

© YENTL KEUPPENS | UITGEVERIJ HOUTEKIET 2018

Houtekiet, Katwilgweg 2, 2050 Antwerpen
www.houtekiet.be | info@houtekiet.be

OMSLAG & OPMAAK

Sarah Schrauwen

FOTO'S

© Jeffrey Croes

© Sina Görtz (p.6–9)

Met redactionele medewerking van Bieke Van Gelder.

ISBN 978 90 8924 644 8

D 2018 4765 8

NUR 450

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd
en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie
of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van de uitgever.

No part of this book may be reproduced in any form,
by print, photoprint, microfilm or any other means,
without written permission of the publisher.

ONLINE
*just
my
own*

*Yentl
Keuppens*

*This is the soundtrack of
my everflowing life.*

Part II

<i>On just my own line</i>	<i>6</i>
<i>Just Yentt</i>	<i>14</i>
<i>P to the R: public relations</i>	<i>36</i>
<i>Werken met merken</i>	<i>56</i>
<i>De truken van de voor</i>	<i>74</i>
<i>Tofbe campagnes</i>	<i>88</i>
<i>Yentt Jeffrey</i>	<i>104</i>
<i>Yentt Family & friends</i>	<i>112</i>
<i>Hotspots</i>	<i>124</i>
<i>15 to follow</i>	<i>134</i>
<i>Hashtags</i>	<i>152</i>
<i>Thanks!</i>	<i>165</i>



*On just
my own line*



Het lijkt als de dag van gisteren dat ik de eerste letters van mijn schrijfdebuut *100% Yentl* neerpande. Dat was niet makkelijk, want het boek beschreef mijn probleem met anorexia tijdens een donkere fase in mijn leven. Het schrijfproces deed me rillen, huilen en boos worden tegelijk. Maar ik kwam er sterker uit. Door op te schrijven hoe ik die periode beleefde, begon ik ze ook beter te begrijpen. Het altijd en overal controle willen hebben. De angst die mij ervan weerhield om mijn doelen na te streven. Gaandeweg leerde ik die doelen kaderen en waarderen. Ik kon de angsten steeds beter de baas en durfde te gaan voor alles wat op mijn persoonlijke bucketlist stond. Begrijp me niet verkeerd, anorexia blijft deel uitmaken van mijn verleden en zal altijd een werkpunt blijven. Maar ik laat me er niet meer door tegenhouden.

Het boek had nog een positief gevolg. Ik kreeg overweldigend veel steun via social media. Zoveel, dat ik voor het eerst begon in te zien hoe belangrijk die social media voor me geworden waren. Wat begon als een eenvoudig blogje, groeide uit tot mijn nieuwe habitat. Of toch de online versie daarvan. Meer dan 160.000 mensen volgen dagelijks mijn doen en laten op Instagram en daar ben ik dankbaar voor. Actief zijn, leuke comments onder geslaagde foto's plaatsen, bloggen met heel mijn hart, voortdurend online zijn: dat is ergens mijn wereld geworden. Ik heb daarbuiten nog een fantastisch leven met heerlijke mensen om me heen. Maar toch heb ik dat thuisgevoel wanneer ik online ben. De social media zijn mijn biotoop.



Online zijn we tegenwoordig natuurlijk allemaal. Zelfs mijn ouders zitten geregeld samen in de zetel doorheen hun WhatsAppberichtjes, Instagram of Facebookposts te scrollen. Mijn papa is de hipste van de twee. Hij is de grootste YouTube-fan die ik ken, of toch als het op onze filmpjes aankomt. Hij bekijkt ze effectief als eerste, zelfs zonder dat we hem vertellen dat er een nieuwe video online staat. Maar bij mij gaat het verder: ik lééf op het internet. Het is vreemd, maar door zo vaak online te zijn, voel ik me offline ook gelukkig. Ik voel me sterker, zelfverzekerder en ik geloof in mijn eigen stijl. Even surfen op het web verandert bij mij snel in uren pinnen op Pinterest. Gek, toch? De combinatie tussen mijn leven met vrienden en familie, én mijn online leventje zorgde ervoor dat ik mezelf heb durven te ontdekken. Het Yentl-zijn was nog nooit zo duidelijk. Ik heb dan nog het geluk dat ik dagelijks kan doen wat ik graag doe. Dat Yentl-zijn is fijn. Damn right, dit is voor mij een begrip geworden, terwijl ik mezelf vroeger nooit goed genoeg vond, #jekentdatwel. Doemdenken, dat deed ik graag. Ik voelde me altijd tekortschieten. Ik wou steeds maar presteren en falen was geen optie. Verdikke, mijn ademhaling stukt nog wanneer ik denk aan dat eeuwige goed willen doen. Voor alles en iedereen. Die prestatiedrang is niet volledig verdwenen, maar ik kan er wel beter mee leven. Ik heb mezelf durven te waarderen zoals ik nu ben en ik vind wat ik doe meer dan goed genoeg. Door te bloggen en zo actief te zijn op al die verschillende social media, krijg ik voldoening, zelfkennis en zelfverzekerdheid. Nu weet ik: ik ben een persoon met een mening, een eigen stijl en duidelijk omlijnde waarden die ik belangrijk vind in dit leven. Ik ben iemand met meer dan genoeg passie, een strever die alleen streeft als het er echt toe doet en vooral iemand die wil genieten.

*Be proud of who you are
and not ashamed of how
someone else sees you.*

Mijn blog, *Just Yentl*, opende zoveel deuren. En dat wil ik met jullie delen, vandaar de titel van dit boek: *ON just my own LINE*. Maar dit boek gaat verder: we kijken binnen bij bedrijven, zoeken naar de leukste hotspots én we geven je een soort van virtuele rondleiding in de wereld van het online zijn.

Ik hou zelf niet zo heel erg van het woord influencer. Ik omschrijf het liever als content creator, maar dan eentje die vooral online actief is. Door mijn diploma's journalistiek, copywriting en scenario zat ik al een beetje in een wereld die zich grotendeels achter een computer afspeelde. Ik heb het geluk dat de content die ik maak hoofdzakelijk voor mijn eigen kanalen bestemd is. Zo kan ik *Just Yentl* dagelijks nieuw leven inblazen en iedereen meenemen in mijn leventje. Online.

Naar die fascinerende wereld wil ik jullie meenemen. Niet om jullie te overladen met tips and tricks, maar om jullie een blik achter de schermen te geven, te motiveren en te inspireren. Want het moet gezegd: de bedrijven die beroep doen op influencers hebben guts. Achter die creatieve merken zitten onwijs straffe persoonlijkheden. Mensen van wie ik weet dat ze jou kunnen helpen om zelf aan de slag te gaan en te ontdekken wat jou gelukkig en sterk maakt.

Ik laat jullie kennismaken met gepassioneerde merken, bloggers en creatievelingen. Of het nu gaat om travellers, foodies, fashionliefhebbers of gewoon mensen die een leven met kids op een fijne manier online kunnen brengen: inspirerend zijn ze allemaal. Voor mij was het bijna magisch om tijdens het schrijven te mogen samenwerken met al die mensen naar wie ik opkijk. Ook influence marketing bureaus en pr-bureaus horen hier thuis omdat zij van innovatie en doelgericht werken hun core-business hebben gemaakt.

We zouden het natuurlijk bij cijfers en harde feiten kunnen houden, maar dat is niet mijn stijl. Ik toon jullie mijn favorieten, de dingen die ik leerde, mijn eigen online pad. Op mijn manier. Al de balls and glory die ik de afgelopen jaren online mocht ervaren bundel ik in dit boek om jou zo wegwijs te maken in die fascinerende wereld. *On my own line*. Zodat ook jij de manier van online zijn mag ontdekken waarbij jij jezelf goed voelt. Ben je professioneel actief op internet, ben je een influencer of gewoon iemand die graag online is? Met dit boek kom je ongetwijfeld dichtbij je eigen ingebeelde lijn en bij het pad dat je moet volgen om gelukkiger te zijn.

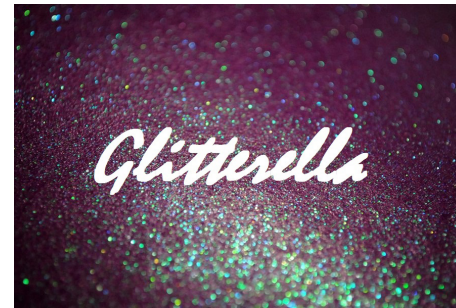
Hashtag gerust mee
#onjustmyownline en deel jouw
 online ervaringen. Ik lees al jullie
 stories en comments met plezier.







Vandaag leef ik op en voor mijn blog *Just Yentl* en ik verwonder me nog steeds over het feit dat alles zo snel is gegaan. Al moet het gezegd, *Just Yentl* was niet mijn eerste blog. Ik had wat tijd nodig om te groeien, te ontdekken waar ik voor stond en waar ik naartoe wou. Mijn allereerste blog was iets helemaal anders. Tijdens mijn studies journalistiek luidde de opdracht van mijn eindwerk: creëer iets dat je eigen stijl naar voren brengt. Zo ontstond *Glitterellas*, mijn allereerste blog die eigenlijk



te vergelijken valt met een dagboek. Zo eentje met van alles door elkaar. Ik slaagde voor mijn eindwerk, maar persoonlijk vond ik het maar niets. De persoon die ik naar voren bracht had weinig met mezelf te maken. *Glitterellas* bleef een tweetal jaar standhouden. Perfectionistisch als ik ben bleef ik bloggen. Zelfs toen ik de strijd aanbod met mijn eetstoornis, bleef ik doorgaan. Ik wou

alles zelf doen, van het ontwerpen van het logo tot het zoeken naar een gepaste layout tussen een van de gratis thema's van WordPress. Ken je WordPress al? Dat is een handige tool voor beginnende bloggers en ik kan hem iedereen aanbevelen, want je kunt er fantastische dingen mee doen.

Maar goed, terug naar het begin ... Ik besepte toen nog niet dat ik eigenlijk mijn verdere toekomst aan het bepalen was. Best wel gek dat ik mezelf heb leren waarderen door te bloggen! Ik ging vaak shoppen met mijn vriendinnen. Mijn outfits gooide ik vrijwel meteen op de blog. Ontspanning, zonder meer. Maar al gauw wilde ik mezelf meer en meer uitdagen. Ik wou iets brengen dat écht leuk was. Niet zozeer voor mezelf, maar voor de mensen die het zouden lezen. Ik slaagde daar wonderwel in, want als beginnende blogger vond ik mijn allereerste maandelijkse statistieken meer dan behoorlijk. Als een honderdtal mensen je blog lezen, dan is dat toch de max? Geleidelijk aan kwamen er steeds meer volgers bij en dat werkte supermotiverend! Ik broedde constant op ideetjes voor nieuwe content en soms schoot ik zelfs 's nachts wakker met nieuwe ideeën die ik dan onmiddellijk opschreef om ze zeker niet te vergeten.

Stilaan liepen de eerste opdrachten binnen. Bizar wel, wanneer de echte pr-kantoren je blog hebben gevonden en je met veel plezier iets per post willen toesturen. Ik vond het in het begin écht de max om zoveel dingen te kunnen posten, dingen te kunnen testen én te ontdekken. Wat begon bij één pakketje, groeide uit tot meerdere bezorgingen per dag. Veel pakketjes. Damn right, ik vond dat énorm cool, maar ik besepte meer en meer dat ik niet langer over alles iets kon brengen. Het moest

haalbaar zijn. En geloofwaardig. Ik vind het belangrijk dat ik met een merk een 'match made in heaven-gevoel' heb. Dat gaf me stof tot nadenken. Naargelang mijn blog evolueerde, veranderde ook de band met de kantoren. Zij wisten sneller of het een match was of communiceerden duidelijker. Ik probeerde samen met de kantoren te overleggen wat we konden posten en wat niet, om zo samen tot een eenvoudige samenwerking te komen. Zo wisten de bureaus én hun klanten meteen ook wat iets voor mij was, wat 'post-waardig' is, en vooral: wat een match was. In plaats van de extraatjes die niet 100% een match waren terug te sturen naar de bedrijven, gaf ik ze bijvoorbeeld aan het vluchthuis in de buurt. Vrouwen voor wie al die hebbedingetjes pure luxe zijn, moesten iets krijgen. Dat doe ik ondertussen al een vijftal jaar en dat geeft een fijn gevoel.

Tijdens een van mijn eerste persreizen leerde ik ook een collega-blogster kennen. Inge Moerenhout, die al heel wat ervaring had in de media. Dat was een enorme troef, zij durfde wel echt haar mannetje te staan. Ze was ouder dan ik, maar kon zich moeiteloos inleven in mijn leefwereld. Dat vond ik straf. De klik was er dus meteen, de passie voor mode en reizen voelde smooth aan en na een date met bubbels werd *Bubble Trouble* geboren. Een duoblog, een compleet nieuw gegeven voor mij. De blog hield twee jaar stand en gaf me dubbel zoveel ervaring en vooral kracht om mezelf te ontwikkelen. Het ging vlotjes vooruit: meer en meer opdrachten druppelden binnen, we gingen meermaals per week naar events en blogden als ontspanning. De samenwerking loonde, want dankzij haar werd ik zekerder over mijn eigen visie en leerde ik die visie ook steeds beter te finetunen. Het voordeel van een duoblog is dat je alles deelt. Je hebt niet het gevoel dat je er alleen voor staat. Inge blogt nog steeds verder op *Bubble Trouble*, maar zet ook in op Instagram. Ik vind het sterk dat zij die combo aangaat, en steeds blijft evolueren én creëren.

Al die fijne nieuwigheden hadden ook een positieve invloed op mijn gemoedstoestand. De focus lag voortaan namelijk niet meer op het behouden van de controle over mijn leven, maar werd verlegd naar het goed presteren met mijn blog. Ik dacht niet meer voortdurend aan eten, ik wou bloggen. Steeds beter. Ik ging op zoek naar inspirerende personen op social media. Ik volgde alles en iedereen die hot was online. Dat is een bekend fenomeen bij het online zijn: alles willen gezien hebben. En ja, al die beelden worden 'ergens' opgeslagen. Ze zetten je aan tot nadenken, bewust of onbewust. Zo begon ik bijvoorbeeld Selena Gomez te volgen, die ondertussen een van de bekendste Instagrammers van dit moment is, maar ook Anna Nooshin, een Nederlandse girl die écht zo onwijs populair is geworden. Ze startte met haar eigen YouTube-kanaal en richtte het platform NSMBL (lees: ensemble) op. Daarna werd ze het gezicht van het *SBS Shownieuws* én mocht ze meedoen met *Expeditie Robinson*. Het leukst vond ik haar presentatie van *Holland's Next Topmodel*. Anna leek me een zelfzekere chick, maar door de presentatie van een liveshow kreeg ze bijzonder veel stress. Die stress liet ze ook aan haar volgers merken: ook wanneer een liveshow niet vlekkeloos verliep, toonde ze zichzelf met haar echte gevoelens. Die teleurstelling voelde je bijzonder hard als volger, je merkte dat ze een persoon van vlees en bloed is. En ja, dat gevoel moet je soms kunnen hebben om iemand te willen blijven volgen. Zo leer je die persoon beter en beter kennen.

De openheid van mensen deed me deugd, al is dat iets dat je in de blog- en mediawereld moet leren appreciëren. De juiste mensen leren kennen die het bewust goed met je menen was voor mij nog het moeilijkste aan mijn hele blogavontuur. Ja, ik heb gehuild. Fier dat ik was dat ik nieuwe mensen had leren kennen waarbij ik zo'n relaxed gevoel had. Let goed op die 'had', want hij is toepasselijk in heel wat zogenaamde vriendschappen van de afgelopen jaren. Maar het heeft voor mij bijgedragen aan de zoektocht naar mezelf. Soms werd ik afgewezen, en daardoor stak ook de verlatingsangst, die tijdens mijn eetstoornis een enorme valkuil was, soms weer de kop op. Hervallen door de teleurstellingen op 'vriendschapsgebied' was een risico, dat ik tot op de dag van vandaag zo goed als heb kunnen uitsluiten. Wat niet wil zeggen dat ik geen moeilijke momenten meer heb natuurlijk. Ze zeiden me vaak 'blijven lachen', al is dat moeilijk. Ik wil vaak de vrolijke zijn en het positief zien. Maar eerlijkheidshalve moet ik zeggen dat dat voor mij niet altijd zo is. Mensen die hun frustraties of verdriet toonden, vond ik eerder zwak. Nu vind ik ze net inspirerend en moedig. Soms wou ik dat ik meer zo was. De dagen waarop ik mezelf kwetsbaar durf te tonen, worden goed onthaald. No haters, of toch niet dat ik weet. Ik heb er ook fantastische mensen door mogen leren kennen, die ik effectief in mijn hart draag. Mensen met een groot hart. Dat doet me zo'n deugd!

En toen kwam het moment waarop ik knopen moest doorhakken: *Glitterellas* en *Bubble Trouble* liepen goed, maar ik wilde effectief iets brengen dat helemaal van mij was. Iets gewoon van mij. Zo werd *Just Yentl* geboren. Rond de feestdagen, of ietsje vroeger zelfs. Mijn eigen kerstkindje. Of toch zoiets.

Just Yentl had aanvankelijk drie categorieën: mode, beauty en reizen. De blog begon als een dagboek met posts die gekoppeld waren aan een fijne ervaring, een bijzondere levensgebeurtenis of een memorabele reis. Het was allemaal ontzettend persoonlijk. Later voegde ik er lifestyle en video aan toe. Door mijn herinneringen neer te pennen en te delen met de wereld, kon ik ze beter koesteren. Al moet het gezegd: het neerschrijven zelf verliep niet altijd even smoothly.

Als ik al mijn blogposts nog eens herlees, merk ik dat mijn schrijfstijl doorheen de jaren erg veranderd is. In het begin schreef ik heel journalistiek. Logisch, want dat heb ik gestudeerd. Maar een goede blogtekst mag helemaal niet op een stuk uit de krant lijken. Op een goeie blog vind je verhalen die recht uit het hart komen. Dat heb ik vrij snel geleerd. Het mooie aan bloggen is: je kunt je teksten op elk moment aanpassen, zodat alles beter bij elkaar past, qua stijl en zo. Dat heb ik meermaals gedaan. **De ideale blogpost is voor mij: een leuk verslagje dat makkelijk leesbaar is én voor inspiratie kan zorgen.** Het wordt natuurlijk extra leuk als bedrijven je dan benaderen om bepaalde producten te promoten. Ik probeer daar altijd een goed evenwicht in te bewaren en heel selectief te zijn in de dingen die ik aanvaard. Wanneer de teksten puur commercieel worden, verliest een blog aan kracht. Het is van fundamenteel belang dat mensen niet vinden dat ze verkooppraatjes lezen én dat je zelf helemaal achter je eigen content staat. Kritisch zijn is dus de boodschap. Al moet je daar soms ook voor oppassen. Ik geef toe: ik blijf het soms moeilijk hebben met het vinden van die balans.

*It's hard not to find it all
a little bittersweet.*

Ik hou ervan om creatief en doelgericht bezig te zijn, om mijn blog steeds verder op punt te zetten. Daarom maak ik per jaar ook altijd een **to-dolijstje**. Een soort van bucketlist voor mijn gloednieuwe blog die ik in 2017 heb gemaakt. Zulke lijstjes gebruik ik trouwens ook voor andere dingen in mijn dagelijkse leven. Ze helpen de stresskip in mij om het overzicht te behouden.

Lijstjes, lijstjes, lijstjes!

Dit was bijvoorbeeld mijn lijstje voor 2017:

- **Maart 2017**
Integreren van videobeelden.
- **April 2017**
Een nieuw logo.
- **Mei 2017**
Een nieuwe lay-out in samenwerking met Mediasoft.
- **Juni 2017**
Marketingstrategieën ontwikkelen om zoveel mogelijk bezoekers te genereren.
- **Juli 2017**
Rechtstreekse verbinding tussen Instagram en blog.
- **Augustus 2017**
Nieuwe posts creëren om mijn gloednieuwe blog met heel wat content te kunnen vullen zodat mensen op een goedgevulde blog terecht komen.
- **September 2017**
Workshop SEO words volgen.
- **Oktober 2017**
Campagnes opzetten voor *Just Yentl* en ja hoor, echt van start gaan.

In diezelfde periode werden social media ook belangrijker – én populairder – en natuurlijk haakte ik daarop in: al gauw had ik ook een account op Facebook. Niet alleen om mijn blogposts te promoten hoor. Ook andere alledaagse dingen kwamen aan bod: leuke outfits, fijne momenten met mijn favoriete mensen, heel wat beauty en natuurlijk mijn favoriete reisfoto's. Ik besteedde er bijzonder veel aandacht aan. Facebook was toen zo hip dat ik echt heel m'n tijdlijn wou verslinden. Zo verslavend! En toen was er plots ook nog Instagram! Iets posten op Insta was the next big thing. 'Doing it for the gram' was de nieuwe catchphrase. De stortvloed aan mooie foto's, de typische Valencia-filter en de likes zijn nu niet meer weg te denken. Facebooken, twitteren, instagrammen ... Ik deed het allemaal supergraag. Een soort van online hobby. Dat leverde me niet alleen plezier op, maar ook heel wat nieuwe volgers die me via deze socials wisten te bereiken. Yay! Stilaan werd ook een onderscheid gemaakt tussen bloggers, influencers, brand ambassadors en content creators.

What's in a name? Bloggers, influencers, brand ambassadors en content creators

BLOGGERS

Bloggers delen verhalen over hun dagelijkse leven met hun volgers. De onderwerpen kunnen heel sterk variëren: fashion, beauty, food ... Alles kan, mét een persoonlijke toets. Samenwerkingen met merken zijn vaak eenmalig en gelinkt aan één aspect van de blog.

BRAND AMBASSADORS

Merken nemen soms personality's onder de arm om hun producten en campagnes op lange termijn te vertegenwoordigen. Meestal gaat het om bekende personen zoals acteurs, sporters, celebs enzovoort. Zij hebben vaak een bepaalde binding met het merk of het product en promoten het in de media in de brede zin van het woord.

INFLUENCERS

Influencers hebben een eigen stijl. Ze zijn haast een merk op zich en ze waken erover dat ze hun eigenheid bewaren wanneer ze samenwerkingen afsluiten. Zij promoten merken die aansluiten bij hun eigen stijl en producten waar ze affiniteit mee hebben. Hun grootste troef is hun expertise binnen een bepaalde niche en de trouwe achterban die ze daarbinnen opgebouwd hebben.

CONTENT CREATORS

Content creators zijn next level influencers: creatievelingen met een vlotte pen en een oog voor sterke beelden. Ze werken samen met bedrijven om een bepaald product zo goed mogelijk in beeld te brengen.

Je denkt nu misschien dat alleen BV's of mensen die bekend zijn van tv interessant zijn voor bedrijven en merken. Maar dat lijkt alleen maar zo. Als een bedrijf snel een grote groep mensen wil bereiken, dan zijn celebs inderdaad een voor de hand liggende keuze. Maar er zijn zoveel andere dingen die een rol spelen. Een influencer met een heel specifieke niche kan voor een bepaald bedrijf bijvoorbeeld interessanter zijn, net omwille van de beperkte, maar heel doelgerichte achterban.

Ik ben vooral bekend door tv en heb daardoor volgers gekregen op mijn social media. Ik ben op dit moment heel actief op Instagram, maar de stempel influencer zou ik mezelf niet volledig geven. Ik vind het leuk dat mensen in mijn omgeving foto's van me maken, om die later een plekje te geven op Instagram. Ik maak alle foto's met mijn iPhone, om meteen mijn favoriete momenten vast te leggen en te posten. Zelf volg ik een twintigtal mensen en bekijk ik nieuws- en modesites om op de hoogte te blijven van wat er leeft in de wereld.

Weet je: Instagram is een deeltje van mijn leven. Een computerspelletje. Spelen wanneer je er zin in hebt. Online zijn wanneer het past.

Astrid Coppens

Om je een idee te geven van hoe het bij mij ging: op het moment dat ik via Instagram gecontacteerd werd door de makers van *Pink Ambition*, de reeks op Vijf waarin we met vijf dames onze 'roze wereld' mochten voorstellen, had ik zo'n 60.000 volgers. Via tv hebben nog heel wat nieuwe mensen me leren kennen. Mensen die me tot op de dag van vandaag volgen. Een fijne boost dus!

Vandaag blog ik nog steeds met hart en ziel en stop ik heel veel energie in Instagram. Door *Pink Ambition* rolde ik ook een beetje de BV-wereld binnen. Welk labeltje er dan bij mij past? Goh, blogger, influencer en BV – met een passie voor alles wat creatief en digitaal is? En net die combinatie maakt dat ik mezelf het liefst van al een digital creator noem. Dat creatieve sijpelt door in al mijn online kanalen, binnen alle topics die aan bod komen. Hieronder een greep uit mijn personal favourites. Eens je die categorieën aanvoelt, in de vingers hebt, of gewoon de thema's die ervoor zorgen dat je vlot kunt schrijven bij jezelf ontdekt hebt, kun je aan de slag. Niet alleen op een blog, maar ook op je social media kunnen deze thema's naar boven komen. En dan: show time! Dan kun je beginnen met content creëren, op jouw eigen manier.

Mode = persoonlijk

Het modegedeelte van mijn blog wou ik altijd heel persoonlijk houden. Het was trouwens ook maf om mijn eigen stijl te ontdekken aan de hand van mijn teksten. Dat taal en schrijven kunnen helpen om je zelfbeeld te ontwikkelen was al snel duidelijk voor mij. Ik hou ervan om dingen neer te schrijven waar het hart (of het hoofd natuurlijk) van vol is. Door *Pink Ambition* werd vooral mode een topitem op mijn blog, maar ook daarbuiten. Vier van ons lanceerden dat jaar een eigen modecollectie. Dat was geweldig: dankzij het programma kregen we de kans om onze passies om te zetten in een modelijn.

Ondertussen hangt mijn vijfde collectie in de rekken van Zeb. Zeb is een van de bedrijven waar ik het nauwst mee samenwerk om creatieve marketingcampagnes neer te zetten. De collectie kreeg de naam *Little Fortune*. Waarom? Dat vertel ik je later nog. Zeb is voor mij een sterke speler zowel qua online als offline marketing. Ze hebben me de afgelopen seizoenen gekneed en gesteund, maar vooral ook vertrouwen gegeven – iets wat ik belangrijk vind als ik samenwerk met merken. Zonder wederzijds vertrouwen kunnen de posts niet spontaan blijven. En dat gevoel heb ik wel met Zeb. We zijn een team.

