



*Creier Winstgebende  
E-Learning Programma's*

LES 7.2



**bge**  
business academy

## Les 7.2: Co-creatie

---

In deze module hebben we het over manieren om al tijdens de ontwikkeling van je programma geld (ermee) te verdienen.

### **We hebben gezien dat je het beste kunt beginnen met een pilotprogramma.**

Maar ook daar zijn nog extra stappen in te zetten.

Want ook een pilotprogramma zul je in de markt moeten zetten.

En als je daar vanaf het begin de juiste marketing voor gebruikt is dat een stuk eenvoudiger.

Een heel prettige methode, die wij zelf ook toepassen, is co-creatie.

Dat betekent dat je de gebruikers laat meedenken vanaf de start van je idee.

### **Misschien ben je bang dat je dan je hele project weggeeft.**

Dat iemand anders op een gemakkelijke manier aan jouw content komt en er dan misbruik van maakt door het als zijn eigen programma te verkopen.

Dat kan ik me voorstellen, want ik stam nog uit het pré-internet tijdperk en toen gold heel sterk: kennis is macht en kennis is schaars. Maar dat is in deze tijd heel anders. Bijna alles wat je wilt weten is op internet te vinden.

### **Kennis is niet langer een schaars product.**

Dat heeft een aantal consequenties:

- \* Jij bent niet meer de enige, of een van de weinigen, die over specifieke kennis beschikt. Daarmee kun je je dus niet onderscheiden.
- \* Jouw programma is altijd te kopiëren.  
Desnoods schrijven ze zich eenmalig in om je training te volgen, kopiëren ze het, passen ze het een beetje aan en brengen ze het daarna onder hun eigen naam op de markt. Het is heel lastig om de schending van het copyright te bewijzen.

Begrijp me niet verkeerd: dit is geen vrijbrief om content van anderen te gaan kopiëren.

Natuurlijk kijken we allemaal naar wat er nog meer over ons onderwerp te vinden is op internet. Maar dat is iets anders dan klakkeloos kopiëren.

Ik vond daarover een leuk artikel van Coen Koppen: [Ethische Content Curation: content overnemen als een gentleman](#)

Helaas houdt niet iedereen zich aan die richtlijnen.

## **Hoe kun je nu gebruik maken van co-creatie, zonder alles weg te geven?**

In de eerste plaats door niet alleen puur je kennis te delen, maar daar jouw persoonlijkheid en ervaring aan toe te voegen.

Daarmee los je ook meteen het eerste punt op: dat jij niet meer de enige bent die de kennis bezit.

Het onderscheidend vermogen ligt op andere gebieden.

## **Hoe kun je jezelf dan in de content laten zien?**

Door in al je uitingen jouw specifieke "*handtekening*" te laten doorschemeren.

Daarmee bedoel ik:

- Je schrijfwijze (formeel - informeel enz.)
- Je invalshoek (praktisch - theoretisch)
- De lay-out van je teksten (lettertype - afbeeldingen)
- Je video's (stijl - "talking head" of dia's - kort/lang enz.)
- De hoeveelheid en soort oefeningen en opdrachten
- Jouw bereikbaarheid
- Je 'branding'

Die handtekening moet niet alleen in je trainingen naar voren komen, maar in alle communicatie naar buiten.

Dus ook op je website, op de sociale media, in e-mail berichten en zelfs als je telefonisch of live met iemand in gesprek bent.

## **BEN VOORAL JEZELF!!**

### **Authenticiteit is op dit moment enorm belangrijk.**

Juist omdat er zoveel van hetzelfde is.

Daarmee kun jij je onderscheiden en dat is niet gemakkelijk te kopiëren.

Want vroeg of laat valt een 'jatter' daarmee door de mand, omdat hij niet op alle fronten jouw authenticiteit kan nabootsen.

Het is ook belangrijk dat je de doelgroep al in een vroegtijdig stadium betreft bij de ontwikkeling van je programma.

Je hebt alleen nog de grote lijnen, maar de invulling (het meeste werk) gebeurt pas later: [je weet wel, als je het programma een aantal keren verkocht hebt](#).

Doordat je nog niet alle content klaar hebt, is de kans dat anderen met je idee weglopen ook minder groot.

## **Hoe kun je co-creatie dan inzetten?**

Laat ik dit aan de hand van een praktijkvoorbeeld uit onze eigen situatie toelichten.

We hadden zelf in de praktijk ervaren dat het gebruik van een e-book als lead generator (gratis weggever om mensen op je mailinglijst te krijgen) minder effectief was geworden.

Wat veel beter werkt is een korte eCourse die in fases wordt afgeleverd via e-mail.

Tijdens mijn maandelijkse gratis online inloopspreekuur ("[Leonie's Virtuele Vragen\(v\)uurtje](#)") kreeg ik vaak de vraag hoe zo'n eCourse gemaakt kon worden.

Er was dus behoefte aan.



We zijn begonnen met de grote lijnen van de training op te zetten en hebben toen **meteen de doelgroep ingeschakeld.**

We hebben ze laten kijken naar de content en gevraagd wat ze er van vonden, wat ze nog misten en hoe ze de training wilden volgen.

Tijdens de training hadden we een aantal mensen de gelegenheid gegeven om als 'Keurmeesters' te fungeren.

Deze deelnemers hadden de verplichting op zich genomen om extra kritisch te kijken en serieus mee te doen en alle verbeterpunten te noteren. Na afloop kregen ze een uitgebreide vragenlijst.

#### **Die co-creatie had een aantal voordelen:**

- \* Het was (ook) een marktonderzoek
- \* De doelgroep kon meedenken
- \* Het programma werd al bekend in de markt
- \* Wij konden verbeteringen aanbrengen nog vóóordat we definitief van start gingen.
- \* We konden deelnemers een speciale prijs aanbieden als ze Keurmeester werden, waardoor we snel voldoende inschrijvingen hadden
- \* De Keurmeesters gaven waardevolle feedback
- \* Ze waren belangrijke ambassadeurs voor volgende versies

Die manier van werken was zo effectief dat we nu bijna al onze programma's zo ontwikkelen en in de markt zetten.

Uiteraard kan co-creatie ook betekenen dat je samen met een groep experts (ieder zijn eigen specialisme) een opleiding opzet.

Dat kan heel waardevol zijn, want je hoeft dan niet zelf overal verstand van te hebben en de opleiding wordt er vaak nog beter door.

Je moet dan wel de juiste mensen in je team hebben en goed kunnen samenwerken.

En zeker als het gaat om een team van zelfstandige ondernemers, met ieder hun eigen belangen, is dat niet altijd even gemakkelijk.