
<b>UX Design</b>	Opleiding Conversiespecialist	Conversieoptimalisatie	
	Opleiding Interactive webdesigner	Interaction design	
	Opleiding UX-designer	Persuasive design	
		Usability	
		Visual design met Sketch en Invision	
		Wireframes maken met Axure RP	
<b>Webdesign</b>	Opleiding Frontend webdesign	Overview webdesign	
	Opleiding Interactive webdesigner	Persuasive design	
	Opleiding UX-designer	Visual design met Sketch en Invision	
		Wireframes maken met Axure RP	
<b>Webdevelopment</b>	Opleiding Frontend webdeveloper	HTML5 en CSS3 Level I	
	Opleiding Backend webdeveloper	HTML5 en CSS3 Level II	
	Opleiding Backend webdeveloper - professional	Javascript	
		jQuery en JQuery mobile	
		Objectgeoriënteerd programmeren met PHP	
		PHP en MySQL database Level I	
		PHP en MySQL database Level II	
<b>Video en animatie</b>		Adobe After Effects Video Effecten en Animatie Basis	
		Adobe After Effects Video Effecten en Animatie Gevorderd	
		Adobe Animate	
		Adobe Premiere Pro Videomontage basis	
		Apple Final Cut Basis Videomontage	
<b>Graphic design</b>	Opleiding Adobe Photoshop artist	Adobe Illustrator Level I	
	Opleiding Adobe Photoshop expert	Adobe Illustrator Level II	
	Opleiding Adobe Photoshop professional	Adobe InDesign Level I	
	Opleiding Graphic artist	Adobe InDesign Level II	
	Opleiding Graphic design en typography	Adobe Photoshop Artclass	
	Opleiding Infographic artist	Adobe Photoshop Level I	
		Adobe Photoshop Level II	
	Infographics maken		
<b>Concept en creatie</b>	Opleiding Content creator	Adobe Photoshop Artclass	
		Design Thinking	
		Design Thinking in a day	
		Infographics maken	
		Visual thinking	coming soon
<b>Wordpress</b>	Opleiding Wordpress	SEO voor Wordpress	
	Opleiding Wordpress expert	Wordpress beheer	
		Wordpress webshop	
		Wordpress website maken	

## OVERZICHT TRAININGEN MARKETING BUSINESS SCHOOL

Cluster	Opleidingen binnen cluster	Trainingen binnen cluster	
<b>Online marketing</b>	Opleiding Contentmarketeer	Agile marketing scrum	Nieuw
	Opleiding E-commerce manager	Big data en marketing automation	
	Opleiding Online marketeer	Blockchain voor marketeers	Nieuw
	Opleiding Online strateeg	Contentmarketing	Nieuw
	Opleiding SEO-specialist	Conversieoptimalisatie	
	Opleiding Social marketing consultant	Customer journey marketing	Nieuw
		E-commerce	
		E-mailmarketing	Nieuw
		Growth Hacking in a day	
		Growth Hacking	
	Online marketingstrategie		
	Social mediastrategie		
	Zoekmachineoptimalisatie (SEO)		
<b>Design Thinking</b>	Opleiding Innovation manager	Design Thinking in a Day	
		Design Thinking	
		Visual thinking	Coming soon
		Presentation thinking	Coming soon
<b>Social media</b>	Opleiding Facebook-specialist	Contentcreatie voor social media	
	Opleiding Social marketing consultant	Facebook en Instagram advertising - level I	
	Opleiding Social media manager	Facebook en Instagram advertising - level II	Nieuw
		Facebookmarketing	
		LinkedIn-marketing	Nieuw
		Schrijven voor social media	
		Social mediastrategie	
		Social media recruitment	
		Webcare en communitymanagement	
<b>Content</b>	Opleiding Contentmarketeer	Contentcreatie voor social media	
	Opleiding Content creator	Content maken met Canva	Coming soon
		Contentmarketing	Nieuw
		E-mailmarketing	Nieuw
		Infographics maken	
		Online corporate storytelling - blended learning	Nieuw
		Online storytelling	
		Webredactie	
<b>Google</b>	Opleiding Google Master	Google Ads I	
	Opleiding Google Ads Certified Online Advertentie Professional	Google Ads II Fundamentals	
	Opleiding Google Ads Fundamentals	Google Ads III	
	Opleiding Google Analytics Expert	Google Analytics I	
		Google Analytics II	
		Zoekmachineoptimalisatie (SEO)	
<b>Growth Hacking</b>	Opleiding CRO (Conversion Rate Optimisation)	Big data en marketing automation	Nieuw
		Blockchain voor marketeers	Nieuw
		Conversieoptimalisatie	
		Customer journey marketing	Nieuw
		Growth Hacking	
		Growth Hacking in a day	
		Persuasive copywriting	
<b>Customer Experience (CX)</b>	Opleiding Conversiespecialist	Big data en marketing automation	
	Opleiding CRO (Conversion Rate Optimisation)	Conversieoptimalisatie	
		Customer journey marketing	Nieuw
		E-commerce	
		Interaction Design	
		Persuasive design	
		Usability	
<b>Copywriting</b>	Opleiding Creative copywriter	Online corporate storytelling	
	Opleiding SEO-copywriter	Online storytelling	
	Opleiding Webredacteur	Persuasive copywriting	
		SEO-copywriting	
		Webredactie	Nieuw
		Zoekmachineoptimalisatie (SEO)	



Voor meer informatie over de opleidingen, kijk op [www.competencefactory.nl/factory/opleidingen](http://www.competencefactory.nl/factory/opleidingen).



# GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID BOVEN ALLES

Bij Competence Factory werken we met specialisten die midden in de praktijk staan en de ontwikkelingen in hun vakgebied nauwgezet volgen. Zo ook Eddy Boeve, die het bovendien leuk vindt om zijn kennis over te dragen. In onze Marketing Business School geeft hij trainingen op het gebied van UX en conversie-optimalisatie. Wie is hij en hoe werkt hij als trainer?

## Hoe ben je in dit vakgebied terechtgekomen?

'Tijdens mijn studie Elektrotechniek aan de Universiteit Twente ontdekte ik dat ik programmeren en informatica eigenlijk leuker vond. En dan specifiek het gebruikersaspect ervan; dat vond ik zó intrigerend dat ik Informatica ben gaan studeren. Ook heb ik nog een promotieopdracht gedaan als onderzoeker in opleiding op het Centrum Wiskunde en Informatica (CWI) in Amsterdam. Waarnaar? Gebruiksvriendelijke systemen!'

'Net voordat ik promoveerde, begon ik samen met twee collega's de start-up General Design. In 2000 waren we een van de grootste fullservice-internet-bureaus in Nederland, met 65 man in dienst. Tot de Finse internetreus Satama ons overnam.'

## Terug naar de inhoud

'Directeurtje spelen had ik na een paar jaar wel gezien. Na enige omzwervingen zit ik nu weer vol in de inhoud: met Booming werken we aan projecten voor mooie klanten als HP, Philips en T-Mobile, vanuit ons kantoor in De Hallen in Amsterdam Oud-West. We zijn met z'n zestienen, een fijne bedrijfsomvang. Heerlijk om weer gewoon met de praktijk bezig te zijn.'

*'Kennis vergaren is belangrijk. Daarom volg ik zelf ook regelmatig cursussen van collega's bij Competence Factory.'*

## Blijven leren is een must

'Als een van de eerste conversie-experts is het zaak om up-to-date te blijven. Nu is dat gelukkig niet zo moeilijk als je dagelijks oplossingen ontwikkelt voor je klanten met vijftien andere vakspecialisten. Zo blijf je vanzelf scherp. Bovendien lees ik continu blogs, analyseer ik A/B-tests van anderen, bezoek ik conferenties en volg ik zelf trainingen – mijn laatste was 'Persuasive copywriting' bij Competence Factory. Ook volg ik de gedragswetenschap op de voet, daar haal ik veel waardevolle input vandaan.'

## Focus op big data

'Mensen vragen mij vaak om mijn UX- en conversievisie: waar moeten we ons nu mee bezighouden, wat wordt groot in ons vakgebied? Daarom heb ik een whitepaper gepubliceerd met vijftien

ontwikkelingen die ik signaleer – en soms zelfs al toepas. Deze kun je downloaden op de website van Competence Factory.'

'Bovendien komen deze ontwikkelingen uitgebreid aan de orde in mijn trainingen bij Competence Factory. Centraal in mijn vakgebied, en dus ook in de trainingen, staan de trends op het gebied van (big) data: data waarmee je kunt analyseren waar iets misgaat in de gebruiksvriendelijkheid, die een gepersonaliseerde beleving biedt en die je kunt toepassen om conversie-tactieken aan te scherpen.' ●





## Gastbloggen: zo wordt het een succes

Gastbloggen is een ideaal middel om je expertstatus te versterken. Zeker als je blog gepubliceerd wordt op een populair platform kun je er veel mensen mee bereiken. Vaak heeft zo'n platform veel meer bezoekers dan je eigen website én je spreekt een nieuw publiek aan. Daarnaast kan het een mooie manier zijn om een backlink naar je website te verzamelen. Goed voor je vindbaarheid! Maar hoe zorg je ervoor dat een blog van jouw hand op zo'n groot platform geplaatst wordt? Doorloop de volgende 6 stappen en dat gaat helemaal goed komen.

### 1. Kies een goed onderwerp

Het is vaak handig als je eerst nadenkt over het onderwerp van het artikel. Waar ben jij een echte expert in? Kun je misschien inspelen op de actualiteit? Of heb je ergens een

afwijkende mening over? Belangrijk is dat er nog niet te vaak over het onderwerp geschreven is. Is er al wel vaak over geschreven, kies dan een bijzondere invalshoek. De grote platformen (waar je het liefste op wilt komen) zijn over het algemeen vies van uitgekauwde onderwerpen.

### 2. Zoek een passend platform

Als het onderwerp duidelijk is kun je gaan kijken welk platform hier het beste bij past. Misschien lees je zelf regelmatig blogs over jouw vakgebied en ken je al wat platformen. Anders kun je natuurlijk altijd even Googlen. Heb je een mooi platform gevonden, waar jouw onderwerp op aansluit? Check dan de volgende zaken:

- Hoeveel bezoekers krijgt het platform per maand? Het moet natuurlijk wel de moeite waard zijn! Soms kun je deze informatie terugvinden op de website en anders kun je de redactie mailen.
- Wil je de gastblog ook gebruiken om een backlink te verzamelen? Dan kun je in een SEO-tool checken wat de SEO-waarde van het platform is.
- Oh, check trouwens ook of ze wel openstaan voor

gastblogs. Sommige platformen plaatsen alleen artikelen van hun eigen redactie. Soms kun je dit op de website vinden en anders kun je het navragen bij de redactie.

- Eventueel kun je voor je begint met schrijven jouw idee alvast pitchen, zodat je direct weet of ze geïnteresseerd zijn in het onderwerp.
- Een gastblog schrijf je vaak in eerste instantie om je expertstatus te vergroten. Een bijkomend voordeel is dat er soms een link naar jouw website geplaatst kan worden in het artikel of bij de auteursinformatie. Zeker als je artikel op een populair platform geplaatst wordt kan dat heel waardevol zijn voor SEO. Als dit voor jou belangrijk is, dan kun je dit van te voren checken met de redactie.

### 3. Schrijf een uniek artikel van hoge kwaliteit

Nu gaat het echte werk beginnen. Je gaat schrijven! Houd rekening met het volgende:

#### Check de stijl en de eisen van het platform

Kijk eens naar de artikelen die het platform eerder geplaatst heeft. Bekijk vooral de stijl van schrijven en de insteek van de artikelen. Zijn de artikelen heel zakelijk en formeel of juist fris en humoristisch? Zijn de artikelen vooral inspirerend of juist heel praktisch? Soms heeft een platform ook bepaalde eisen voor gastartikelen. Hier zul je allemaal rekening mee moeten houden om de plaatsingskans te vergroten. Past het totaal niet bij je? Kies dan voor een platform dat beter bij jouw schrijfstijl aansluit. *Kijk voor een voorbeeld van spelregels op Frankwatching.nl*

#### Schrijf foutloos

Besteed veel aandacht aan het artikel en laat hem goed nakijken als Nederlands niet je sterkste punt is. Eventueel kun je hem zelfs door iemand anders laten schrijven. Ik schrijf bijvoorbeeld regelmatig artikelen voor mensen, die hun kennis eerst met mij delen in de vorm van een interview.

#### Zorg voor waarde en ben niet te commercieel

Zorg ervoor dat de inhoud van het artikel waardevol is voor de lezers van het platform. Een valkuil van veel mensen is dat ze veel te commercieel zijn in hun artikelen. Serieuze platforms zitten niet op verkapte reclame te wachten en artikelen waarin je jezelf in het zonnetje zet worden vaak niet geplaatst. Je kunt het wel over jezelf of je bedrijf hebben, maar dan moet het echt waarde toevoegen aan het artikel. Denk aan een interessante case waarvan anderen kunnen leren.

#### Maak hem uniek

Grote platformen hechten veel waarde aan unieke content. Het is dus belangrijk dat het artikel eerder nergens anders is verschenen. Achteraf kun je het artikel soms in overleg met de redactie alsnog op je eigen website plaatsen. Dan vragen ze vaak om een verwijzing naar het originele artikel.

#### 4. Stuur het artikel in

Is je artikel af? Dan kun je hem gaan insturen. Omdat het artikel uniek moet zijn kun je hem maar naar 1 platform tegelijk versturen. Pas als je een afwijzing hebt ontvangen kun je een ander platform gaan proberen. Hoe je het artikel in kunt sturen verschilt per platform. Soms kan dat via een formulier op de website, soms kun je hem direct naar de redactie mailen.

#### 5. Maak een sterk auteursprofiel

Op veel platformen wordt er een auteursprofiel aan je artikel toegevoegd. Hier kun je een klein stukje over jezelf vertellen. Hier mag je wél reclame maken voor jezelf. Vertel dus vooral wat je goed kunt en voeg een call to action toe (voeg me toe op LinkedIn, bekijk de website, neem contact op, etc.). Zorg ervoor dat mensen snel meer over je kunnen vinden. Deel bijvoorbeeld je social kanalen, website, telefoonnummer en e-mailadres.

#### 6. Laat regelmatig van je horen

Eén artikel op een groot platform is natuurlijk super. Nog beter is het als je regelmatig gastblogs schrijft. Als je vaak als expert voorbij komt blijft dat veel beter hangen dan als mensen je maar één keer zien. Zie het dus niet als iets eenmaligs, maar als iets om structureel mee aan de slag te gaan.

#### Meer leren over dit onderwerp?

Meld je aan voor de training Contentmarketing! ●



## DOELGERICHT GROEIEN: ZO DOE JE DAT

# GROWTH HACKING

In oktober 2017 startte bij Competence Factory een nieuwe opleiding: Growth hacking. De eerste training waarin je 'hands on' aan de slag gaat met de groei van jouw bedrijf, onder leiding van toptrainer en growth hacking-pionier Chris Out.

### Wat is growth hacking?

Bij het woord 'hacken' denk je misschien aan schimmige acties op internet. Maar feitelijk betekent het niets anders dan 'de zwakke plek in het systeem vinden'. Bij growth hacking verbeter je je product of dienst door de zwakke plekken in jouw systeem aan te pakken. Je leert van de fouten die je maakt en past steeds verbeteringen toe. Zo realiseer je substantiële groei voor je bedrijf.

### Hacks in de praktijk

In 2014 richtte Chris Out het bedrijf Rockboost op, het eerste growth hacking-bureau van Nederland. Inmiddels heeft Rockboost 20 medewerkers en staat Chris regelmatig op internationale podia om te vertellen over zijn expertise: snelle groei afdwingen. Zijn collega's komen allemaal uit de praktijk en worden intern opgeleid, zodat ze op termijn zelf ook trainer kunnen worden.

Rockboost brengt niet alleen hacks in kaart, maar implementeert ze ook binnen organisaties. Chris: 'Stel je voor dat een klant het aantal orders wil verdubbelen van 1.000 naar 2.000. Wij zorgen ervoor dat medewerkers tools en hacks gaan toepassen om dit voor elkaar te krijgen.'

### Growth hacking, #hoedan?

'Veel bedrijven zijn opgedeeld in silo's: productontwikkeling, marketing en sales werken apart van elkaar. Daarbij wordt het perspectief van de klant genegeerd. En dat is misschien wel de grootste fout die een organisatie kan maken,' zegt Chris. 'Groeit begint bij een extreem goed product, waarvan je de prestaties continu meet en verbetert.

Nieuwe technieken, zoals marketing automation, ondersteunen dit en helpen je de juiste doelgroepen te bereiken. Oude marketing is passé; grote campagnes ontwikkelen en dan maar zien wat het oplevert, is niet meer van deze tijd. Meten is het devies!'

### Je dagelijkse groeitip

Wanneer je je abonneert op de nieuwsbrief van Rockboost, ontvang je elke dag een growth tip: een handig advies waarmee je snel groeieresultaten kunt boeken. Waarom stuurt Rockboost die tips? Chris: 'We investeren in kennis, daar geloven we in. De tips zijn gestart als test, maar inmiddels zijn we een paar maanden op weg en boeken we er resultaten mee. Lezers waarderen

onze adviezen, zien ons merk en reageren positief. We hebben nu zelfs iemand bij Rockboost die zich fulltime met de mails bezighoudt. Mijn advies aan andere organisaties is dan ook: vaker mailen! En zorg ervoor dat je berichten voor 80-90% uit waardevolle informatie bestaan. Dan leveren ze vanzelf conversie op.'

### Alles digitaal

'De trend is dat alles digitaal wordt, en dat ieder bedrijf feitelijk een softwarebedrijf wordt. Binnen deze realiteit werkt oude marketing niet meer. Growth hacking is eigenlijk de nieuwe marketing voor digitale producten. Door growth hacking toe te passen, kun je snel groeien.

De training Growth hacking is een samenwerking tussen Competence Factory en de Rockboost Growth Hacking Agency van Chris Out. Het bureau implementeert growth bij bedrijven, samen met partner DotControl: een data-driven creative agency.



En wanneer je je learnings telkens meeneemt, bouw je verder aan je onderneming.'

### Growth hacking leren?

In Europa loopt Nederland ver voorop als het om growth hacking gaat. Omdat er in andere landen geen opleidingen zijn, vind je in Nederland vooral trainingen in het Engels. Maar bij Competence Factory doceert Chris meestal in het Nederlands - tenzij er expliciet om Engels is gevraagd. In zijn colleges leer je niet alleen mooie hacks kennen, maar ontdek je ook hoe je een groeifundament legt waarmee je concreet aan de slag kunt. Je gaat op zoek naar de 100 zwakke plekken in jouw systeem, werkt oplossingen uit en legt zo een basis voor 'growth'. Heb je interesse? Kijk dan op [competencefactory.nl](https://www.competencefactory.nl) bij de trainingen Growth hacking. ●



## Maak jij al gebruik van e-mailmarketing automation?

De laatste tijd hoor je het regelmatig: "E-mailmarketing is ouderwets", "Mensen lezen geen mails meer", "E-mailmarketing werkt niet meer". Niks is minder waar. E-mailmarketing is nog steeds een ontzettend krachtig kanaal, als je het op de juiste manier inzet. Uit onderzoek (Emarketer, 2017) blijkt dat bedrijven e-mailmarketing nog steeds veelvuldig inzetten én daar een hele goede return on investment op behalen. Door middel van automation wordt het nog makkelijker om de juiste boodschap, op het juiste moment, aan de juiste

persoon te verzenden. Maar is dat niet super ingewikkeld en duur? Dat hoeft het zeker niet te zijn. Als je wilt kun je vandaag nog met e-mailmarketing automation beginnen. Of je nou een ZZP'er bent of een groot bedrijf.

### Hoe kun je e-mailmarketing automation inzetten?

#### Een relatie opbouwen met je leads

Stuur waardevolle, interessante e-mails nadat iemand bijvoorbeeld een whitepaper of e-book heeft gedownload. Afhankelijk van de download kun je het onderwerp van de mails aanpassen, zodat ze zo waardevol mogelijk zijn.



Hierdoor leren je leads je beter kennen én ervaren ze wat je te bieden hebt.

#### Upsells, cross sells en herhaalaankopen

Laten we zeggen dat iemand koffiecups bij je heeft besteld en dat deze gemiddeld na een maand op zijn. Hoe mooi zou het zijn als diegene precies op het goede moment een e-mail krijgt met een mooie actie? Over die koffiecups natuurlijk. Of als iemand een ergonomisch toetsenbord heeft besteld en hij een paar dagen later een mail krijgt over de bijbehorende ergonomische muis? Met e-mailmarketing automation kun je jouw mails extreem relevant maken voor de lezer. Daardoor is de conversieratio van dit soort mails veel hoger dan wanneer je elke maand een algemene mail naar je hele mailinglijst stuurt.

#### Klantenbinding

Een mail als iemand jarig is, een mail als iemand 5 jaar klant is, een mail bij de 10e bestelling. Er zijn allerlei manieren waarop je met e-mailmarketing kunt laten zien dat jij jouw klant waardeert. Zelfs als het geautomatiseerd is, voelt de klant zich een beetje speciaal als hij zo'n mail ontvangt.

#### Verbeteren klantervaring

Door middel van e-mails kun je de klantervaring sterk verbeteren. Stuur na een aankoop bijvoorbeeld een mail met uitleg over het gebruik van het aangeschafte product. Of laat weten dat de bezorger in de buurt is. Of bereid iemand door middel van e-mails alvast voor op een training. Of stuur een mail als het weer tijd is voor een onderhoudsbeurt. Er zijn allerlei manieren te bedenken waarop jij je klanten extra service kunt bieden door gebruik te maken van e-mails.

#### Hoe werkt het?

Er is enorm veel software op de markt waarmee je e-mailmarketing automation kunt opzetten. Vaak komt de werking van deze software wel ongeveer op hetzelfde neer.

#### Een flow starten door middel van een trigger

Het begint met een trigger. Er vindt een actie of gebeurtenis plaats waardoor er een flow wordt gestart. Iemand doet bijvoorbeeld een aankoop, downloadt een whitepaper, heeft al 3 maanden niks gekocht of is jarig. Soms wordt er vervolgens slechts één e-mail verstuurd, maar er kan ook een hele reeks aan e-mails in gang worden gezet. Nu zul je misschien denken: kan iemand dan niet volledig gespamd worden met allerlei e-mails? Dat kan gebeuren, als jij je automation niet goed

hebt ingesteld. Het is gelukkig mogelijk om flows volledig stop te zetten of even te pauzeren, zodra er een andere flow getriggerd wordt of zodra een bepaalde actie is voltooid. Zo voorkom je dat iemand in 5 flows tegelijkertijd belandt of e-mails over een product blijft krijgen, terwijl hij die al heeft besteld.

#### Data verzamelen

Om de mails zo relevant en waardevol mogelijk te maken is het belangrijk dat je data verzamelt. Vaak is het mogelijk om je website, webshop of CRM te koppelen aan je e-mailmarketing software. Ook de interactie met je e-mails zelf kunnen goede input vormen voor nieuwe e-mails. De data die je op die manier verzamelt kun je gebruiken om flows te triggeren, maar ook om de inhoud van je e-mails te personaliseren.

#### Wat kost het en is het niet heel veel werk?

Het automatiseren van je e-mailmarketing hoeft niet veel te kosten. Software als ActiveCampaign en MailChimp maken het toegankelijk voor zelfs de kleinste bedrijven. Voor slechts \$9,- kun je bij ActiveCampaign al van start. Hoeveel werk het kost om alles op te zetten is natuurlijk geheel afhankelijk van hoe uitgebreid je het opzet. Als je wilt kun je oneindig veel flows opzetten, maar je kunt het ook bij een aantal kleine flows houden. Het grote voordeel: je hoeft het meeste maar één keer op te zetten, daarna gaat alles vanzelf. Uiteindelijk gaat het je dus vooral heel veel werk schelen.

#### Meer leren over e-mailmarketing en automation?

Meld je dan aan voor onze training! ●



## MEET THE TRAINER: MARIEKE PIJLER

**'DE CURSISTEN  
VERWACHTEN VEEL  
VAN MIJ.'**

Marieke Pijler is ondernemster in hart en nieren. Haar bedrijf **Brand Density** verzorgt de online marketing en branding voor verschillende start-ups en gevestigde merken. Marieke heeft een MBA in Marketing en Supply Chain Management en is een enorme geek als het om de laatste marketing-ontwikkelingen gaat. Tijdens haar trainingen deelt ze die graag!

Ook al is Marieke nog maar 29 lentes jong, ze is een doorgewinterde contentprofessional. Ze heeft ervaring als marketingstrateeg bij mediabedrijven, was brand manager bij TED en programmamanager in de tv- en video-industrie. Sinds 2016 is ze directeur-eigenaar van Brand Density, een bureau in online marketing, communicatie en branding. Van hieruit laat ze een aantal nieuwe labels groeien. Bij Competence Factory geeft Marieke verschillende trainingen, waaronder Onlinemarketingstrategie,

Contentcreatie voor social media en Persuasive copywriting.

Marieke heeft een enorme passie voor haar vak. Dat merk je in haar trainingen, die ze geeft met een aanstekelijke energie. Hierdoor krijg je als cursist echt zin om je marketingpotentie in de praktijk te laten gelden. Verder heeft ze een hele praktische insteek: in haar beleving wordt het succes van haar trainingen bepaald door het resultaat dat een cursist boekt. Is iemand tijdens de training écht aan de slag gegaan?

*'Het succes van een training wordt bepaald door het resultaat wat een cursist boekt.'*

Marieke wordt gelukkig van de e-mails en LinkedIn-berichten die ze in de weken na een training ontvangt. Hierin vertellen cursisten vaak welke stappen (of sprongen) ze gemaakt hebben, variërend van een succesvolle campagne tot een flinke carrièrestap. Ze geeft cursisten altijd handvatten om het in de praktijk ook echt zélf te kunnen. Eerder ga je bij Marieke niet naar huis!

**Marieke over haar trainingsstijl**

'Energiek, bevolgen en met humor. Ik zie de potentie van elk individu en geef hierin graag advies. Verder ben ik vrij direct, of beter gezegd: 'to the point'. De cursisten verwachten veel van mij, maar ik heb natuurlijk ook verwachtingen van de cursisten. Wie in dit vak het verschil wil maken, moet een flinke dosis discipline hebben en graag 'een leven lang willen leren'. Leuk om te weten: Marieke is een fanatiek bokser. ●

**WAT IS SPACE  
TO CREATE?**

Space to Create verhuurt creatieve en inspirerende ruimtes in Utrecht en Amsterdam. Space to Create is een inspirerende plek voor trainingen en meetings, en bovendien een omgeving waar je met een team kunt creëren. Denk aan campagnes, video's en projectplannen. Met de nieuwste iMacs, een eigen AV-studio en heerlijke koffie hebben we de faciliteiten om ideeën snel tot leven te brengen. De locatie ligt supercentraal, op nog geen 200 meter vanaf Utrecht Centraal.

*Wat kun je in Space to Create doen?*



**Brainstorms** houden met meterslange whiteboard walls als canvas voor je ideeën



**Scrum-sessies** organiseren, die je kunt laten modereren door één van onze scrum-specialisten



**Visuele notities** maken op A3 canvasblokken (te customiseren, gratis bij iedere boeking)



**Video's** opnemen in de AV studio

**Als cursist of alumnus krijg je 50% korting op je eerste boeking.** Dus heb je een campagne, een website of een video op de planning staan? Neem contact op, dan bespreken we samen de mogelijkheden. **Meer weten?** Kijk op [www.spacetocreate.eu](http://www.spacetocreate.eu) en vul je gegevens in, dan nemen we contact met je op.

# HET VERHAAL VAN SANDER 'IK ZOCHT MEER DIEPGANG ÉN EEN NIEUWE BAAN'



Na een tijd als creatief was Sander Kramer toe aan verandering. Hij sprak een opleidingsadviseur van Competence Factory en besloot de schoolbanken weer in te gaan. Daarmee sloeg hij een nieuwe richting in, waarin hij strategisch denken en creatief uitvoeren met elkaar combineerde. Het resultaat? Een nieuwe baan en veel nieuw werkplezier.

#### Op zoek naar verdieping

Na zijn studie art direction en design ging Sander aan de slag als art director. Hij zette zijn eigen bureau op waarmee hij zich specialiseerde in de retail-branche. Een succesvolle zet, want al snel had Sander twaalf mensen in dienst en haalde hij talloze opdrachten binnen. Sander werkte in verschillende rollen en deed diverse opleidingen, maar kreeg toch het gevoel dat hij stilstond in zijn persoonlijke ontwikkeling. 'Toen besloot ik Competence Factory te bellen.'

#### Advies en opleiding van Competence Factory

Sander kende Competence Factory al: collega's van hem hadden weleens trainingen gevolgd bij de Digital Art School. Sander: 'Na een gesprek met de opleidingsadviseur koos ik voor het traject Online Marketing, met de trainingen Onlinemarketingstrategie, Google Analytics, Facebook marketing en Zoekmachineoptimalisatie.' Daarnaast besloot hij de trainingen Design Thinking en Interaction Design te volgen. 'Zo kreeg ik genoeg tools in handen om zelfstandig aan de slag te gaan. De trainer was heel inspirerend. Ik had natuurlijk al de nodige ervaring met conceptontwikkeling en design, maar het verhaal was toch verfrissend. Het was de meest inspirerende training die ik heb gevolgd.'

#### Nieuwe baan, vernieuwde aanpak

Inmiddels heeft Sander een nieuwe baan: hij werkt als onlinemarketing-manager bij een reisorganisatie in Amersfoort, waar hij drie verschillende labels in de markt zet. Een mooi vervolg op zijn opleiding bij Competence Factory. Sander: 'Ik ben net een paar maanden bezig, maar het is super om te merken dat alles wat ik geleerd heb, nu in de praktijk aan de orde komt.'

Naast zijn baan is Sander nog een dag per week actief met zijn eigen concept- en designbureau. Ook hier merkt hij een groot voordeel van zijn opleidings-traject: 'Ik stel opdrachtgevers gerichtere marketingvragen en ga dieper in op de bedoeling van het design, de merkidentiteit en de strategische achtergrond. Ook de creatieve uitvoering doe ik zelf. Veel klanten vinden het prettig om alles bij één partij te kunnen beleggen. De combinatie van strategisch denken en creatief uitvoeren bevalt goed.' ●

# WAT ONZE CURSISTEN ZEGGEN

Van de Rabobank tot Shell, van Ministerie van BUZA tot Defensie.

Onze aanpak is anders en dat waarderen grote en kleine organisaties.

De beoordelingen op Springest, waar we als opleider een 8,5 scoren, bevestigen dit. De combinatie van een goede prijs / kwaliteit verhouding en persoonlijke aanpak zien we hier terug.

**Wie: M. Baken**  
**Gevolgde training:**  
**Online marketingstrategie**  
**Cijfer: 9**

"Overzichtelijke training met veel direct toepasbare tips. Docent weet goed situaties van diverse kanten te belichten en de diverse ervaringen vanuit de groep te combineren. Lunch in gezellig eetcafé. Oja, prachtige locatie ook in Amsterdam, heel sfeervol en verzorgd!"

**Wie: Tahirah Salomon**  
**Gevolgde training:**  
**Design Thinking**  
**Cijfer: 10**

"Dit is de meest complete cursus die ik ooit heb gevolgd. In twee keer twee dagen ga je van het bedenken van een concept of product dat waarde heeft, naar het maken van een website, promotiefilm en een prototype voor een app. Klinkt veel en voor de leek misschien intimiderend, maar docent Minke Havelaar heeft stapsgewijs laten zien dat het heel goed mogelijk is. De opbouw was helder en behapbaar. De invulling was een goede balans van theorie

en inspirerende voorbeelden van campagnes en sprekers. En de methode was met interactieve lessen en veel met elkaar meekijken perfect omdat alles wat je leert blijft hangen, en anderen opbouwende kritiek geven heel zinvol is voor je eigen creatieve proces. De sfeer waarbinnen dit alles plaats vond was prettig en dat is toe te schrijven aan de positief ingestelde docent. Haar ervaring en creativiteit maakte wat mij betreft het verschil bij deze cursus."

**Wie: Ferry Drop**  
**Gevolgde training:**  
**Design Thinking**  
**Cijfer: 10**

"Bij aanvang van de training ben ik door de energie van Jeroen Dontje direct meegenomen in het creatieve proces van Concepting. De opbouw van de training zorgt voor veel duidelijkheid in de verschillende fases van concepting. Van de opbouw van een idee op dag één, naar concept, prototype en uiteindelijk de pitch op dag vier. De duidelijke en inspiratievolle uitleg heeft een goede uitwerking gehad op mij. Ik kom sneller tot

verrassende concepten door de inzichten die Jeroen mij heeft gegeven. Ik raad deze training aan iedereen aan die op zoek is naar een goede conceptingtraining!"

**Wie: Thecla Sengers**  
**Gevolgde training:**  
**Adobe illustrator level 1**  
**Cijfer: 10**

"De training was geweldig! Een goed opgebouwde en gedegen cursus. Cursusleider Jelle kon het duidelijk en ook gepassioneerd uitleggen waardoor je geboeid bleef. Naast de theorie ook oefeningen tussendoor. Hele goede afwisseling. Ik heb het geleerde goed in praktijk kunnen brengen."

**Wie: Caroline Herregraven**  
**Gevolgde training:**  
**Adobe illustrator level 1**  
**Cijfer: 10**

"Fantastische training, zeer bekwame trainer, mooie locatie met zeer goede apparatuur...ik vond het top! De lesopbouw was erg goed en duidelijk. Er was tijdens de lessen genoeg ruimte voor praktijk-oefeningen. De dagen zijn omgevlogen.

Ik vond het echt jammer dat het zó snel ging. Mijn algemene ervaring met de Competence Factory is ook erg goed. Fijne en gastvrije club mensen. Ik heb hier inmiddels vier trainingen gevolgd en zal er een volgende keer, ondanks de reisafstand, weer voor kiezen!"

**Wie: Judith van Woerkom**  
**Gevolgde training:**  
**Content creatie voor sociale media**  
**Cijfer: 8**

"Super locatie, catering was top en de trainer Kirsten Jassies was ook een topper. Leuke, leerzame cursus van Competence Factory. Van te voren de te bespreken onderwerpen aan kunnen geven, dus diverse Social Media kanalen komen aan bod."

**Wie: Bart Jansen**  
**Gevolgde training:**  
**Wordpress website maken**  
**Cijfer: 8**

"Afgelopen donderdag en vrijdag heb ik de eerste module van de 'Leergang WordPress Expert' gevolgd bij Competence Factory in Rotterdam. In de training 'WordPress Level I' nam trainer John Oosterlaar de groep mee in de wereld van WordPress. Het enthousiasme en de vakkennis van John, zijn heldere uitleg, de ruime mogelijkheden tot oefenen en het stellen van vragen en niet (niet te vergeten) de talloze 'expert-tips' maakte het tot twee welbestede dagen. Ik kijk nu al uit naar de volgende modules."

## MEET THE TRAINER: JEROEN DE KONING



**'HET ALLERBELANGRIJKSTE? DE LEERDOELEN VAN MIJN CURSISTEN.'**

Jeroen de Koning is pas net veertig, maar werkt tóch al ruim 20 jaar als marketeer. Sinds 2003 werkt hij met Google Ads. Inmiddels weet hij hier alles van én is hij officieel Google Premier Partner met Fosby, het online marketingbureau waarvan hij mede-eigenaar is. Samen met zijn ambitieuze onlinemarketingteam optimaliseert hij de activiteiten van merken als Kamera Express, Drogist.nl, Balmain en Paracentrum Texel.

Bij Competence Factory verzorgt Jeroen de Google-trainingen; Adwords I, II en III, en Google Analytics I. Zijn trainingen zitten vol praktijkvoorbeelden. Jeroen vindt de leerdoelen van cursisten het allerbelangrijkst en geeft

inspirerende en leerzame oefenopdrachten. Door zijn verhalende trainingsstijl weet Jeroen deelnemers geboeid te houden en zijn passie voor onlinemarketing door te geven.

Ook in zijn vrije tijd combineert Jeroen strategie met performance: hij schaakt graag, is vaak op de tennisbaan te vinden en pakt regelmatig zijn mountainbike. ●



## Creatief zijn kun je leren

### 10 tips

Je kent er vast wel eentje: een typische creatieveling. Hij zit altijd vol met wilde ideeën, kan leuk schrijven of tekenen en weet in zijn brein altijd net een andere afslag te pakken. Sommige mensen lijken een aangeboren talent te hebben voor creativiteit. Misschien is dat ook wel echt zo. Toch kun je, ook als je jezelf totaal niet creatief vindt, leren om creatief te zijn. Je kunt het triggeren en trainen. Zelf heb ik ook mijn creatieve en minder creatieve periodes. Dat heeft te maken met mijn energieniveau, maar ook met waar ik op dat moment veel mee bezig ben. Ben ik vooral veel bezig geweest met analyses en het schrijven van hele zakelijke teksten? Dan moet ik daarna echt mijn creatieve zelf weer terugvinden. Maar hoe doe je dat?

#### 1. Ontspan!

Je hebt vast wel eens een ingeving gekregen terwijl je onder de douche stond of op het toilet zat. Juist in momenten van rust kun je vaak veel creatiever denken. Leg jezelf dus niet te veel druk op en ontspan! Ben je met een taak bezig en loop je vast? Laat alles dan even los en ga iets anders doen. Zodra je terugkomt bij de taak kun je er op een veel creatievere manier naar kijken.

#### 2. Beweeg

Onderzoek toont aan dat bewegen je creativiteit sterk bevordert. Vooral als je dat buiten doet. Wil je iets nieuws bedenken of heb je een probleem dat je moet oplossen? Geef jezelf dan eens een opdracht en ga vervolgens lekker buiten een wandeling maken. Je zult zien dat je tijdens het wandelen veel makkelijker op ideeën komt. Toch liever even zitten en wat dingen uittekenen? Na je wandeling blijft je level van creativiteit nog even hoog.

#### 3. Houd een notitieboekje bij

De beste ideeën komen vaak op onverwachte momenten. Jammer genoeg ben je zo'n fantastisch idee door de waan van de dag vaak snel weer vergeten. Schrijf ideeën daarom meteen op. In een speciaal notitieboekje of in je telefoon bijvoorbeeld. Voorkom trouwens dat de ideeën zich opstapelen, zonder dat je er ooit mee aan de slag gaat.

Plan dus een moment in waarop je bepaalt met welke ideeën je verder gaat en welke ideeën misschien toch minder geweldig waren dan je toen dacht.

#### 4. Warm-up

Nog een leuke oefening om je creativiteit te trainen. Geef jezelf 3 minuten en vul zoveel mogelijk vakjes in met schetsjes. Wat voor schetsjes, dat maakt niet uit. De eerste vakjes heb je waarschijnlijk zo gevuld, maar hoe verder je komt, hoe lastiger het wordt. Dat is het moment dat je creatieve brein echt aan het werk gezet wordt. Train that brain!

#### 5. Doe helemaal niks

Jezelf stierlijk vervelen. Hoe lang is het geleden dat je dat hebt gedaan? Tegenwoordig is het bijna onmogelijk om jezelf te vervelen. Je kunt altijd een Netflixje aanzetten, even door je Instagram feed scrollen of wat nieuwsartikelen lezen. Wil je jouw creativiteit bevorderen? Ga dan eens echt helemaal niks doen. Apparaten uit, geen muziek op, geen boek lezen, helemaal niks. Gewoon zitten (of ga lekker in bed liggen) en alleen zijn met je gedachten. Je zult zien dat alles wat er in je hoofd rondzwerft zich met elkaar gaat mengen en dat er nieuwe verbanden ontstaan. Dat is waar mooie ideeën geboren worden!

#### 6. Doe eens wat nieuws

Creatief zijn betekent dat je jouw standaard denkwijze moet doorbreken. En hoe kun je dat beter doen dan door letterlijk iets nieuws te ondernemen? Je kunt naar een ver, vreemd land gaan, maar je kunt het ook dichterbij huis zoeken. Loop eens een andere weg naar huis, verdwaal opzettelijk in je eigen stad of verruil je standaard koffietent voor een andere.

#### 7. Elke dag een korte brainstorm

Houd elke dag een korte brainstormsessie met jezelf. Je kunt brainstormen over iets waar je echt iets mee kunt, maar je mag jezelf ook een onzinnige opdracht geven. Het gaat erom dat je jouw hersenen op een bepaalde manier activeert. Zie het als een sportsessie voor je brein. Doe deze oefening elke dag en je zult zien dat het bedenken van ideeën steeds makkelijker wordt.

#### 8. Ga kunst kijken

Kunstenaars kijken vaak met een bijzondere blik naar de wereld. Als jij naar hun kunstwerken kijkt, word je even meegenomen in hun gedachtegang. Dat kan voor een enorme boost van inspiratie zorgen. Tijd om eens een bezoekje aan een museum te brengen dus!

#### 9. Schrijf een fictief verhaal

Schrijf een fictief verhaal van minimaal 700 woorden. Het hoeft geen goed verhaal te zijn, de spelling hoeft ook niet te kloppen. Geen druk, geen eisen. Het gaat om de oefening. Gebruik je fantasie! Herhaal deze oefening af en toe om je creativiteit te trainen.

#### 10. Ga naar een koffiebar (of doe net alsof)

Voel je ook altijd meteen wat extra creatieve vibes als je in een koffiebar bent? Dat kan kloppen. Het omgevingsgeluid dat je in een koffiebar hoort (rond de 70 decibel) is namelijk precies goed voor je creativiteit. Geen zin of mogelijkheid om naar een koffiebar te gaan? Dat gezellige gekletter en geklets kun je hier gewoon virtueel aanzetten.

#### Creativiteit is vooral hard werken

Deze 10 tips zijn perfect om jouw creativiteit op gang te krijgen. Toch ben je hierna natuurlijk niet meteen de nieuwe Steve Jobs. Het bedenken én tot werkelijkheid maken van briljante ideeën kost over het algemeen vooral heel veel werk. De grote uitvinders van vroeger én de pioniers van nu hebben een aantal dingen gemeen: ze staken veel tijd en energie in hun idee, schaaften het constant bij en durfden vooral ook keihard op hun bek te gaan. Dit artikel uit de Volkskrant beschrijft mooi de lastige weg die bekende, creatieve geesten vaak aflegden voor ze succesvol werden.

#### Echt goed aan de slag met jouw creativiteit?

In de training *Design Thinking in a Day* ontgrendel je in een dag je creativiteit en leer je brainstormen. ●



