

Spot.



Workshop Hero Succes Kit

PROMOOT JOUW WORKSHOP ONLINE ALS EEN PRO

hey, Workshop Hero!

Spot Workshops geeft jou het platform dat jij nodig hebt om jouw deelnemers aantal en zichtbaarheid te doen stijgen voor jouw workshops.

Je kan Spot Workshops vergelijken met één grote winkelstraat die verkoopplaatsen aanbiedt aan winkeliers. Zij staan echter nog steeds in voor de étalage van hun winkel en het aantrekken van shoppers. Net zoals deze verkopers heb jij zelf in de hand hoeveel en welke deelnemers je precies aantrekt.

De moeilijkste
stap is
beginnen.
De rest gaat
vanzelf.

Het is nu dus aan jou!

Wij helpen je graag door jou precies uit te leggen hoe je dit kan doen in onze Succes Kit: Het vertelt je in 5 concrete stappen hoe jij Workshop Lovers makkelijk kan bereiken en zo jouw inschrijvingen verhoogt.

Hierin vind je antwoorden op vragen zoals: "Hoe trek ik deelnemers aan? Hoe kunnen zij mijn workshop online vinden? Hoe spoor ik ze aan om zich in te schrijven voor mijn workshop?" Wij tonen je de succesfactoren waar je zeker op moet letten bij het plaatsen van jouw workshop en overlopen de belangrijke onderdelen van een workshop aankondiging.

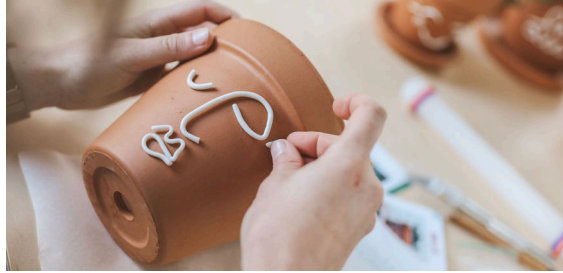
Dit aan de hand van duidelijke tips, voorbeelden en templates.

Ben je klaar om alles uit Spot Workshops te halen en jouw workshop te zien groeien? Lees zeker verder!

Veel liefs, Team Spot



Spot.



Inhoud

4

ALLES DRAAIT OM DE
KLANT

5

EEN VINDBARE
WORKSHOP

7

DE JUISTE WORKSHOP
TITEL

8

EEN OMSCHRIJVING DIE
VERKOOPT

11

TREK AAN MET
FOTO'S

1 Alles draait om de klant

WIE IS JOUW DOELGROEP?

Voor je begint met het uitwerken van je workshop aankondiging is het goed om je de volgende vragen te stellen over jouw deelnemers en hier een concreet beeld over te vormen:



WAT IS HET TYPISCHE PROFIEL VAN MIJN DEELNEMER?

Denk aan leeftijd, geslacht, status, interesses, locatie, ...



WAT ZOEKT MIJN DEELNEMER IN MIJN WORKSHOP?

Pas de focus van jouw tekst aan in functie van wat jouw klant wil.

SUCCES TIP 1

Organiseer je individuele workshops of heb je een DIY pakket dat je aan een individu verkoopt?



Spreek in de jij-vorm



Focus jouw tekst op skills uitbreiden, op het leren van iets nieuws en op content

Organiseer je workshops voor groepen?



Spreek in de jullie-vorm



Focus jouw tekst op iets samen doen dat mensen verbindt, op fun en op sfeer

SUCCES TIP 2

Creëer een fictief persoon die perfect past in het plaatje van jouw deelnemer. Schrijf jouw aankondiging alsof je naar die persoon toe spreekt.



Voorbeeld:

Dit is Alina, een 35-jarige vrouw met 3 kinderen en een carrière als HR manager. Ze voelt zich erg vermoeid en is op zoek naar een manier om te ontstressen.



Spot.

2 Een vindbare workshop

HOE KRIJGEN DEELNEMERS JOUW WORKSHOP ALS EERSTE TE ZIEN?

Aan de hand van de juiste woorden word je hoger geplaatst in de zoekresultatenlijst op Spot Workshops. Zo zien deelnemers jouw workshop als eerste wanneer ze soortgelijke workshops als die van jou opzoeken of een specifieke zoekterm ingeven. Dit heet SEO (Search Engine Optimization) en is zeer effectief als je het goed gebruikt.

Verzamel dus zoekwoorden die gerelateerd zijn aan jouw workshop. Zorg ervoor dat ze steeds **DUIDELIJK** en **RELEVANT** zijn.

Hier weer:

Denk steeds in functie van wat de klant zou ingeven als hij/zij op zoek is naar workshops zoals die van jou. Gebruik deze woorden zoveel mogelijk in jouw teksten.

VOORBEELD

Thomas organiseert Workshops "Aquarellen Voor Beginners" in Gent. Hieronder heeft hij relevante en minder relevante zoekwoorden verzameld:

relevant

workshop aquarellen
workshop waterverf
workshop verven
workshop schilderen
workshop kunst
aquarellen voor beginners
leren aquarellen
aquarellen gent
how to aquarellen
aquarellen lessen België
aquarellen cursus Vlaanderen

minder relevant

workshop olieverven
workshop aquarellen Wallonië
workshop
kunst

Oefening

Probeer ook te begrijpen waarom deze minder relevant zijn.

2 Een vindbare workshop

HOE KRIJGEN DEELNEMERS JOUW WORKSHOP ALS EERSTE TE ZIEN?

EXTRA SUCCES TIPS

01

Maak een Woordenspin

Schrijf alles op waar je aan denkt bij jouw workshop:
Wie, wat, waar, wanneer, hoe, waarom ?



02

Gebruik gerelateerde zoeksuggesties

Hiervoor kan je Google gebruiken. Typ een kernwoord van jouw workshop in en kijk welke andere suggesties typisch worden opgezocht.

× Workshop Thee



Workshop thee maken
Workshop thee zetten
Workshop thee proeven
Workshop thee Antwerpen

03

Gebruik synoniemen van zoektermen

Workshop keramiek
Workshop pottenbakken
Workshop klei
Workshop klei bakken

04

Denk aan iedereen

Is jouw workshop rolstoeltoegankelijk? Geschikt voor slechthorenden/blinden?...
Vermeld dit in jouw beschrijving en zoekwoorden.

3 De juiste workshop titel

MET EEN GOEDE TITEL STA JE METEEN EEN STAPJE VOOR OP DE REST

Wil je dat bezoekers die aan het scrollen zijn op jouw workshop klikken? Maak in één oogopslag duidelijk waarover jouw workshop gaat door de juiste titel te gebruiken.

Een goede workshop titel bevat vaak deze informatie:

↳ **Wat is het resultaat?**

Dit kan een product maar ook een gevoel zijn.

↳ **Voor wie is de workshop?**

Dit kan bijvoorbeeld een bepaald niveau, geslacht of gelegenheid zijn.

HOU HET KORT

HOU HET SIMPEL

ZEG WAAROVER HET GAAT

WEES NIET TÉ CREATIEF

GOEDE TITELS

WORKSHOP MACRAMÉ TECHNIEKEN
WORKSHOP ZELFZEKERHEID
WORKSHOP DROOGBLOEMENKRANS
WORKSHOP FLAMINGO UIT KLEI
WORKSHOP AQUAREL SCHILDEREN

IETS MINDER GOEDE TITELS

WORKSHOP CREATIVE SOULS
WORKSHOP INTUÏTIE
WORKSHOP DROOGBLOEMEN
WORKSHOP FLAMINGO
WORKSHOP SCHILDEREN

Extra

Haal inspiratie uit deze titel templates:

- Workshop _____ (indien duidelijk genoeg)
- Workshop _____ techniek
- Workshop _____ als een pro
- Workshop _____ maken
- Workshop maak een _____
- Workshop leer _____
- Workshop _____ voor beginners
- Workshop start to _____
- Workshop [skill] wizard/queen/boss/...

Spot.

4

Een omschrijving die verkoopt

SCHRIJF SLIM EN DOELGERICHT DANKZIJ DE
AUVIC METHODE

AUVIC METHODE

1. AANSPREKEN
2. UITLEGGEN
3. VOORDELEN
4. INFORMEREN
5. CALL TO ACTION

4 Een omschrijving die verkoopt

SCHRIJF SLIM EN DOELGERICHT DANKZIJ DE AUVIC METHODE

1. AANSPREKEN

Spreek jouw deelnemer aan op basis van een behoefte, een nood, een wens, ... Zorg dat je met de eerste zin de klant "Ja" laat antwoorden of "Dit is interessant, ik lees verder".

—>> Succes tips

- Stel vragen
- Schrijf rechtstreeks naar deelnemers toe in de jij-vorm of jullie-vorm
- Trek aandacht met een persoonlijke statement of verrassende vraag

2. UITLEGGEN

Beschrijf wat je in de workshop gaat doen en beantwoord de volgende vragen:

- Wat is het **doel** van de workshop?
- **Wat leert men** precies bij tijdens jouw workshop?
- Wat is het **eindresultaat** van de workshop?

—>> Succes tips

- Wees duidelijk en volledig. Je schrijft voor personen die niets weten over jouw workshop
- Werk met "bullets" om zaken op te sommen
- Gebruik veel zoektermen

3. FOCUS OP DE VOORDELEN

Benoem alles wat jouw deelnemers krijgen in de workshop, zelfs details zoals hapjes en drankjes. Dit benadrukt de waarde van jouw workshop.

4. INFORMEREN

Zorg ervoor dat je alle praktische zaken vermeld. Wees hier duidelijk en transparant in.

LOCATIE? | DUUR? | VERVOER? | AANTAL PLAATSEN? | PRIJS? | VEREISTEN?

5. GEBRUIK EEN CTA

Gebruik altijd minstens één CTA (Call-To-Action): een concrete boodschap die jouw deelnemers aanspoort om een gewenste actie uit te voeren. Een effectieve CTA is:

- Eenvoudig uit te voeren
- Duidelijk
- Creëert een "sense of urgency"

Voorbeelden

QQ Klinkt dit als muziek in jouw oren? Wacht niet langer en schrijf je nu in via Spot Workshops!

QQ Ook zin om je eigen bloemenkrans te maken? Dat kan! Het enige wat jij moet doen is je snel inschrijven. De rest wordt voor jou geregeld 😊

4 Een omschrijving die verkoopt

SCHRIJF SLIM EN DOELGERICHT DANKZIJ DE AUVIC METHODE

┌ Hier vind je een voorbeeldje van een omschrijving voor een
theeworkshop volgens de AUVIC-methode:

A. Hou jij van een lekker kopje thee en intrigeert de diverse smaak van **thee** je? Of spreken de voordelen van thee je aan maar vind je het soms wat te bitter?

U. Als theesommelier neem ik jou tijdens **deze online thee workshop** mee in de veelzijdige wereld van thee en leer ik jou hoe je alles kan halen uit de **voordelen** van thee.

Na deze online workshop ben jij een **echte thee expert** en weet jij alles over haar wonderlijke **krachten** en hoe deze optimaal te gebruiken!

Je leert er onder andere:

- Wat thee is & welke soorten er zijn
- Kwaliteitsvolle thee herkennen en onderscheiden van slechte thee
- Alles over het perfecte kopje losse thee zetten
- De gezondheidsvoordelen van thee
- Hoe je thee moet proeven

V. Bij inschrijving voor deze workshop cursus krijg jij een **thee box opgestuurd** ter waarde van **€28** met alles wat je nodig hebt om thee te proeven als een echte pro. Deze box bevat:

- **7 verschillende soorten thee** van de hoogste kwaliteit (witte thee, groene thee, oolong, zwarte thee, Lovely Fruits theeblend, Lemon Ginger theeblend en African Sun theeblend)
- Een **theezeefje**
- Een **maatlepeltje**

I. Je kan volledig kiezen **hoe, waar en wanneer** je de workshop volgt. Volg hem in alle rust op je eentje vanuit je zetel of je kan er ook voor kiezen om samen met vrienden/familie deel te nemen en te genieten van een gezellig thee moment:

- X video's (in totaal +/- X minuten/uur)
- Duurtijd: X
- Prijs (inclusief theepakket + bezorging):

C. Klaar om de wereld van thee te ontdekken?
Schrijf je snel in (en start meteen)

EEN KORTE OMSCHRIJVING DIE DE AANDACHT TREKT (EXTRA)

Deze omschrijving is het eerste wat klanten lezen wanneer ze op zoek zijn naar je workshop. Een goede korte omschrijving onthult dus de essentie en de waarde van jouw workshop. Het bevat 2 aspecten:

1. **Probleem:** Waar is jouw klant naar op zoek?
2. **Oplossing:** Wat leert de klant tijdens jouw workshop? Wat is het resultaat van jouw workshop?

TIPS

- Maak het kort en krachtig
- Gebruik geen vage of dubbelzinnige woorden
- Gebruik positieve woorden en superlatieven om klanten aan te trekken
- Kijk naar gerelateerde omschrijvingen van concurrenten en differentieer jezelf

FROM THIS...



"Om foto's manueel te nemen moet je veel oefenen. Deze workshop waar je VEEL leert over foto's maken kost €50 en duurt 2 uur."

... TO THIS



"Wil jij prachtige foto's maken maar fotografeer jij nog altijd op automatische stand? Deze e-course geeft jou de controle over jouw camera én foto's!"



5 Trek aan met foto's

BEELDEN ZEGGEN ZOVEEL MEER DAN WOORDEN

Net zoals je tekst is het belangrijk dat je foto's

- Relevant
- Duidelijk
- Kwaliteitsvol

zijn.



TOON HET EINDRESULTAAT/PRODUCT

GEBRUIK SFEERVOLLE EN POSITIEVE FOTO'S

SEO: BENOEM JE FOTO'S VOOR JE ZE PLAATST

GEBRUIK MEERDERE FOTO'S

Voorbeeld

Sari organiseert een workshop "maak je eigen sleutelhanger". Haar grote troef is dat ze hierbij een geweldig DIY pakket aanbiedt. Om deelnemers aan te trekken plaatst ze **meerdere, duidelijke en mooie** foto's van het pakket en van het eindresultaat bij haar aankondiging. Vooraleer ze de foto's uploadt op het Spot Workshops platform benoemt ze de foto's zo accuraat mogelijk.



Pro tip

Geef jouw afbeelding de naam van jouw workshop en doe dit voor elke afbeelding. Daarna kan je ze uploaden op het platform. Ook zo zal je hoger scoren!

Nu is het aan jou!

Nu ben je klaar om jouw “étalage” zo goed mogelijk in te richten en klanten aan te trekken naar jouw fantastische workshops.

Remember

Bij het opstellen van jouw titel, tekst en foto's houd je altijd rekening met deze 2 key succesfactoren:

- Organiseer, schrijf en promoot jouw workshop altijd in functie van de klant
- Schrijf teksten met de juiste zoekwoorden

Wij geloven in jou. Jouw workshop kan het verschil maken voor onze Workshop Lovers.

Trouwens, je staat er niet alleen voor. Het Spot Team helpt jou! Heb je nog vragen of twijfels? Contacteer ons via team@spotworkshops.be.



Wij kunnen niet wachten om jouw workshop te zien verschijnen op
Spot Workshops!

**Veel liefs,
Het Spot team**

Spot.



Copyright

Spot Workshops (company of Lowta BV)

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd,
opgeslagen in een geautomatiseerd
gegevensbestand en/of openbaar gemaakt in
enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch,
mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op
enige andere manier zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van de uitgever.



your **dream** is within your reach. But if you truly want it, you gotta focus and give it everything you've got.

JUST GO FOR IT