



 **E-BOOK**
Kerst & nieuw cadeau



WELKOM

Introductie

De magie van de feestdagen vind je niet alleen terug in lichtjes, een kopje thee en een paar welverdiende vrije dagen...

Maar vooral in geven: cadeautjes, warmte en aandacht aan de mensen die mijn jaar mee hebben gemaakt. Aan familie, vrienden, maar ook jullie: mijn klanten.


Daarom krijg je vandaag geen chocolaatjes, geen kerstkaartje dat binnen 2 weken vergeten is, maar echt iets waar je iets mee kan. Een digitaal cadeau vol strategie, inspiratie en creativiteit.

In deze 2026 starterkit vind je:

- Slimme social media tips die je niet zomaar online vindt.
- Inzichten uit grafisch ontwerp die je content meteen sterker maken.
- Tools, formats en templates die je workflow versnellen.
- Ideeën die je kan toepassen ongeacht je sector.

Dit is mijn manier om dankjewel te zeggen. Bedankt voor jullie vertrouwen, de babbels, de projecten, de deadlines... Maar vooral voor het feit dat ik dit jaar met jullie business mocht meedenken en meebouwen. Het was een jaar vol groei, kleur en fijne samenwerkingen. Ik kijk dan ook enorm uit naar 2026 om dit opnieuw te mogen doen.

Geniet van dit unieke e-book, gebruik het, speel ermee, pas toe wat bij jou past en laat je bedrijf in 2026 nog meer stralen. ✨





WELKOM

Inhoudstafel

Klik op een onderwerp in de inhoudstafel en ga rechtstreeks door naar de desbetreffende pagina!

Marketing

[10 Iridescent boosts
voor 2026](#)

[Formaten voor
social media](#)

[6 content ideeën
voor elke sector](#)

Design

[Canva tips](#)

[Canva Brand Board
template](#)

[Info kleuren &
documenten](#)

[Canva Q&A](#)



CADEAU 1

10 Iridescent boosts voor 2026

Wil jij nog meer mensen bereiken via je sociale media kanalen?
Lees de volgende 10 tips zodat jouw business in 2026 pas echt kan stralen!

10 BOOSTS

Social media blijft ook in 2026 relevant, maar zoals je weet verandert het landschap ieder jaar, iedere maand, ieder moment... Daarom is het belangrijk om steeds bij te blijven met alle veranderingen.

Gebruik deze 10 Iridescent Boosts om je sociale media te optimaliseren in 2026.

1. LINK IN BIO

De vraag die blijft komen “Wordt die link in bio nog wel gebruikt?”. Wel, het antwoord is dubbel. Een link in bio is en blijft handig, maar er zijn ook andere manieren... Hier krijg je alvast 2 tips in 1 tip:

Link in bio alternatief:

In je post kan je verwijzen als CTA naar je link in bio, bijvoorbeeld: “Lees mijn nieuwste blog via de link in bio”. MAAR het kan ook anders: “Reageer hier met ‘BLOG’ en ontvang meteen een linkje naar deze nieuwste blogpost”.

Link in bio met verschillende linkjes:

In Instagram is het niet eenvoudig om meerdere linkjes te plaatsen, maar hiervoor gaan betalen, hoeft ook niet. Gebruik gewoonweg je eigen website. Maak een extra pagina ‘Link in bio’ en creëer je eigen ‘LinkTree’ op je site. Je betaalt niets extra EN hebt een mooie link in bio op basis van jouw branding. It’s as simple as that. ;-)

2. STORYTELLING

Dit woord heb je vast en zeker al gehoord. **Storytelling** = een verhaal vertellen in je content om mensen aan te spreken en hen tot een actie te leiden. Niet alleen je volledige caption moet storytellend zijn, maar je eerste zin, hook of boodschap ook. Ik geef je een voorbeeld.

VROEGER: ‘3 tips om je sociale media te optimaliseren’

NU: ‘Deze 3 dingen zorgden ervoor dat ik 50% meer mensen bereikte met mijn sociale media accounts.’

Ondertussen weet iedereen al dat je waarde moet geven op je sociale media kanalen, maar de manier waarop we waarde geven en mensen aanspreken is veranderd. Zorg ervoor dat je vertelt over je waarde terwijl je ook een resultaat toont. Leid de lezer doorheen een verhaal. Mensen lezen niet graag, ze lezen alleen graag verder als ze meteen voelen dat het geen tijdverspilling wordt.

3. TOON JEZELF

Het was heel lang mogelijk als 'kleine zelfstandige' om je producten en services te tonen om veel te verkopen. Maar de dag van vandaag zien we dat dit niet voldoende is.

Mensen kopen van mensen. Mensen kopen van mensen die ze vertrouwen, (denken te) kennen en leuk vinden. Ze zijn heel vatbaar voor harde reclame en kiezen meer op gevoel. Daarom is het net belangrijk om te tonen wie jij bent als persoon, wat de missie is van je bedrijf, waarom je zelf zo hard achter je producten staat, waarom mensen voor jou moeten kiezen.

Ondernemers moeten een soort influencer worden van hun eigen producten zodat zij meer mensen vanuit hun ideale doelgroep aantrekken.

4. DE 3 SECONDEN TEST

Heb je al eens van de 3 seconden test gehoord? Wist je dat je die heel eenvoudig zelf kan doorvoeren? Wait, I'll explain.

Open je jouw sociale media kanalen of website? Op enkele seconden moeten deze 3 zaken duidelijk worden voor elke lezer:

- Wat doe je? - Product / dienst
- Voor wie doe je het? - Ideale doelgroep
- Waarom doe je het? - Missie & iets over jezelf

Dit past ook bij Tip 3 - mensen kopen van mensen. Zorg ervoor dat deze 3 zaken meteen duidelijk zijn op je website EN op je sociale media.

Je kan dit doen door:

- Je doelgroep in je bio plaatsen.
- 3 vastgepinde posts bovenaan je feed plaatsen.
- Je locatie instellen.
- Hoogtepunten toevoegen.

5. HIGHLIGHTS

Iedereen weet dat stories maar 24u beschikbaar blijven. Dankzij de highlights kan je verhalen vast op je profiel plaatsen. Hier zijn enkele tips...

- Plaats niet TE veel verhalen in je highlights, niemand klikt graag 20 keer...
- Denk strategisch na. Welke info moet men zeker van jou weten.
- Gebruik voor en na's, screenshots van gesprekken, opsommingen van producten of diensten, reviews of verhalen van klanten,...

6. STRATEGISCH STORIES INZETTEN

Stories zijn geen extraatje. Ze warmen je volgers op en zijn een snelweg naar vertrouwen. Als je stories zomaar “iets” zijn, mis je kansen. Maar met deze aanpak wordt elke story een opportuniteit.

Zo werkt het:

1. Probleem: benoem waar je volgers mee worstelen. (Ze voelen zich gezien.)
2. Inzicht: geef een aha-momentje. (Ze blijven hangen.)
3. Actie: stel een simpele vraag of doe een uitnodiging. (Ze reageren.)

Je creëert zo warme DM's zonder pushy gedoe, én Instagram ziet dat je interactie krijgt → je bereik stijgt automatisch. Klein format, grote impact. Yes please!

7. DE 1 U PER WEEK METHODE

Vind jij het ook zo moeilijk om content te creëren? Dankzij deze methode niet meer. Je maakt gewoon drie posts in een uurtje. HUPLA... productiviteit unlocked. Zo werkt het:

- 20 min → ideeën verzamelen
 - Drie ideeën voor drie posts. Klaar.
- 20 min → ontwerpen + schrijven
 - Open je templates, schrijf je captions. Niet prutsen, gewoon doen.
- 20 min → downloaden & inplannen
 - Alles klaarzetten voor de week. ByeBye stress.

Wil je minder posten? Dan neemt het zelfs minder dan 1 uur in beslag. Disclaimer... Als je start, kan het wat langer duren voor je deze werking echt door hebt. Met een goede voorbereiding zoals een strategie, gaat het zelfs nog eenvoudiger. Wil je meer posten? Dan copy-paste je de methode gewoon nog een keer.

8. DE IMPACT POST

Wil je een post die écht mensen overtuigt dat jij weet waar je mee bezig bent? Dan is de Impactpost een goede! Deze impactpost is simpelweg een duidelijke 'case' van een klant die je omschrijft. Hiermee vertel je je werking, resultaten en tevredenheid. Zo maak je het op:

- 1 zin: de situatie van de klant
- 3 bullets: jouw aanpak
- 1 zin: het resultaat
- 1 zin: uitnodiging of CTA

Kort. Verkoopkrachtig. Professioneel. Dit type post bouwt aan je autoriteit.

9. REELS

Maak alsjeblieft geen Hollywood-productie van je reels... Ze hoeven echt niet zo spectaculair te zijn. In tegendeel zelfs, de snelste en meest echte reels werken vaak het beste. Met deze tip kan jij jouw bereik op je socials verhogen op een snelle en eenvoudige manier. Gebruik deze blueprint:

- 0-1 sec: Hook op het scherm als tekst / voice over → iets dat direct blijft hangen
- 1-3 sec: Jouw gezicht of beweging → je trekt de aandacht
- 3-5 sec: De waarde → tip, inzicht, fout,...
- 5+ sec: CTA → "Bewaar dit!" of "Stuur naar jezelf"

Het resultaat? Meer geïnteresseerde kijkers die 5sec de tijd nemen en blijven hangen voor de waarde.

10. TEST TEST TEST

Er zijn veel algemene tips die je kan geven rond sociale media, maar ook marketing in het algemeen. Je zal ook snel ontdekken dat die algemene tips niet zo veel diepgang geven en dat je vaak nog veel moet gaan testen om te zien wat voor jou werkt.

Misschien merkte je zelfs al dat een bepaalde aanpak vroeger werkte en nu ineens niet meer. Dat is het nadeel met marketing: je moet steeds blijven testen, aanpassen, veranderen, optimaliseren,...

Daarom zeg ik steeds: test test test, wacht, analyseer en optimaliseer. MAAR hoe pak je dit nu specifiek aan?

1. Zorg dat je een strategie hebt die je als basis kan gebruiken. Zo weet je waar je naartoe wil.
2. Maak een beslissing om iets nieuws te proberen vb. een advertentie opzetten.
3. Laat deze 2 weken lopen zonder iets aan te passen.
4. Analyseer na deze 2 weken wat werkt en wat niet werkt.
5. Neem conclusies en test deze opnieuw voor 2 weken.
6. Blijf zo optimaliseren tot je een manier gevonden hebt dat echt werkt.

Zo kan je steeds nieuwe marketingaanpakken proberen zodat je stilaan je zichtbaarheid kan vergroten op een manier die voor jou echt werkt.

Dit is de snelste manier om te leren wat je publiek echt wil. No stress, alleen data. Good luck!



CADEAU 2

Canva tips

Misschien wordt 2026 wel het jaar dat je Canva-goeroe wordt?
Met deze tips maak jij TOP visuals.

CANVA TIPS

Hate or love Canva, het is een geweldig platform. Als ondernemer moest je vroeger ALTIJD beroep doen op een ontwerper, dankzij Canva kan je nu ook veel zelf. Het is een zegen en een vloek...

Hier geef ik je met veel plezier handige tips rond Canva zodat jij er zelf het meeste uit kan halen...

1. LEER WERKEN MET CANVA!

Met een nieuw platform leren werken, vraagt energie tot je er een gewoonte van kan maken. Daarom zorgde ik al voor een eerste aanzet...

Leer met Canva werken - Template:

Dankzij dit Canva bestandje leer jij de basics van het platform kennen. Het is een soort 'Doe-boek'. Dus neem zeker even de tijd om hiermee aan de slag te gaan.

Klik op de volgende knop en start learning! PS. Deze download vind je ook nog eens verder in dit document.

[*Download template*](#)

2. SHORTCUTS

Wist je dat er heel wat shortcuts zijn die je kan gebruiken om heel snel dingen te doen in Canva? Hier zijn er enkele op een rijtje:

- C = Cirkel
- R = Rechthoek
- L = Lijn
- T = Tekstvak
- S = Post-it
- CTRL of CMND = nieuw ontwerp
- ALT / Option en slepen = snel een duplicaat maken
- CTRL / CMND + U = onderlijnen
- CTRL / CMND + I = schuingedrukt
- CTRL / CMND + B = vetgedrukt
- / = snel tools openen in Canva

3. SOORTEN DOWNLOADS

Als je een ontwerp wil downloaden, zijn er heel wat mogelijkheden. Ik leg ze kort even uit...

- PNG = voor afbeeldingen
 - Met een PRO account kan je kiezen voor 'transparante achtergrond'.
- JPG = lichte afbeeldingen voor snelle uploads
- PDF standaard= voor digitale documenten
- PDF afdrukken = voor professioneel drukwerk
 - Kies voor bijsnijdmarkeringen wanneer je het naar je drukker stuurt.
 - Kies voor CMYK - zie één van de volgende pagina's.
- MP4 video = voor video's zonder transparantie
- GIF = korte, bewegende visuals op lagere kwaliteit dan een video.
- SVG = Vectorbestand waar je ook kan kiezen voor een transparante achtergrond.
- PPTX = Powerpoint

EXTRA:

Voor social media gebruik je bijna altijd:

- PNG voor posts
- MP4 voor video's
- PDF voor standaard documenten

Voor drukwerk kies je altijd voor: PDF afdrukken.

4. CANVA BRAND SUITE

De brand suite is sinds kort een heel pak uitgebreider geworden om ervoor te zorgen dat je jouw branding nog beter kan toepassen. Dit vind je in de suite:

- Logo's: je kan je logo's allemaal uploaden.
- Kleuren: je kan je kleuren toevoegen (ja ook verschillende paletten).
- Afbeeldingen: je foto's van de fotoshoot krijgen ook een plaats.
- Lettertypes: de verschillende soorten en groottes van lettertypes.
- Illustraties, pictogrammen, grafieken
- Brand voice: je kan je tone of voice toevoegen om hierna dankzij Canva AI teksten voor jou te laten maken. Handig hé!
- Nieuwe categorie: je kan zelfs nieuwe categorieën toevoegen om nog meer uit je Canva merk suite te halen!

Je kan heel eenvoudig je volledige merk op al je ontwerpen toepassen dankzij deze suite. Veel creatie-plezier!

5. CANVA AI

Canva heeft heel wat AI functies voor foto en video waardoor je zelf veel leuke designs kan maken. Ik leg je alle opties even uit.

Om Canva AI te gebruiken, klik je op een afbeelding of video en daarna op 'bewerken'. Daar zal je meteen een opsomming zien staan van alle mogelijkheden.

- Achtergrond wissen: De achtergrond van een video of afbeelding verwijderen.
- BG generator: een nieuwe achtergrond creëren.
- Magic eraser: Een element of onderdeel uit de afbeelding verwijderen.
- Magic Grab: Een element uit de afbeelding vastnemen en verplaatsen
- Magic Edit: Een element of onderdeel uit de afbeelding veranderen aan de hand van een prompt.
- Grab Text: Tekst op een afbeelding vastnemen, verplaatsen en aanpassen.
- Magic Expand: De afbeelding langs één van de zijkanten of verschillende zijkanten uitbreiden.

En als kers op de taart is er ook 'Magic Media' bij 'Apps' waar je aan de hand van een prompt een afbeelding of video kan creëren. Probeer en test het zeker eens uit!

6. POSITIE

Misschien is deze al iets meer voor de hand liggend, maar ik haal hem toch graag naar boven omdat die je zo hard kan helpen... Waar ik over spreek is 'Positie'. Duid je een element, kader, tekstvak, afbeelding,... aan? Dan zie je ook bovenaan in de balk 'positie' verschijnen. Dit bepaalt niet alleen de positie een element ten opzichte van de pagina, maar ook de positie van de elementen ten opzichte van elkaar.

Midden vind ik zelf het handigste van allemaal omdat je een reeks aan elementen mooi in het midden kan plaatsen ten opzichte van elkaar. Dit is bijvoorbeeld handig voor een kolom van checkjes voor een checklist.



Als je op positie geklikt hebt, zie je ook 'Lagen' staan. Deze tab is mijn favoriet omdat je in elk design heel eenvoudig aan elk element kan zonder vanalles te liggen verschuiven. Ook elementen naar voren of achteren brengen is makkelijker. Ik zou zeggen, test het eens uit en ontdek zelf de voordelen!

7. VERSCHILLENDE SOORTEN DOCUMENTEN

In Canva kan je enorm veel soorten designs maken. Je kan zelf kiezen welk formaat je wenst, maar je kan ook kiezen uit voorgeprogrammeerde formaten zoals:

- Social media: Instagram posts, verhalen/stories, Facebook omslag, profielfoto's, LinkedIn posts, YouTube video's,...
- Video's: Reels, YouTube video's, verhalen, vierkante video's...
- Presentaties: Zoals je PowerPoint kent
- Whiteboards: Grote witte bestanden met puntjes om als digitaal whiteboard te gebruiken.
- Docs: Documenten uitschrijven zoals je Word zou gebruiken.
- Sheets: Een bestand waar je tabellen en formules kan creëren net zoals in Excel.
- Afdrukken: Allerlei verschillende bestanden om te laten drukken zoals totebags, flyers, folders, kaartjes,...
- Website: Je kan zelfs een one-page website maken in Canva.
- NIEUW - E-mails: Een e-mail ontwerpen om deze erna in een e-mailsysteem zoals Mailchimp te gebruiken.

En er komen steeds nieuwe bestanden en mogelijkheden bij. Canva begint echt een veelzijdig platform te worden waar je enorm veel kan creëren.

Test de verschillende bestanden eens uit, want als testende leer je ook!

8. HAVE FUN

Werken aan je bedrijf is natuurlijk ook werken, maar werken met Canva moet vooral FUN zijn. Je kan er heel veel leuke dingen mee doen. Dus maak het gewoon leuk en geniet van het creatieproces.

EXTRA?

Zou je heel graag zelf willen leren werken met Canva? Dan leg ik je de werking en de opties graag uit tijdens een opleiding/strategisch moment.

Stuur me een mail via info@iridescentmarketing.be voor meer.



CADEAU 3

Formaten voor sociale media

Het sociale media landschap verandert steeds, maar de formaten blijven (meestal) wel hetzelfde. Hier krijg je een totaal overzicht van formaten voor al jouw sociale media kanalen.

SOCIAL MEDIA FORMATS

Social media kanalen hebben allemaal hun eigen regels... en dus ook hun eigen formaten. I know, super vervelend.

Op de volgende pagina's krijg je een helder overzicht van de meest gebruikte formaten per platform. Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok... allemaal netjes opgelijst zodat jij nooit meer moet twijfelen of testen. En omdat we 2026 graag efficiënt inzetten, heb ik bij elk formaat ook meteen een Canva-template voorzien.

Je hoeft dus niet zelf te zoeken, meten of proberen. Het is gewoon click & gooo!

1. INSTAGRAM

**HOOGTEPUNT
/HIGHLIGHT**
1080X1080 PX

**POST
OPTIE 1***
1080X1350 PX

**POST
OPTIE 2****
1080X1080 PX

**STORY
& REEL**
1080X1920 PX

PROFIELFOTO
1080X1080 PX

*Dit formaat wordt het meest gebruikt als IG afbeelding.

**Dit formaat wordt vaak gebruikt voor Instagram advertenties.

FACEBOOK

POST OPTIE - 1
&
PROFIELFOTO*

1080X1080 PX

STORY
& REEL

1080X1920 PX

OMSLAG / COVER

1702X950 PX

POST - 2**

1080X1350 PX

POST - 3 - LIGGEND
& EVENT COVER

1200X628 PX

*Dit formaat wordt vaak gebruikt voor advertenties en profielfoto's.

**Dit formaat wordt vaak gebruikt op FB aangezien dit ook zo is voor IG. Zo kan je dezelfde visual meteen posten op FB en IG.

LINKEDIN

OMSLAG / COVER - PERSOONLIJK

1584X395 PX

OMSLAG / COVER - ZAKELIJK

1129X191 PX

POST - 2*

1080X1080 PX

PROFIEL
FOTO

400X400 PX

POST - LIGGEND

1200X628 PX

Er zijn 2 formaten covers. Persoonlijk = persoonlijke pagina, zakelijk = bedrijfspagina.

*Post formaten gaan ondertussen ook al naar een groter formaat zoals FB en IG.

Wist je dat je ondertussen ook video's op LI kan plaatsen? Raadpleeg het story/reel formaat voor IG.

PINTEREST

STANDAARD
PIN
1000X1500 PX

PIN
VIERKANT
1000X1000 PX

STORY
1080X1920 PX

LANGE
PIN
1000X2100 PX

PROFIEL
FOTO
280X280 PX

COVER
FOTO
800X450 PX

YOUTUBE

VIDEO
1080X1920 PX
16:9 RATIO

PROFIEL
FOTO
800X800 PX

SHORTS
1080X1920 PX
9:16 RATIO

THUMBNAILS
1280X720 PX
16:9 RATIO

CHANNEL ART (BANNER)
2560X1440 PX



CADEAU 4

Canva brand board template

Hoe vervelend is het dat je geen totaal overzicht hebt over je eigen branding. Dankzij deze template maak jij op 1-2-3 het overzicht. Believe me, it will help!

BRAND BOARD

Wat is branding?

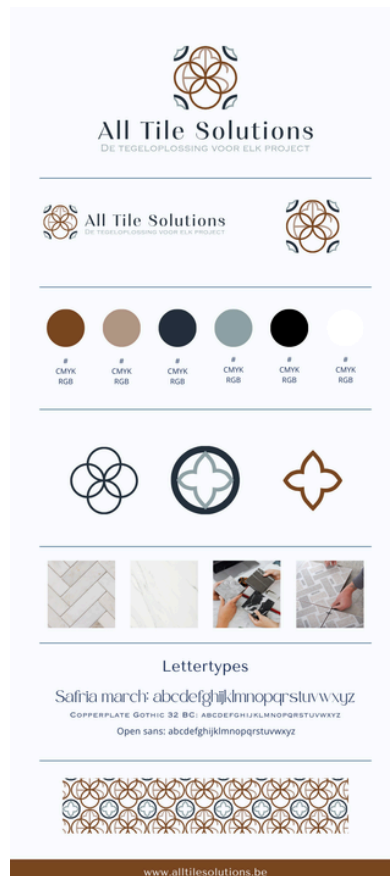
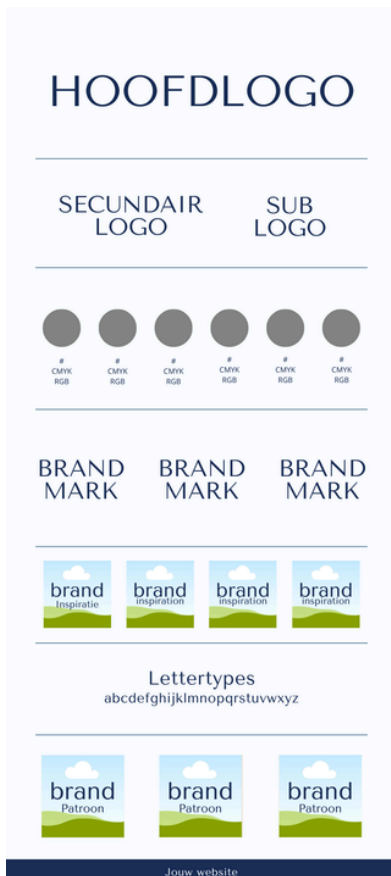
Je branding is eigenlijk een samenvatting van je visuele identiteit: logo, kleuren, lettertype, communicatiestijl, toon,... waardoor jij je kan onderscheiden van de concurrentie. Het gaat ook verder dan alleen visuele aspecten, zoals waarden, normen,... Dit alles met als doel om een emotionele connectie te vormen met jouw ideale doelgroep.

Wat is een Brand Board?

Dit is een overzicht van je volledige visuele identiteit. Zo een brandboard is niet alleen handig voor jou als ondernemer om een duidelijk overzicht te krijgen. Het is ook handig voor jouw partners vb. marketeer, grafisch ontwerper, werknemers, leveranciers, langetermijnsamenwerkingen met klanten,...

Op dit document vind je een link naar een Brand Board template dat je volledig zelf kan invullen in Canva. Op p.1 vind je een template, op p.2 maakte ik een voorbeeld. Klik hier en start creating!

[*Download template*](#)





CADEAU 5

6 content ideeën voor elke sector

Weet jij soms ook niet wat je moet posten op je sociale media? Hier is alvast een kleine aanzet waarmee je al een eindje komt.

CONTENT IDEE

Soms komen ideeën voor content vanzelf: klanten die vragen stellen, mails die je krijgt, onderwerpen uit het nieuws, nieuwigheden in je branche,... Maar na een tijd lijkt het alsof alles even OP is...

Gebruik daarom deze volgende tips/ideeën voor je content!

1. WIE BEN IK? - DE 4P'S

FORMAAT: Instagram Carrousel

DOEL: iets persoonlijks, professioneel, promotioneel of speciaals vertellen over jezelf of je business.

- **Slide 1:** Laten we vandaag kijken hoe een samenwerking met mij eruit ziet. Dit is wat je van mij en mijn bedrijf mag verwachten.
- **Slide 2:** De echte ik - vertel iets over die jij echt bent buiten de kantooruren. Samenwerken met jou gaat verder dan wie jij bent als werkende persoon, jouw echte persoonlijkheid komt ook naar boven.
- **Slide 3:** Mijn superkracht - Dit is wat ik anders doe dan anderen... Zorg dat je echt iets unieks aanhaalt wat je klanten niet snel bij een ander zouden vinden.
- **Slide 4:** Zo voelt het om met mij te werken... Deel een stukje van je aanpak en wat klanten kunnen verwachten van jou en je services.

PS. Deze onderdelen kan je ook opsplitsen in verschillende posts in plaats van één grote carrousel.

2. JOUW WERK TONEN

FORMAAT: Reel

DOEL: Jouw ideale klant aanspreken en je werk tonen.

Toon niet zomaar je werk maar gebruik een interessante hook zoals: "Je hebt eindelijk een... vb. loodgieter... gevonden die *Vertel 1 groot voordeel over jezelf*.

Gebruik een trendy audio in je video of kijk eens rond naar leuke trends in je business die je kan gebruiken om nog meer mensen te bereiken.

Vertel in je caption kort wie je ideale klant is en met wie je dus graag samenwerkt.

3. TOON EEN TRANSFORMATIE

FORMAAT: Reel / Carrousel

DOEL: Een connectie maken tussen je services en de doelen/behoefte van jouw klanten door een transformatie te tonen.

Een potentiële klant komt naar jou als ze een specifieke vraag, probleem of behoefte hebben. Daarom is het belangrijk om niet alleen te vertellen dat hun probleem opgelost wordt dankzij jouw product/service, maar ook dat ze het bewijs ervan kunnen zien.

Reviews werken goed omdat een buitenstaander aangeeft dat je goed werkt levert. Daar gelooft men meer in dan alleen jouw woord. Iedereen kan zeggen dat hij de beste is, maar als reviews dit ook aantonen, is de kans groot dat jij ook effectief de beste bent. ;-)

Mijn klant wou *vermeld een oplossing*, maar *zat met dit probleem...*
Dus samen zorgen we voor *dit resultaat* door *vermeld wat jij verandert of aangepast hebt om het probleem te verhelpen*.

Toon dit ook effectief aan met beelden vb. voor en na, een testimonial ingesproken door de klant, enz.

4. JOUW PROCES

FORMAT: Carrousel/post

DOEL: Je proces uitleggen of vertellen

Wees creatief en toon hoe jouw proces eruit ziet. Toon beelden achter de schermen. Ben je bijvoorbeeld kapster? Maak dan een leuke transitie van het kapsel voor en na jouw werk. Ben je loodgieter? Start dan met oud sanitair, klop er eens zachtjes op met een hamer, maak een transitie naar de tussenfase en de realisatie om leuk en kort je werk te tonen.

Creëer beelden voor je post die echt voelen zoals jij of die passen bij je bedrijf.

Denk ook eens na waar klanten vaak naar vragen. vb. Als ze vaak vragen over je partners waarmee je samenwerkt of de leverancier van bepaalde producten, dan kan je eventueel over hen of met hen ook een leuke post maken.

Een simpele voor en na afbeelding of een foto van de voorkant van de toonzaal van je partner zijn niet voldoende. Iedereen doet dit. Vertel dus eens een leuk verhaal, betrek er een andere persoon bij of maak het creatief.

5. SPREEK JE IDEALE KLANT AAN

FORMAAT: IG Carrousel

DOEL: Rechtstreeks je ideale klant aanspreken door hun grootste probleem te benoemen en jezelf/ je services/ je producten als oplossing aan te bieden.

- **Slide 1:** 'Ben je dit probleem ook beu? Je bent niet alleen'.
- **Slide 2:** Ik begrijp je... Benoem de pain en toon empathie.
- **Slide 3:** 'Hier is de harde waarheid: dit probleem zorgt voor dit negatieve effect'... - Toon aan wat de impact is van het probleem en toon hen ook aan dat die impact ook heel negatief kan zijn op de lange termijn.
- **Slide 4:** CTA, vermeld hoe jij kan helpen en welk positief effect ze dan hieraan zullen ervaren.

EXTRA TIP: Ik merk dat vele bedrijven het moeilijk hebben met de vraag 'Met welk probleem zit je doelgroep, welke behoefte hebben ze?'. Als ik deze vraag aan klanten stel, krijg ik vaak het antwoord 'Dat weet ik eigenlijk niet. Kan je me wat tijd geven om dat op te schrijven?' En vaak krijg ik het antwoord nooit te horen...

Probeer daarom een lijstje te maken fysiek of online dat je steeds kan aanvullen na ieder gesprek met (potentiële) klanten. Zo krijg je een volledige lijst met vragen, behoeftes, problemen, pains,... die je erna in je content kan inzetten.

6. MISSCHIEN WEET JE DIT NIET OVER MIJ...

FORMAT: Reel / afbeelding

DOEL: Iets persoonlijks vertellen dat toch nog steeds een stukje werkgerelateerd is.

Maak een korte video of korte post en vertel iets over jezelf dat nog niet veel mensen weten. vb.

- 'Het meest ongebruikelijke verzoek dat ik ooit kreeg.'
- 'Hoeveel koffie (in mijn geval thee) ik drink als ik stress heb.'
- 'De klantreactie die ik nooit vergeet.'
- 'Een fout die ik nooit meer zal maken.'
- Enz.

Dit maakt je heel menselijk. Opnieuw **mensen kopen van mensen** dus gebruik dit idee om meer van jezelf te tonen terwijl je toch nog steeds je eigen bedrijf in de kijker blijft zetten.

EXTRA'S

Kiara zou Kiara niet zijn als ze toch niet nog wat extra's meegeeft... Hier zijn dus nog wat extra kleine contentideeën die je kan gebruiken.

- **Mistakes:**
 - 'De fout die ik 5 jaar geleden maakte (en wat jij ervan kan leren.)' = menselijk, herkenbaar, je bouwt autoriteit op,...
- **Wat als...**
 - 'Wat als mijn sector een persoon was?' = maak een grappige of leuke video waarin je jouw sector als persoon toont.
- **Before you knew me:**
 - 'Voor je ons kende' en dan 5 bullets vb
 - Wist je niet hoe je ... moest aanpakken.
 - Zag je het bos door de bomen niet meer.
 - Deed je alles zelf.
 - Had je geen structuur (een pain benoemen)
 - Twijfelde je over...
 - En eindig dan met 'Dit is waarom we doen wat we doen' met de info waar jij vandaag staat.
- **Expert:**
 - 3 dingen die ik als expert meteen zie (maar jij waarschijnlijk niet). Dit geeft meer vertrouwen en toont je autoriteit.
- **Tomorrow:**
 - 'Dit is wat ik zou doen als ik morgen opnieuw zou beginnen'. Vertellen wat je anders zou doen in de positieve zin om te tonen hoe ver je al staat en wat je allemaal al verwezenlijkt hebt.
- **Mythe:**
 - The one minute myth buster: leg op 1 minuut een mythe uit en waarom dit een mythe is of waarom mensen zich hier zo hard mee bezig houden.

Voila... Ik denk dat je met deze ideeën al een heel pak verder kan. Probeer er zelf ook wat te bedenken. Probeer niet alleen naar je 'conculega's' te kijken, maar naar wat jouw klant nodig heeft om te kopen. ;-)



CADEAU 6

Info kleuren & documenten

Velen lopen verloren in het landschap van vector en afbeelding, maar ook in de wereld van RGB en CMYK. Wat gebruik je nu waarvoor? Dat vind je hier!

DOCUMENTEN

Al die verschillende kleurenschema's en documenten zorgen voor chaos bij vele ondernemers, hoewel het eigenlijk niet zou ingewikkeld is. Dankzij deze 'guide' zit jij nooit meer verkeerd!



= Voor online gebruik



= voor drukwerk

.PNG

Deze afbeeldingen zijn vooral bekend door hun transparante achtergrond. Dit zorgt ervoor dat ze nog beter zijn dan JPG's. Deze zijn perfect voor online gebruik vb. website.

.PDF

Dit type document wordt vooral gebruikt in drukwerken omdat het heel aanpasbaar is. Dit is een universeel format dat vaak gebruikt wordt.

.SVG

Deze bestanden zijn geweld-ig voor je website. Ze zijn schaalbaar en verliezen dus geen kwaliteit na vergroten of verkleinen van het bestand. Voeg je ze toe in Canva? Dan kan je deze ook heel eenvoudig van kleur veranderen.

.AI

Dit is het bronbestand waar logo's en brandmarks gemaakt worden - Adobe Illustrator. Dit wordt soms gevraagd door drukkers, maar meestal hebben ze met een PDF voldoende.

.JPG

Deze afbeeldingen worden vooral gebruikt voor foto's of webtoepassingen. Ze nemen minder geheugen in omdat ze vaak kleiner zijn dan een PNG. Deze afbeeldingen hebben geen transparante achtergrond.

Ondervind je problemen met de formaten?
Contacteer me gerust!

RGB

ROOD | GROEN | BLAUW

Dit kleurenformaat is voor digitaal gebruik. RGB maken meer levendige kleuren die je niet kan krijgen in printing. Gebruik NOOIT RGB in drukwerken.

CMYK

CYAN | MAGENTA | YELLOW | BLACK

Dit kleurenformaat bestaat uit de 4 basiskleuren gebruikt voor drukwerken. Dit is ook het formaat dat gebruikt wordt bij elk printwerk. vb. visitekaartjes, flyers, folders,...

PANTONE

Pantone kleuren zijn de exacte kleuren gecreëerd door het mixen van precieze inkten. Deze methode is een duurdere vorm van drukken, maar de resultaten liggen vaak wel beter in lijn met de gekozen kleur. De drukker zal je expliciet vragen naar deze kleuren indien nodig.

TIP: Weet je niet welke RGB of CMYK kleuren overeenkomen met je HEX (#...)? Surf naar de [colors.co](https://www.colors.co) color picker. Hier krijg je een duidelijk overzicht.



CADEAU 7

Canva Q&A

Vele ondernemers kennen Canva, maar weten niet hoe ze het optimaal gebruiken. Wil jij meer leren over Canva of heb jij vragen over dit handige platform? Schrijf je dan in voor de GRATIS Q&A.



CANVA Q&A

Met Canva werken is niet zo heel ingewikkeld, het is een gewoonte die je moet creëren. En daar help ik je graag een handje bij op weg.

Hier vind je allereerst een link naar een speciaal document... Het is een werk-Canva-template die je kan gebruiken om de meest basis onderdelen van Canva te leren. Klik op onderstaande knop en ontdek de Canva basics.

[*Canva basis training*](#)

Ben je klaar voor een niveautje hoger? Dan nodig ik je graag uit naar mijn Canva Q&A op dinsdag 3 februari van 10u - 11u. Tijdens deze online meeting kan je:

- Als je vragen hebt rond Canva
- De nieuwste updates van Canva ontdekken
- Zien hoe ik Canva voor mijn business optimaal benut.

Klik op onderstaande knop, vul het formulier in en kom naar de Canva Q&A!

[*Inschrijven Canva q&a*](#)

Kan je er op 3 februari toch niet bij zijn? Geen paniek! Dit event wordt opgenomen. Stuur me een mail via info@iridescentmarketing.be met jouw vragen. Daarna stuur ik je de opname zodat je alles opnieuw kan bekijken.



OUTRO

What's next?

What's next? Ja 2026 natuurlijk.

Ik wens jullie een jaar vol nieuwe, gelukkige klanten, een jaar vol ondernemerschap en plezier in wat je doet, een jaar vol gezelligheid en vriendelijkheid, maar ook een jaar vol zichtbaarheid!

Fijne feestdagen!

XOXO Kiara - Iridescent Branding & Marketing

PS. Wanna know or learn more? Klik dan op één van deze twee linkjes en let's chat!

[*Stuur me een mail*](#)

[*Plan een gesprek*](#)



IRIDESCENT

Branding & Marketing

