



Vergroten van de Inzetbaarheid van Jongeren in de Culturele en Creatieve Sector

Project Ref: 2022-1-CY02-KA220-YOU-000086328

Handleiding ondernemersvaardigheden Onderwerp Schrijven Praktijkvoorbeelden & Tips & Tricks WP2/A5

Datum van uitgifte: 16/08/2023

Geautoriseerd door: Adam Faldyna

Partnerorganisatie: AKLUB

Samenvatting

Dit document bevat een uitgebreide verkenning van schrijfsucces door de lens van praktijkvoorbeelden en praktische tips. Het document is verdeeld in twee hoofdstukken en gaat in op de reizen van veelgeprezen auteurs, terwijl het bruikbare inzichten biedt voor aspirant-schrijvers om hun vakmanschap te verbeteren, een band op te bouwen met het publiek en hun literaire ambities te verwezenlijken.

The EPICURIOUS Entrepreneurship Skills Manual © 2023 by [The Consortium of the EU Co-Funded Project "EPICURIOUS"](#) is licensed under [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](#)

[International](#)



Inhoudsopgave

Samenvatting	1
1. Schrijven - Praktijkvoorbeelden, tips & trucs.....	3
1.1 CASUSBEELDEN	3
1.1.1 Casestudie 1 - J.K. Rowling - Een reis van anonimiteit naar literair icoon	3
1.1.2 Casestudie 2 - David Ogilvy - Master in reclame en persuasief schrijven.....	4
1.1.3 Casestudie 3 - Andy Weir - Van online serie naar internationaal succes	5
1.2 TIPS & TRUCS.....	6
1.2.1 Strategieën voor het ontwikkelen van een persoonlijke schrijfstijl.....	7
1.2.2 Een publiek opbouwen	7
1.2.3 Geld verdienen met geschreven inhoud.....	7

1. Schrijven - Praktijkvoorbeelden, tips & trucs

Welkom bij "Schrijven: Case Studies, Tips & Tricks", een waardevolle bron als onderdeel van het project EPICURIOUS. Hier vind je een schat aan praktische inzichten en voorbeelden uit het echte leven die licht werpen op het ambacht van het schrijven. Of je nu een beginner bent op zoek naar begeleiding of een ervaren schrijver op zoek naar inspiratie, dit document is bedoeld om je vaardigheden te verbeteren en je kennis van de geschreven taal uit te breiden.

1.1 CASUSBEELDEN

In de volgende tekst vind je drie boeiende casestudies met bekende figuren uit de literatuur, reclame en digitale uitgeverij. We duiken in de buitengewone reizen van J.K. Rowling, David Ogilvy en Andy Weir, die elk een blijvende stempel hebben gedrukt op hun vakgebied. Van de betoverende tovenaarswereld van "Harry Potter" tot de baanbrekende principes van persuasieve reclame en de digitale evolutie van self-publishing, deze case studies bieden inzicht in de kracht van schrijven, verhalen vertellen en innovatie.

1.1.1 Casestudie 1 - J.K. Rowling - Een reis van anonimiteit naar literair icoon

Het verhaal van J.K. Rowling, de bekende Britse auteur van de "Harry Potter" serie, is een bewijs van de kracht van creativiteit, vastberadenheid en de magie van verhalen vertellen. Deze casestudy gaat in op haar opmerkelijke reis van een onbekende schrijfster naar een wereldwijde literaire sensatie, en belicht de strategieën die ze gebruikte om haar schrijfstijl te ontwikkelen, een enorm publiek op te bouwen en ongeëvenaard succes te bereiken.

Voordat ze wereldwijde bekendheid bereikte, had Joanne Rowling, die schrijft onder de pseudoniem J.K. Rowling, te maken met talrijke tegenslagen. Als alleenstaande moeder met een uitkering, worstelde ze om de eindjes aan elkaar te knopen terwijl ze haar droom koesterde om een gepubliceerde auteur te worden:

Rowling's schrijfstijl wordt gekenmerkt door boeiende verhalen, levendige beelden en sympathieke personages. Haar wereldopbouw en ingewikkelde plots speelden een centrale rol in het boeien van lezers van alle leeftijden. Door voortdurend te schrijven en haar vakmanschap aan te scherpen, ontwikkelde ze een stijl waarin het fantastische naadloos samengaat met het relateerbare.

Een van Rowlings unieke sterke punten was haar vermogen om contact te maken met lezers op een persoonlijk niveau. Ze ging met fans om via verschillende platforms, waaronder online forums en signersessies. Haar interactie met het "Harry Potter" fandom bevorderde een diep gevoel van gemeenschap en loyaliteit, waardoor haar fans zich gewaardeerd voelden en verbonden met haar werk.

Rowling's aanvankelijke succes was bescheiden, maar het legde de basis voor een robuuste strategie om geld te verdienen. Naarmate haar boeken aan populariteit wonnen, verkende ze verschillende wegen, van verfilmingen tot merchandise. De uitbreiding van de franchise in films, themaparken en merchandise genereerde substantiële inkomsten, wat haar financiële succes verstevigde.

Rowling's invloed gaat verder dan haar boeken. Haar filantropische inspanningen, in het bijzonder door haar liefdadigheidsinstelling "Lumos," tonen haar inzet om een positieve verandering in de wereld te maken. Ze heeft zich ook gewaagd aan het schrijven voor volwassenen onder het pseudoniem Robert Galbraith, waarmee ze haar veelzijdigheid als auteur laat zien.

De weg die J.K. Rowling aflegde om een literair icoon te worden, dient als een inspirerende casestudy voor aspirant-schrijvers. Haar toewijding aan het aanscherpen van haar vak, het in contact komen met lezers en het benutten van mogelijkheden om geld te verdienen hebben bijgedragen aan haar ongeëvenaarde succes. Rowlings vermogen om boeiende werelden te creëren en oprechte banden te smeden met haar publiek benadrukt de transformerende kracht van verhalen vertellen. Haar casestudy onderstreept het potentieel voor schrijvers om uitdagingen te overwinnen, een grote impact te hebben en een onuitwisbare stempel te drukken op het literaire landschap.

Vragen voor jou

- Hoe heeft J.K. Rowling's schrijfstijl bijgedragen tot het succes van de "Harry Potter" serie?
- Hoe bouwde J.K. Rowling een sterke band op met haar lezers en het "Harry Potter" fandom?
- Welke strategieën heeft J.K. Rowling gebruikt om geld te verdienen met haar schrijven buiten de boekverkoop om?
- Hoe heeft J.K. Rowling's filantropische werk, zoals haar liefdadigheidsinstelling "Lumos", haar toewijding aangetoond om een positieve impact te hebben?
- Welke lessen kunnen aspirant-schrijvers trekken uit de reis van J.K. Rowling, in het bijzonder haar doorzettingsvermogen en toewijding?

1.1.2 Casestudie 2 - David Ogilvy - Master in reclame en persuasief schrijven

David Ogilvy, vaak de "Vader van de Reclame" genoemd, was een Britse reclame-executive die een revolutie teweegbracht in de industrie door zijn innovatieve benaderingen, nadruk op overtuigend schrijven en diepgaande kennis van consumentenpsychologie. Deze casestudy onderzoekt zijn leven, carrière en blijvende invloed op moderne marketing en reclame.

Ogilvy werd op 23 juni 1911 geboren in West Horsley, Engeland. Aanvankelijk had hij verschillende banen, waaronder als chef-kok, onderzoeker en boer. Zijn ervaring in deze verschillende functies droeg bij aan zijn scherpe observaties van menselijk gedrag en zijn vermogen om contact te maken met mensen met verschillende achtergronden.

Ogilvy kwam in de reclame terecht toen hij werd aangenomen door Dr. George Gallup's Audience Research Institute in New Jersey. Deze ervaring legde de basis voor zijn datagestuurde benadering van reclame. Ogilvy's eerste grote succes was een campagne voor Hathaway shirts, waarin een eenogige man hun product droeg. Deze unieke en gedenkwaardige campagne toonde Ogilvy's vermogen om meeslepende verhalen te creëren die de aandacht van de consument wisten te trekken.

In 1948 richtte David Ogilvy zijn reclamebureau Ogilvy, Benson & Mather op. Hij gaf zijn campagnes een sterke focus op inzicht in de consument, grondig onderzoek en overtuigend schrijven. Zijn leidende principe was: "De consument is geen idioot, ze is je vrouw", waarmee hij het belang benadrukte van het respecteren van de intelligentie van het publiek.

Ogilvy's beheersing van persuasief schrijven is een kenmerk van zijn carrière. Hij begreep de psychologie van het overtuigen en creëerde teksten die een emotionele band hadden met consumenten en tegelijkertijd overtuigende redenen gaven om een product te kopen. Ogilvy's werk leverde talloze iconische campagnes op, zoals "The Man in the Hathaway Shirt", "A Diamond is Forever" voor De Beers en "The Ultimate Driving Machine" voor BMW. Deze campagnes stimuleerden de verkoop en vestigden ook een duurzaam merkimage.

Ogilvy's nalatenschap blijft voortleven in de marketing- en reclame-industrie. Zijn principes, beschreven in boeken als "Confessions of an Advertising Man" en "Ogilvy on Advertising", blijven marketeers wereldwijd leiden. Zijn focus op datagestuurde besluitvorming, overtuigend schrijven en diepgaande kennis van consumentengedrag legden de basis voor moderne marketingpraktijken.

Ogilvy's opmerkelijke carrière in de reclame, gekenmerkt door zijn uitzonderlijke schrijfvaardigheid en innovatieve benaderingen, heeft een onuitwisbare stempel gedrukt op het vakgebied. Zijn campagnes, inzichten en principes blijven relevant en herinneren marketeers aan de kracht van overtuigend schrijven en het belang van het begrijpen en respecteren van consumenten. David Ogilvy's nalatenschap blijft vorm geven aan de manier waarop we reclame- en marketingstrategieën vandaag de dag benaderen.

Vragen voor jou

- Hoe hebben David Ogilvy's diverse achtergrond en ervaringen bijgedragen aan zijn meesterschap in het schrijven van overtuigende reclame?
- Op welke manieren heeft David Ogilvy's nadruk op onderzoek en datagestuurde benaderingen de effectiviteit van zijn reclamecampagnes vergroot? Hoe hield dit verband met zijn schrijfstrategieën?
- Kun je specifieke voorbeelden uit de casestudy aanwijzen waarin de persuasieve schrijftechnieken van David Ogilvy duidelijk naar voren kwamen in zijn iconische campagnes, zoals "The Man in the Hathaway Shirt" of "A Diamond is Forever"? Hoe gebruikte hij schrijven om emotioneel en intellectueel contact te maken met consumenten?
- David Ogilvy geloofde in het principe: "De consument is geen idioot, ze is je vrouw". Hoe beïnvloedde dit principe zijn schrijfstijl?
- Hoe denk je dat David Ogilvy's nadruk op overtuigend schrijven relevant blijft in het huidige digitale tijdperk, waarin visuele content vaak centraal staat? Bespreek de rol van goed ontworpen geschreven inhoud bij het overbrengen van merkboodschappen en het contact maken met consumenten, met behulp van inzichten uit Ogilvy's strategieën.

1.1.3 Casestudie 3 - Andy Weir - Van online serie naar internationaal succes

De reis van Andy Weir van een zelfgepubliceerde online schrijver naar een internationaal geprezen auteur is een bewijs van de kracht van het digitale tijdperk in het transformeren van het uitgeverijlandschap. Deze casestudy onderzoekt hoe Weir's roman "The Martian" bekend werd door online zelfpublicatie en vervolgens een bestseller en een kassuccesfilm werd.

Andy Weir werd op 16 juni 1972 geboren in Davis, Californië, VS. Al vroeg raakte hij gefascineerd door ruimteonderzoek en sciencefiction, wat de basis legde voor zijn latere schrijverschap. In 2009 begon Weir met het schrijven van "The Martian", een verhaal over een astronaut die gestrand was op Mars. Omdat hij geen traditionele uitgever kon vinden, besloot hij zijn werk te delen op zijn blog en één hoofdstuk per keer te publiceren. Hij stelde het verhaal gratis beschikbaar voor zijn lezers en bouwde zo een toegewijde online aanhang op.

De seriële uitgave van "The Martian" genereerde positieve feedback van lezers die geboeid waren door de wetenschappelijke accuratesse, humor en spanning van het verhaal. Weir's nauwgezette onderzoek en aandacht voor detail in het uitbeelden van de uitdagingen van het overleven op Mars vonden weerklank bij het publiek. Vanwege de vraag van lezers publiceerde Weir "The Martian" in 2011 in eigen beheer als eBook op Amazon's Kindle-platform. Het boek



won snel aan populariteit binnen de sciencefictiongemeenschap en klom in de Kindle-bestsellerlijsten. Weir prijste het eBook voor het laagst mogelijke bedrag en moedigde lezers aan om het zonder aarzelen te proberen.

Naarmate "The Martian" aan populariteit won, trok het de aandacht van literaire agenten en traditionele uitgevers. Uiteindelijk tekende Weir in 2013 een uitgeefcontract met Crown Publishing Group. Het boek werd opnieuw uitgebracht als gedrukte editie en bleef lezers aantrekken die geboeid waren door het overlevingsverhaal en de vindingrijkheid van de hoofdpersoon.

"The Martian" werd een internationale bestseller en werd door zowel critici als lezers geprezen om zijn meeslepende verhaal en wetenschappelijke nauwkeurigheid. In 2015 werd de roman verfilmd door Ridley Scott, met Matt Damon als de gestrande astronaut Mark Watney in de hoofdrol. De film was een kritisch en commercieel succes, waardoor de roman nog populairder werd.

Andy Weirs reis met "The Martian" toonde het potentieel van online platforms voor zelfpublicatie om de carrière van een auteur te lanceren. Zijn succes toonde aan dat kwaliteitsvol schrijven, gecombineerd met sympathieke personages en goed onderzochte inhoud, een breed publiek kan boeien, zelfs in het domein van de harde sciencefiction.

Vragen voor jou

- Hoe toonde Andy Weirs beslissing om "The Martian" in feuilletonvorm uit te brengen zijn inzicht in effectieve verteltechnieken, waardoor de lezers anticiperen en betrokken blijven?
- In "The Martian" combineert Andy Weir op meesterlijke wijze ingewikkelde technische details met een schrijfstijl die toegankelijk blijft voor een breed publiek. Hoe draagt deze zorgvuldige balans bij aan de aantrekkingskracht van het boek?
- Andy Weir beschrijft in "The Martian" niet alleen de harde realiteit van het overleven op Mars, maar creëert ook personages waarmee lezers zich emotioneel verbonden voelen. Kun je dieper ingaan op de specifieke schrijftechnieken die hij gebruikt?
- Hoe heeft Andy Weirs actieve betrokkenheid bij lezers, waarbij hij vaak hun feedback verwerkt, zijn schrijven vorm gegeven en het uiteindelijke succes van het boek beïnvloed? Op welke manieren heeft deze interactie zijn verhaal verbeterd?
- Andy Weir's reis van online zelfpublicatie naar een traditionele uitgeversovereenkomst voor "The Martian" markeert een belangrijke overgang. Kunt u bespreken hoe deze verschuiving zijn manier van schrijven heeft beïnvloed, inclusief de aanpassingen die hij heeft gedaan om de integriteit van zijn oorspronkelijke werk te behouden en het tegelijkertijd voor te bereiden op een groter publiek?

1.2 TIPS & TRUCS

Of je nu net begint met schrijven of al een tijdje bezig bent, deze tips zijn er om je te helpen. Elke sectie bevat veel praktisch advies dat je zal helpen om beter te worden in het schrijven, om in contact te komen met meer lezers en zelfs om wat geld te verdienen met je publicaties.

Onthoud bij het doornemen van deze tips dat het de kunst is om het advies te gebruiken. Weten is één ding, maar het omzetten in actie is waar de echte magie gebeurt. Dus laten we er eens in duiken en ontdekken hoe je je schrijven kunt verbeteren, je publiek kunt vergroten en het meeste uit je woorden kunt halen.



1.2.1 Strategieën voor het ontwikkelen van een persoonlijke schrijfstijl.

- **Lees veel:** Verken verschillende genres en stijlen om je woordenschat uit te breiden en verschillende schrijftechnieken te begrijpen.
- **Schrijf regelmatig:** Stel een consistent schrijfschema op om discipline op te bouwen en je vaardigheden na verloop van tijd te verbeteren.
- **Omarm authenticiteit:** Wees jezelf in je schrijven. Authenticiteit vindt weerklank bij lezers en maakt je stem uniek.
- **Experimenteer met je stem:** Speel met verschillende tonen, perspectieven en standpunten om de schrijfstijl te vinden die het beste bij je past.
- **Gebruik beschrijvende taal:** Schilder levendige beelden met woorden om de zintuigen en emoties van je lezers te prikkelen.
- **Redigeer en herzie:** Het creëren van een persoonlijke stijl gaat gepaard met verfijnen. Bewerk je werk meedogenloos om het te polijsten en te laten schitteren.

1.2.2 Een publiek opbouwen

- **Bepaal je niche:** Identificeer een specifiek onderwerp of thema waar je gepassioneerd over bent om een gericht publiek aan te trekken.
- **Creëer waardevolle inhoud:** Bied informatieve, onderhoudende of inspirerende inhoud die inspelt op de behoeften of interesses van je publiek.
- **Consequent posten:** Publiceer regelmatig nieuwe inhoud om je publiek betrokken te houden en terug te laten komen voor meer.
- **Maak gebruik van sociale media:** Deel uw werk op platformen waar uw doelgroep rondhangt, gebruik de juiste hashtags en boeiende bijschriften.
- **Interactie met lezers:** Reageer op opmerkingen, e-mails en berichten om een echte band met je publiek op te bouwen.
- Werk samen Partner met andere schrijvers, bloggers of beïnvloeders om hun publiek aan te spreken en je bereik te vergroten.

1.2.3 Geld verdienen met geschreven inhoud

- **Bied premium content aan:** Bied exclusieve artikelen, gidsen of eBooks aan uw toegewijde publiek via een abonnementsmodel.
- **Affiliate marketing:** Beveel producten of diensten aan die gerelateerd zijn aan je inhoud en verdien een commissie voor elke verkoop die via je links wordt gegenereerd.
- **Advertenties en sponsoring:** Werk samen met adverteerders of sponsors wier producten aansluiten bij jouw inhoud en publiek.
- **Freelance schrijven:** Bied je schrijfdiensten aan bedrijven, websites of publicaties aan die content van hoge kwaliteit nodig hebben.
- **Zelf uitgeven:** Zet je geschreven content om in eBooks of gedrukte boeken en verkoop ze via platforms zoals Amazon Kindle Direct Publishing.
- **Online cursussen of workshops:** Deel je expertise via digitale cursussen, webinars of workshops tegen betaling.
- **Patreon of Ko-fi:** Vraag je publiek om je werk te steunen via platforms waarmee fans een financiële bijdrage kunnen geven.

Inkomstenstromen diversifiëren: Combineer meerdere strategieën om geld te verdienen en creëer een stabiel inkomen uit je schrijfwerk.