

De beste content tools voor salesprofessionals

De toolbox aan kennis en vaardigheden die je moet beheersen als salesprofessional in een complexe business-to-business-omgeving groeit explosief. Twee decennia geleden was je nog de koning van de commerciële jungle, als je goede communicatie vaardigheden bezat met een flinke dosis markt- en productkennis. Maar een diepgaand gesprek kunnen voeren, weten wat er speelt in de markt en likability om gunning te krijgen zijn hygiënefactoren geworden. Geen onderscheidende factoren meer. Als salesprofessional moet je nieuwe inzichten kunnen aandragen om het vertrouwen van nieuwe klanten te winnen. Pas dan kun je helpen om nieuwe visies op oplossingen te formuleren en uit te voeren.

Opbouwen van thoughtleadership

Kennisleiderschap is voor de moderne salesprofessional een essentieel onderdeel van deze toolbox geworden. De beste manier om een reputatie als echte deskundige op te bouwen is door het maken en delen van krachtige content. Als kennisleider moet jij een hoop vinden en stelling nemen over je vakgebied, je markt en trends die aan de horizon liggen. Door je mening en visie structureel te delen met je eerste en tweedelijns netwerk zul je thoughtleadership gaan claimen. Daarbij moet deze content op een aantrekkelijke en professionele manier worden verwerkt en vormgegeven.

Corporate versus kleinschalig

Tot zover de theorie. De praktijk is dat deze content ook nog gemaakt moet worden. Een deel van de salesprofessionals heeft het hierbij gemakkelijker dan de anderen. Als je bij een corporate werkt, heb je meestal goed geoutilleerde collega's ter ondersteuning. Marketeers, productspecialisten, DTP'ers, communicatiemedewerkers en een brede secretariële staf staan bij grote clubs ter beschikking om content te helpen produceren. In kleinere organisaties is deze hulp vaak veel beperkter aanwezig. Dan moet je maar afwachten waar de 0.4 FTE junior marketeer die week tijd voor heeft. Mijn pleidooi is dan om niet af te wachten wat er druppelsgewijs door andere afdelingen wordt gemaakt. Pak de handschoen op en ga zelf content maken. Overal hulp te vinden

Hoe je aan goede inhoudelijke ideeën komt voor content heb ik eerder met je gedeeld in mijn artikel [Tien ideeën om de beste kennis op te doen](#). Maar dan komt de stap om van een idee een artikel, blogposting, infographic, video of aantrekkelijke afbeelding te maken. Dan gooit het gros van de salesprofessionals hun kont tegen de krib. Een emmer met bezwaren wordt dan geleegd: Ik ben niet handig. Daar heb ik geen tijd voor. Ik ben niet creatief. Dat moet iemand anders maar doen.

Twintig jaar geleden had ik het volste begrip gehad voor deze kritiek. Nu heb je online zoveel tools en mankracht ter beschikking, die je kunnen helpen bij de productie van content, dat deze bezwaren niet meer opgaan.

Beste online tools

In dit artikel zet ik een aantal van de beste online tools en websites op een rij ter ondersteuning van het maken van content. Ideaal voor de salesprofessional, zzp'er en marketeer die weinig ervaring en tijd heeft om content te maken. De meesten hiervan zijn gratis of kosten weinig. Er zijn tools die meerdere soorten content kunnen helpen maken, anderen zijn meer gespecialiseerd. Ik heb mijn eigen voorkeuren hieronder samengevat, met daarbij diverse alternatieven.

Typora. Het schrijven van een blog of artikel vraagt concentratie en zo min mogelijk afleiding. Je kunt natuurlijk Word of Pages gebruiken, maar een echte schrijftool werkt fijner. Met de gratis tool Typora kun je afleidingsvrij schrijven en je hebt de beschikking over allerlei ondersteunde hulpmiddelen. Kun je wat meer uitgeven dan zijn [Scrivener](#) of [iA Writer](#) prima alternatieven. Andere goede online hulpmiddelen bij het schrijven van teksten zijn [Synoniemen.net](#) (afwisseling in je woordgebruik), [Onze taal](#) (hoe schrijf je dat precies) en [Hemingway App](#) (zijn je zinnen een beetje leesbaar).

Canva. Als je iets visueel wilt ontwerpen, maar je hebt zelf geen kennis van vormgeving, fonts of layout, dan kun je een van de vele sjablonen van Canva gebruiken. Voor alle socialmedia-platforms zijn er ready-to-made voorbeelden beschikbaar. Maar ook voor posters, een flyer of presentatie kun je terecht. Kies een voorbeeld, sleep en drop je eigen inbreng, sla op en download. Zelfs een digibeet kan de was doen. Voor 99% van je wensen is de gratis versie voldoende. Alternatieven zijn [Crello](#) als je een andere smaak wilt of [Visme](#) voor de meer doorgewinterde professional.

Lumen5. Het produceren van videomateriaal is ook voor de echte leek een peulenschil geworden. Met Lumen5 start je met een stukje tekst, bijvoorbeeld een bestaand artikel of blogposting. Daarna selecteer je daaruit een aantal kernzinnen, die Lumen5 omzet in scènes met video of foto achtergrond. Je kunt per scène ook zelf een foto of video kiezen vanuit een grote database met stockmateriaal. Je kunt dit ook aanvullen met eigen materiaal. Daarna klik je op ready en je video is klaar om te downloaden. Het is te simpel voor woorden. Mijn eerste video heb ik in 28 minuten gemaakt. Er is een prima gratis versie en natuurlijk kun je betalen voor meer opties.

Andere tools met soortgelijke functionaliteiten zijn [Rawshorts](#) of [Magisto](#). Beiden zijn iets duurder (vanaf 10 dollar per maand) maar hebben veel sjablonen.

[Remove.bg](#). Dit tooltje kan maar één ding, maar doet dat heel goed. Het haalt de achtergrond van een afbeelding weg. Zo houd je alleen het onderwerp over met een transparante achtergrond. Ideaal bij portretten van mensen. Even je afbeelding uploaden en na 5 seconden, kun je een foto downloaden met perfect uitgesneden onderwerp. Gratis bij incidenteel gebruik.

[Snappa](#). Heb je wat leuke data die je kunt delen? Plak ze dan in een aantrekkelijke infographic. Met Snappa kies je uit een van de vele sjablonen en bewerk je die naar eigen inzicht. Opmaak, iconen, graphics, fonts en kleuren zijn gemakkelijk aan te passen. In een uurtje heb je een professioneel resultaat in elkaar gedraaid. Eigen logo eronder en gaan. De gratis versie is behoorlijk compleet en een kennisbank met artikelen en video's helpt je over de hobbels heen. Andere tools die hetzelfde kunnen zijn bijvoorbeeld: [Piktochart](#) (beperkt in de gratis versie), [Infogram](#) (ook goed) of de eerdergenoemde [Canva](#).

[Animaker](#). Animatievideo's maken in een handomdraai doe je met Animaker. Kies een sjabloon, het juiste personage, kleurstellingen en vul je eigen teksten in bij iedere scène. Iedere personage kan per scène een bepaalde handeling doen, zodat je een logisch verhaal kunt vertellen. Ideaal om een marketingboodschap te maken of een uitlegvideo te produceren. Heb je bijvoorbeeld een aantal goede presentaties liggen, dan kun je deze als basisscript gebruiken voor een toffe animatie. Twee uurtjes prutsen en je hebt een gaaf en uniek resultaat. De gratis versie heeft een watermerk, maar voor een tientje per maand kun je echt los. Andere soortgelijke tools zijn [Renderforest](#) (prima) of [Vyond](#) (uitgebreid maar duurder).

[Pixabay](#). Foto's hebben auteursrechten, dus zomaar iets vanuit een google zoekopdracht downloaden en gebruiken is niet verstandig. Ik heb ooit eens €2.500 moeten aftikken aan een agressief advocatenkantoor, omdat ik een foto van postzegelgrootte had gebruikt in een online uiting. Daarom bestaan er stockfoto websites. De bekendste zijn [Adobe Stock](#) en [Shutterstock](#), maar hier betaal je gemiddeld 10 euro voor een foto. Je kunt ook kiezen voor gratis alternatieven en Pixabay is hier een goed voorbeeld van. Andere goede gratis stockfoto sites zijn [Pexels](#), [Unsplash](#), [Reshot](#) en de betaalde versie van Canva.

[Vidyard](#). De meest persoonlijke manier om jezelf te laten zien, is door een video met jezelf op te nemen. Hiervoor kun je gebruik maken van software op je computer, maar Vidyard is nog gemakkelijker. Je kunt je webcam gebruiken, je scherm laten opnemen of een combinatie hiervan.

Ideaal voor een leuke update voor je tijdlijn, een uitlegvideo of een persoonlijke boodschap voor een klant of prospect. Je kunt direct je video posten op social media of je video e-mailen. Kleine editing tools zijn inbegrepen. De gratis optie is voor veel situaties toereikend. Andere opties zijn [Loom](#) (ook prima) en [BombBomb](#) (geen gratis optie).

Pixlr. Als je wat meer aan een foto moet aanpassen, dan kun je een groot DTP-pakket opstarten of gewoon Pixlr gebruiken. Het is een handig foto editor in twee smaken: eenvoudig en professioneel. Direct in je browser te gebruiken met een karrenvracht aan opties. Lagen, filters, bewerkingstools: alles wat je nodig hebt voor klein DTP-werk. De gratis versie is zeer uitgebreid en gebruiksvriendelijk. Je kunt ook werken met [Photopea](#) (ook uitgebreid) of [Photoshop Express Online Photo Editor](#) (zeer basic).

Uitbesteden van content werk

Wat nou als je niet de puf, interesse of handigheid hebt om zelf aan de slag te gaan met een van deze tools? Gelukkig kun je dan de kracht van het interweb inschakelen om anderen te vinden, die het werk voor je uit handen nemen. Ik bedoel niet een reclame- of designbureau inhuren. Zij kunnen fantastisch werk leveren, maar als je bij een kleine organisatie of voor jezelf werkt, is daar meestal onvoldoende budget voor. Een mooie tussenoplossing is om samen te werken met een creatieve virtual assistant of socialmedia-expert. Je kunt bij hen vaak een pakket afnemen, waarvoor ze voor een vast bedrag per maand content maken.

Diensten-marktplaatsen

De wereld zit ook vol met goede freelancers die tegen beperkte kosten mooie content voor je willen maken. Om de juiste partij te vinden die bij je past kun je gebruikmaken van een diensten-marktplaats. In het algemeen werkt het zo. Stel je wilt een infographic laten maken, om te verspreiden op je tijdlijnen. Je gaat naar een diensten-marktplaats en zoekt naar designers die infographics maken. Je kunt dan via een aantal filters instellen, wat precies je wensen zijn (kosten, budget, levertijd). Daarna krijg je een overzicht van alle mogelijke freelancers met voorbeelden en beoordelingen van hun werk. Kies degene die je het meeste aanspreekt en selecteer een pakket wat ze aanbieden. Na het afrekenen vul je al je wensen in en lever je de inhoud aan wat in je infographic moet komen. Dan gaat deze freelancer aan de slag en na de afgesproken tijd krijg je het resultaat geleverd. Ben je tevreden, dan download je het werk. Ben je nog niet tevreden, dan geef je feedback en maakt je freelancer een vernieuwde versie. In veel gevallen heb je binnen enkele dagen voor een paar tientjes een geweldige resultaat.

Er zijn veel diensten-marktplaatsen online te vinden. Ik geef mijn favorieten:

Fiverr. De grootste en bekendste marktplaats voor uitbesteed werk is Fiverr. Hier kun je meer dan 250 soorten klussen uitbesteden. Denk aan grafisch ontwerp, teksten schrijven, video laten maken en heel veel ander productiewerk. Het aantal freelancers is duizelingwekkend en de interface en communicatie werken prettig. Dit platform is ideaal voor klein, goedkoop en incidenteel werk. Soms ben je voor minder dan 10 euro al klaar, maar verwacht niet altijd een topdesign. Ik besteed maandelijks hier werk uit.

99 Designs. Deze site is gespecialiseerd in grafisch werk. Denk aan het maken van flyers, posters, logo's en complete wegpagina's. Naast dat je direct een designer kan inhuren, kun je ook een wedstrijd uitschrijven. Hierbij maak je een briefing en krijg daarna van een groot aantal verschillende ontwerpers een voorstel. Hierdoor heb je veel te kiezen en is de kwaliteit hoog. Prijzen liggen gemiddeld tussen de 200 en 400 dollar per klus.

Upwork. De oudste diensten-marktplaats is Upwork. Je kunt hier een groot aantal soorten werk uitbesteden. Maak een oproep voor een klus en geïnteresseerde freelancers zullen hierop reageren. De kwaliteit is hoog, maar ook de kosten. Er werken amper Nederlandse freelancers voor deze site, dus alle communicatie gaat in het Engels.

Freelancer.nl Geef een beschrijving van de klus die je hebt met je budget en geïnteresseerde freelancers kunnen reageren om deze klus voor je te doen. Deze site is helemaal gericht op Nederland, dus de communicatie gaat lekker vlot. Je kunt kiezen uit een vaste prijs of een uurprijs.

Conclusie

Om je kennisleiderschap uit te bouwen heb je goede content nodig. In kleinere organisaties is meestal onvoldoende kennis en mankracht aanwezig om deze content voor je maken. Niks doen is dan een slechte optie. Je kunt tegenwoordig zelf gemakkelijk en goedkoop content maken, met behulp van allerlei online tools. Ook kun je eenvoudigweg een freelancer inhuren om je te assisteren. De drempel om mooie, inspirerende en onderscheidende content te verkrijgen is weggenomen. Aan de slag dus.