

# Op Wandel



Storytime





< 2019



2019 - 2020



2021 >



Iedereen kan hiken.  
We zijn allemaal wandelaars.

opwandel  
Les Écrins

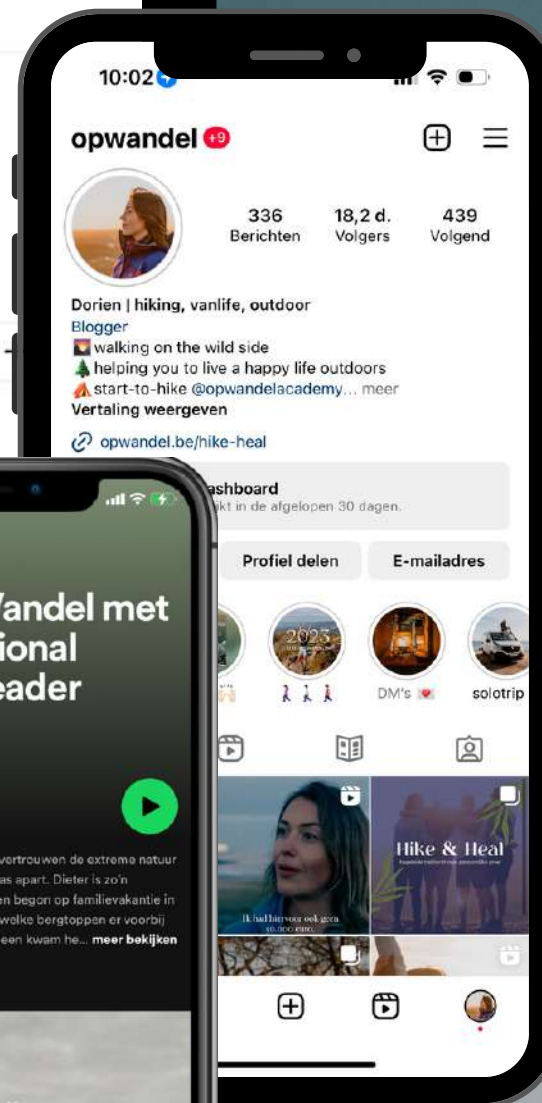
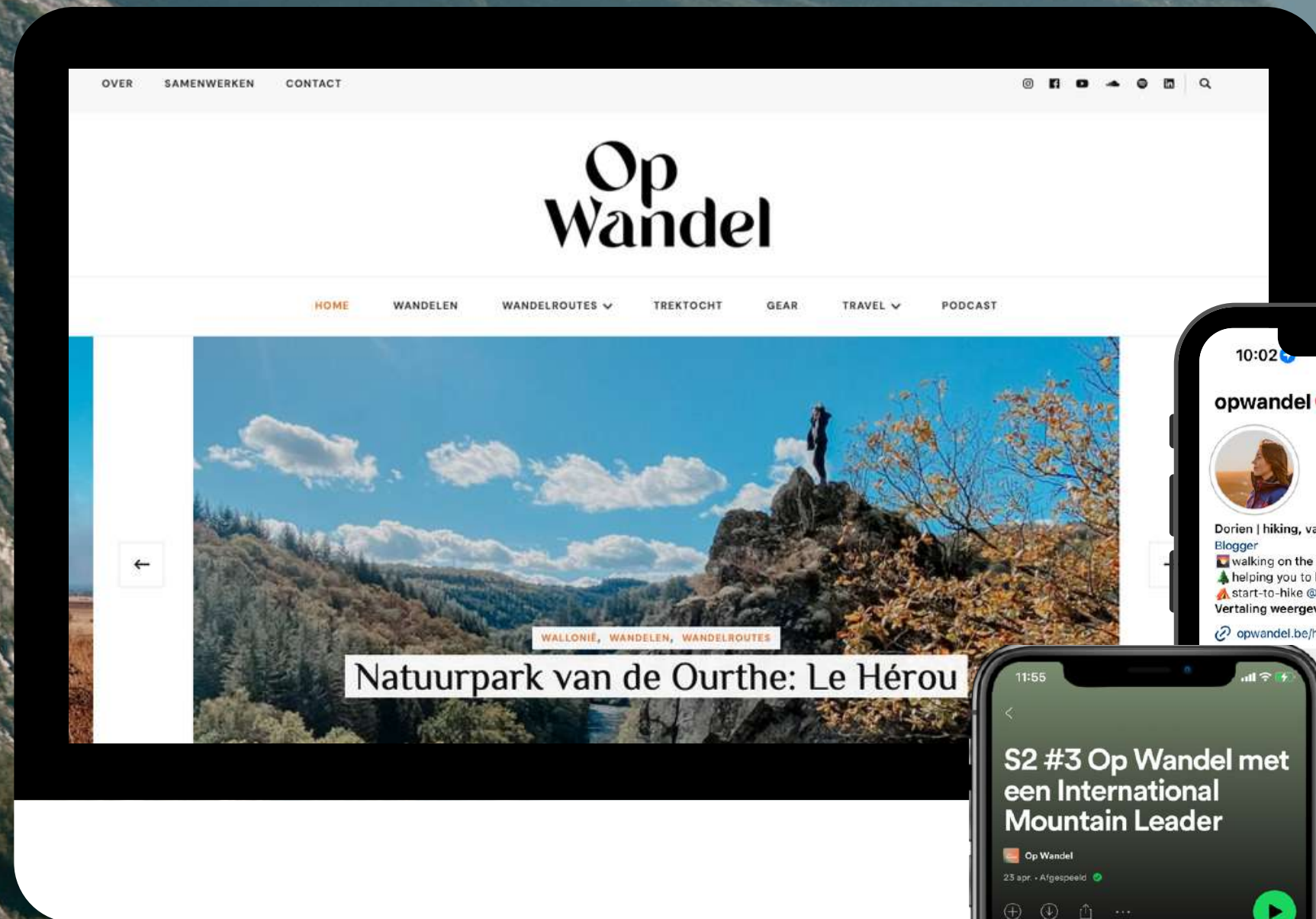
Statistieken bekijken [Bericht promoten](#)

♡ 💬 📍 🏷

Iowa.benelux en anderen vinden dit leuk

opwandel Tired feet, happy heart. 🍀 Een week wandelen in de bergen en ik sta terug een pak dichterbij mezelf. Leven uit mijn rugzak en op het ritme van de natuur. Eten, slapen, wandelen en verwonderen. Misschien is dat wel gewoon genoeg.

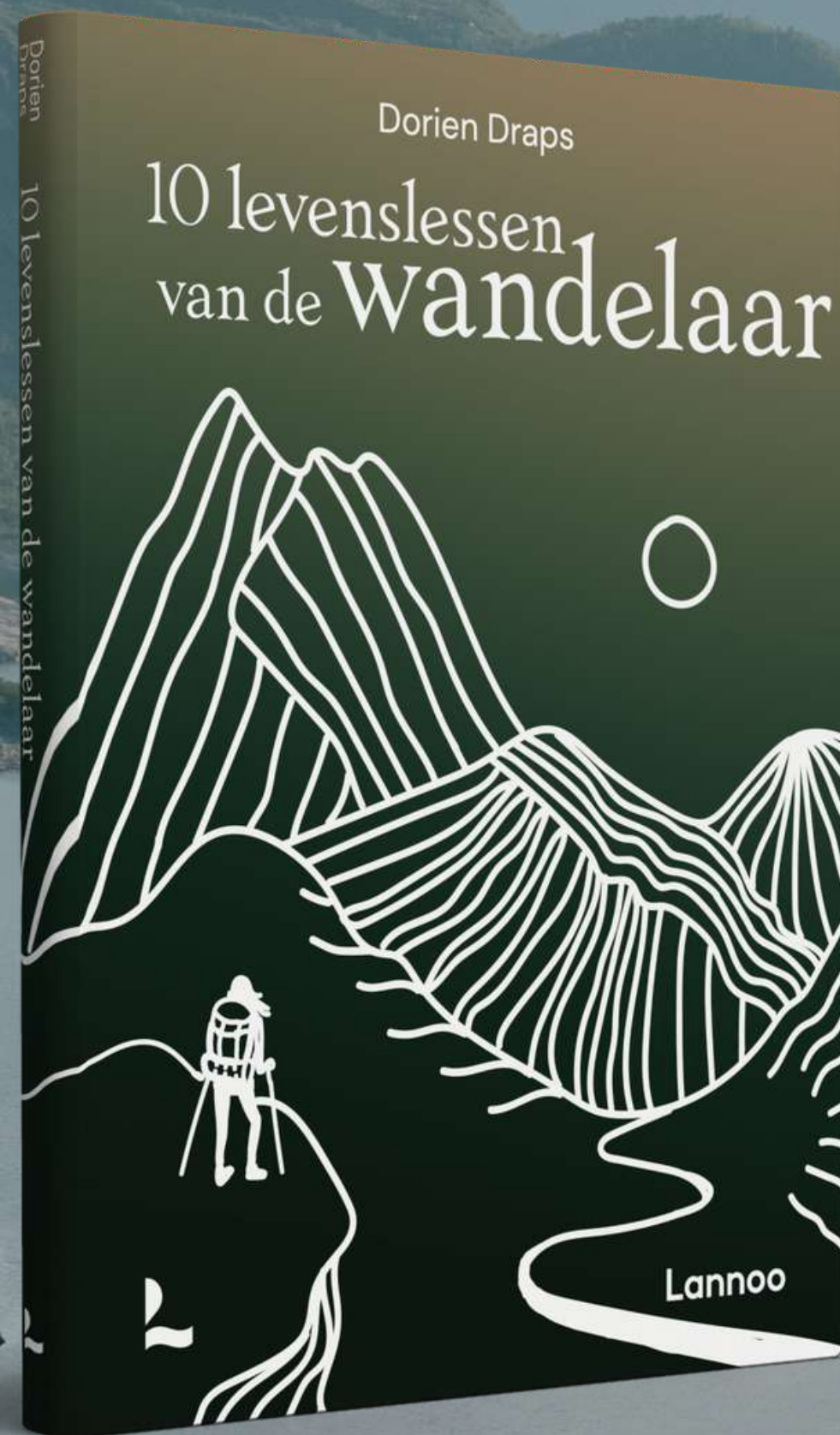
The image shows a woman with a large backpack hiking on a trail in a mountain valley. The backpack is packed with gear, including a grey shirt and a sleeping bag. The woman is smiling and looking back over her shoulder. The background features green hills and a valley with a river or stream.



# Op Wandel

- Blog
- Instagram
- Podcast
- Kaartspel
- Start-to-hike
- Events
- Reizen
- Boek

Op  
Wandel



**Ik heb er mijn missie van  
gemaakt om zoveel mogelijk  
mensen op weg te helpen naar  
een gezond en gelukkig leven in  
de buitenlucht.**

**Want buiten is het beter dan  
binnen.**

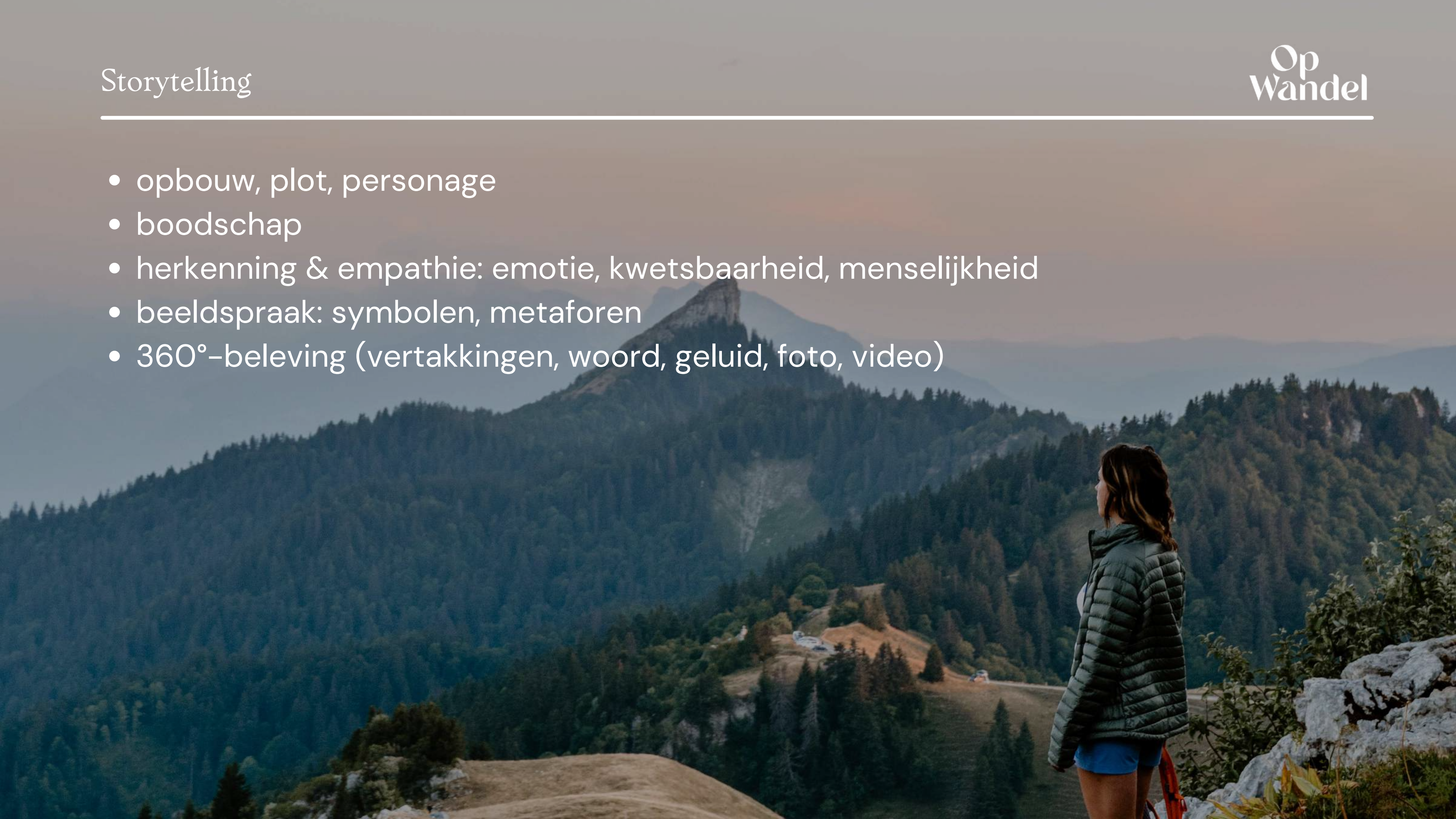


# 1. Storytelling





- opbouw, plot, personage
- boodschap
- herkenning & empathie: emotie, kwetsbaarheid, menselijkheid
- beeldspraak: symbolen, metaforen
- 360°-beleving (vertakkingen, woord, geluid, foto, video)



- opbouw, plot, personage
- boodschap
- herkenning & empathie: emotie, kwetsbaarheid, menselijkheid
- beeldspraak: symbolen, metaforen
- 360°-beleving (vertakkingen, woord, geluid, foto, video)
- **zintuigen** (in geuren en kleuren)
- **decor bouwen** (bijvoeglijke naamwoorden)
- **vanuit hart en buik**: alsof je het aan een vriend vertelt



# The Jordan Trail: wandeltocht in Jordanië



# Verdwijnen in de woestijn: hiken door Jordanië



**Verdwijnen in de woestijn: hiken door Jordanië**

**De Laugavegurtrail: op zoek naar  
soulfood in IJsland**



We zijn toch vooral bezig met de uitzonderlijke omgeving waarin we ons voortbewegen. Vallei na vallei, afgewisseld met canyons, oneindige zandvlaktes en impressionante rotsformaties omhult in rood en beige gesteente. Hier en daar een dappere groene boom, plant, woestijnbloem of herder. Maar verder niets. Op sommige punten is de stilte oorverdovend, alsof je in een vacuüm zit. Terwijl de gids op z'n ezeltje voor mij loopt, neem ik het allemaal in me op. Gelukkig heeft hij water mee, want hier is geen druppel te vinden.





Je vertelt niet voor jezelf.  
De luisteraar is het hoofdpersonage.





## Forbes

However, as I noted above, many brands struggle to create content that resonates. **Too often, companies fall into the trap of telling great stories that ultimately fail as they focus on what they offer and build a story around that rather than making the customer the hero.** One storytelling mantra that marketers should vehemently adhere to is that it's not about you; it's always, always about the customer.



*“Vijf B&B’s, allen gelegen in de mooie Vlaamse Ardennen werkten samen een wandel-en fietsconcept uit. Onze vijfdaagse trektocht, te voet of met de fiets door de Vlaamse Ardennen, is een uitdaging met culinaire toets en bagagetransport. Elke nacht logeer je bij één van de 5 charmante B&B’s, en daarbij is àlles voor u geregeld!”*

## *5 dagen herbronnen in de Vlaamse Ardennen*

Wandel of fiets 5 dagen lang door de groene parel die de Vlaamse Ardennen heet. Laat je onderweg verwennen door dromerige paden langs nog dromerige landschappen. Koeien loeien en vogels zingen terwijl je smult van het ene panorama na het andere. 's Avonds kom je moe maar voldaan aan bij één van de gezellige B&B's langs de route. Het enige wat je hoeft te doen is nagenieten, de logiesuitbaters doen de rest. Hier bij ons ben je helemaal zorgeloos.

Verhalen verbinden

---

Op  
Wandel



Vertel alsof je rond  
een kampvuur zit.

## 2. Influencers & bloggers



Gaat niet over:

- iemand vinden met een publiek & die persoon dingen aanbieden in ruil voor een goed woordje
- veel bereik en visibiliteit

## Gaat wél over:

- aantonen van je autoriteit, geloofwaardigheid en thought leadership binnen je branche
- de juiste doelgroep op een unieke manier bereiken

De juiste influencer past bij jouw **boodschap** en is **authentiek**, **herkenbaar**, **geloofwaardig** en heeft **expertise** opgebouwd. Ze zijn er om hun volgers te **inspireren**, te doen **ontspannen** en te **helpen** bij het leven in het algemeen.

Streef naar samenwerkingen op **lange termijn**.





# Engagement & kanalen

(likes + comments + shares)

————— X 100

# volgers

Hoe vind je ze?

---

Op  
Wandel

- PR-bureaus
- zoekwoorden
- bekijk relevante hashtags
- via andere merken, awards, events...
- volg het spinnenweb (volgers, comments likes...)

Een goede match vinden kost tijd, maar het is het waard!

1. **Reageer** op een oprechte manier op hun content.
2. **Wacht** tot ze zelf contact opnemen.
3. Of stuur hen een **DM of mail**.
4. Probeer eruit te springen met een originele en persoonlijke “**motivatiebrief**”:
  - a. leuke subjectline
  - b. wie je bent en wat je doet
  - c. waarom je hen contacteert
  - d. welke meerwaarde jullie elkaar kunnen bieden
  - e. next step
5. Plan een **kennismaking** in.

**Plan dit op tijd in en zie het als deel van je marketingplan.**

# Welke afspraken maak je?

---

1. **Programma** (in samenspraak)
2. **Deliverables** (op basis van een korte briefing)
3. **Vergoeding & onkosten**
4. **Optioneel: contract**

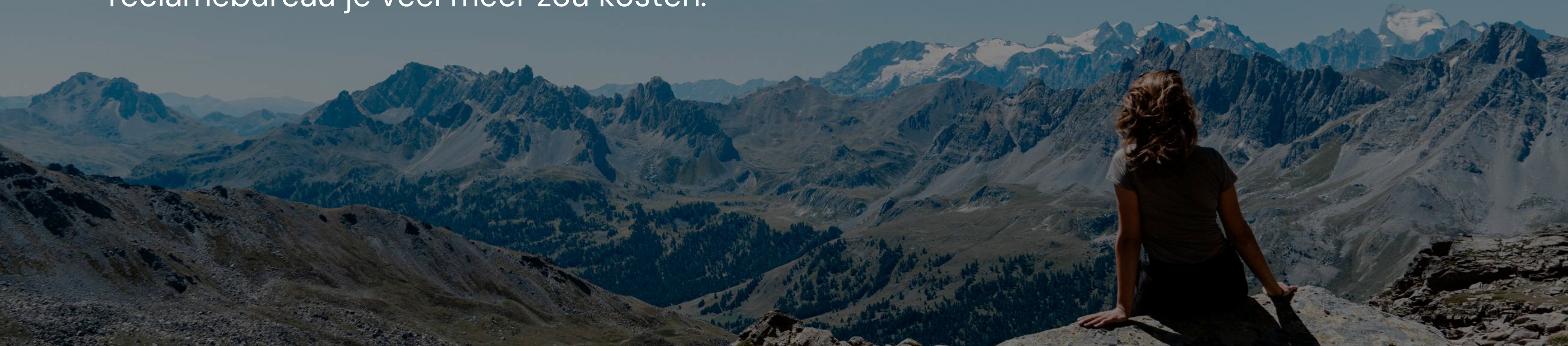
Twee regels:

- Creatieve vrijheid is key.
- Goede afspraken maken goede vrienden.



1. Ruildeal
2. Fee
3. Affiliate
4. Een mix van bovenstaande

Wees correct en schat naar waarde aan de hand van **kwaliteit** van de content en het **bereik** en de **engagement**. Vergeet nooit dat samenwerken met een reclamebureau je véél meer zou kosten.



Watch, learn, have fun &  
nodig ze uit aan jouw kampvuur



Dorien Draps

[www.opwandel.be](http://www.opwandel.be)

[dorien@opwandel.be](mailto:dorien@opwandel.be)

Op  
Wandel

