

Everybody Writes Your Go To Guide To Creating Ridiculously Good Content

Snel kunnen inspelen op veranderingen – dat is wat veel organisaties graag willen. De harde realiteit is dat veel bedrijven daar te bureaucratisch voor zijn. Brian Robertson ontwikkelde een methode die een organisatie wendbaarder en slagvaardiger maakt: holacracy. Holacracy legt de verantwoordelijkheid en beslissingsbevoegdheid daar waar ze horen: op de werkvloer. Deze aanpak is uitermate actiegericht en problemen worden snel en transparant opgelost. Niet de hiërarchie, maar de rollen zijn leidend. Holacracy verbetert de flow en geeft werknemers een gevoel van empowerment en betrokkenheid. Innovatieve ideeën of oplossingen verzanden daardoor niet langer in kantoorpolitiek of bureaucratisch gesteggel. Brian Robertson vertelt in dit boek over organisaties die al succesvol met holacracy werken, zoals Zappos, en geeft een helder stappenplan om met deze revolutionaire manier van werken te beginnen.

Gebaseerd op haar eigen familiegeschiedenis vertelt McDaniel een adembenemend verhaal over de kracht van verbeelding in moeilijke tijden. Geboren in een badkuip in 1954 als zesde kind van een Cherokee vader en een blanke moeder, zal Betty Carpenter een wereld van armoede en geweld leren kennen. Een van haar zussen gelooft dat er een vloek op de familie rust, maar Betty's nieuwsgierigheid, haar grote liefde voor haar zussen en haar vaders verhalen voeden haar veerkracht en verbeelding. Zo ontdekt ze hoe ze kan ontsnappen aan het harde leven: door te schrijven. Ze begraaft de verhalen heel diep, omdat ze die aan niemand kan vertellen. Tot nu.

Hoe kunnen wij de mensen in onze samenleving ertoe brengen om de juiste keuzes te maken, keuzes waardoor ze gezonder en gelukkiger worden en waardoor ze over meer welvaart en vrijheid beschikken? We kunnen mensen met zachte hand – met een nudge – naar betere keuzes leiden, zonder hen te beperken in hun keuzevrijheid. Bijvoorbeeld door in schoolkantines gezonde voeding op ooghoogte te zetten, of door meer betrokkenheid bij pensioenen te creëren door sommige spaarplannen opt-out te maken in plaats van opt-in. Sinds de publicatie van Nudge in 2008 heeft het boek veel teweeggebracht. Thaler en Sunstein zijn adviseurs geworden van de regering van Barack Obama. David Cameron heeft het boek required reading gemaakt voor al zijn partijgenoten. Dit boek toont op baanbrekende wijze hoe kleine beleidswijzigingen grote impact kunnen hebben.

Er is meestal maar een klein zetje nodig om de bal aan het rollen te krijgen. Wie het beslissende moment herkent, heeft een recept voor succes in handen. Hoe wordt een onbekende debutant een bestsellerauteur? Waarom is een televisieprogramma als Sesamstraat zo goed om kinderen te leren lezen? Malcolm Gladwell onderzoekt waarom grote veranderingen vaak zo plotseling beginnen. Ideeën, gedrag, meningen en producten verspreiden zich als ziektes. Zoals één zieke een griep epidemie kan starten, zo kan één graffitimaker de criminaliteit doen toenemen of één tevreden klant de lege tafels in een restaurant vullen. Het beslissende moment leest als een avonturenverhaal vol aanstekelijk enthousiasme over de macht van nieuwe ideeën. Het is een kaart voor verandering, met een hoopvolle boodschap: één creatieve persoon kan de wereld veranderen.

Begin 1999 verliet ik Amsterdam voor een reis door Europa die een vol jaar zou duren. Het was een soort laatste inspectie: hoe lag het continent erbij, aan het eind van de twintigste eeuw? Maar het was ook een historische reis: ik volgde letterlijk de sporen van de geschiedenis, door de eeuw en door het continent, beginnend in januari, bij de resten van de Parijse Wereldtentoonstelling en het bruisende Wenen, eindigend in december, bij de ruïnes van Sarajevo. Dat hele jaar reisde ik zo met de eeuw mee, in een krakeling van routes, langs Londen, Volgograd en Madrid, langs de bunkers van Berlijn, de geparfumeerde kleerkasten van Elena Ceaușescu in Boekarest en de speelgoedauto's in een verlaten creche in Tsjernobyl. En ik praatte met de getuigen: met schrijvers en politici, met verzetsmensen en hoge officieren, met een boer in de Pyreneeën en met de kleinzoon van de Duitse keizer, tientallen Europeanen die hun verhaal vertelden. Dit reisverslag gaat over het verleden, en wat het verleden met ons doet. Het gaat over verscheurdheid en onwetendheid, over historie en angst, over armoede en hoop, over alles wat ons nieuwe Europa scheidt en bindt. Geert Mak (1946) is journalist en schrijver. Hij schreef onder meer Een kleine geschiedenis van Amsterdam, Hoe God verdween uit Jorwerd en De eeuw van mijn vader.

If you have a website, you are a publisher. If you are on social media, you are in marketing. And that means that we are all relying on our words to carry our marketing messages. We are all writers. Everybody Writes is your go-to guide to attracting and retaining customers through stellar online communication, because in our content-driven world, every one of us is a writer. In Everybody Writes, top marketing veteran Ann Handley gives expert guidance and insight into the process and strategy of content creation, production, and publishing with practical how-to advice designed to get results. This new edition will feature updated examples and stories, as well as a new chapter on newsletters.

International Academic Conference on Teaching, Learning and E-learning in Budapest, Hungary 2016 (IAC-TLEI 2016), Friday - Saturday, July 8 - 9, 2016

Content marketing is any marketing that involves the creation and sharing of media and publishing content in order to acquire and retain customers. This information can be presented in a variety of formats, including news, video, white papers, e-books, infographics, case studies, how-to guides, question and answer articles, photos, etc. Content Marketing has been defined in multiple ways. The meaning of the term depends a lot on the purpose and context. One of the most used definition is "the technique of creating and distributing relevant and valuable content to attract, acquire and engage a clearly defined target audience in order to drive profitable customer action" Content marketing creates interest in a product through educational, entertaining or informative material. Successful content marketing relies on providing "consistent, high-quality content that solves people's problems." Table of Contents: Preface 7 1 Introduction to Content Marketing 8 1.1 Old vs. New Rules of Marketing 9 1.2 Defining Content Marketing 10 1.3 Who Uses and Publishes Content 11 1.4 Where Content Marketing Is 12 1.5 The Benefits of Content Marketing 14 2 Content Marketing Strategy Development - How to Prepare and What to Use 15 2.1 What Does Content Do? 15 2.2 Preparing for a Content Marketing Strategy 16 2.3 Media Tools Available 18 2.4 Forms Used in Media Tools 20 2.5 A Final Word on Content 23 Content Marketing Search Engine Optimization in Content Marketing 24 3.1 Basics of SEO 24 3.2 What are Keywords? 25 3.3 Determining Keywords 26 3.4 Placing Keywords 28 4 Website and Profiles 31 4.1 Your Website 32 4.2 Social Media Profiles 33 4.3 Blogs 35 4.4 Email Content 36 5. External Sites 37 5.1 Benefits of Content Beyond the Organization 37 5.2 Common External Sites and Media Tools to Use 38 5.3 Article Directories 39 5.4 Open Source Content Sites 41 5.5 How-To Sites 42 5.6 Guest Posting (On Blogs, Newsletters, etc.) 45 5.7 Affiliate Programs 46 Content Marketing User-Generated Content 47 6.1 Where is User-Generated Content? 48 6.2 Creating a Space for User-Generated Content 48 6.3 Customer Reviews 49 6.4 Handling Negative User-Generated Content 49 6.5 The Pros and Cons of User-Generated Content 49 Resources 51 Executive

This book is for graduate students--and others--who want to become more productive writers. It's especially written for those who want to: • increase their motivation, focus, and persistence to move a project to completion • overcome procrastination and perfectionistic tendencies • reduce (or write in spite of) their anxiety and fear of writing • manage their time, work, energy (and advisor) for greater productivity The process or craft of sustained writing is not a matter that's taught to undergraduate or graduate students as part of their studies, leaving most at sea about how to start a practice that is central to a career in academe and vital in many other professional occupations. This book grew out of conversations Jan Allen has held with her graduate students for over 30 years and reflects the fruit of the writing workshops and boot camps she has conducted at three universities, her own and numerous colleagues' experiences with writing and advising, as well as the feedback she receives from her popular Productive Writer listserv. While Jan Allen recognizes that writing is not an innate talent for most of us, she demonstrates that it is a process based on skills which we can identify, learn, practice and refine. She focuses both on the process and habits of writing as well as on helping you uncover what kind of writer are you, and reflect on your challenges and successes. With a light

touch and an engaging sense of humor, she proposes strategies to overcome procrastination and distractions, and build a writing practice to enable you to become a more productive and prolific writer. Jan Allen proposes that you read one of her succinct chapters – each devoted to a specific strategy or writing challenge – each day, or once a week. When you find one that increases your concentration, motivation or endurance, make it a habit. Try it for two weeks, charting the resulting increased productivity. It will become part of your repertoire of writing and productivity tools to which you can progressively add.

In de zomer van 1967, wanneer de hippiecultuur haar hoogtepunt bereikt, ontmoeten Patti Smith en Robert Mapplethorpe elkaar in Brooklyn. Het is het begin van een intense liefdesverhouding en een levenslange vriendschap. Gedreven door ambitie en een passie voor kunst gaan ze op zoek naar erkenning en beroemdheid. Smith breekt door als zangeres en Mapplethorpe wordt een zeer succesvolle fotograaf.

Uiteindelijk vinden ze hun weg naar het beroemde Chelsea Hotel, waar de crème de la crème van de artistieke wereld resideert. Patti Smith is auteur, rockzangeres en beeldend kunstenaar. In 1975 brak Smith door met haar revolutionaire combinatie van poëzie en rock. Haar eerste album *Horses*, met op de cover de beroemde foto van Robert Mapplethorpe, behoort tot de top-100-albums aller tijden. Ze werkte samen met grote artiesten als Bruce Springsteen, U2 en R.E.M.

Aan de hand van tien praktische en verrassende inzichten zet *Steal like an artist* je op weg naar meer creativiteit. Met als belangrijkste tip: beter slim gejat dan slecht bedacht. Want Picasso wist het al: 'Kunst is diefstal.' Ideeën die zomaar uit het niets komen, zijn meestal niet de beste - als ze al bestaan. Laat je dus volop inspireren door het werk van anderen, steel goede ideeën en zet ze naar je hand. Volg je interesses, waar ze je ook naartoe leiden. Vroeg of laat wordt die hobby misschien wel je levenswerk. Vergeet het cliché dat je moet schrijven over wat je al weet. Schrijf in de plaats daarvan het boek dat je wilt lezen, maak de film die je wilt zien. En bovenal: wees steeds vriendelijk, blijf uit de schulden en durf af en toe saai te zijn. Want alleen dan zul je voor jezelf ruimte creëren om grenzen te verleggen. Beter slim gejat dan slecht bedacht. Je kunt al beginnen vóórdat je weet wie je bent. Schrijf het boek dat je zelf wilt lezen. Gebruik je handen. Nevenprojecten en hobby's zijn belangrijk. Maak goed werk en deel het met anderen. Grenzen bestaan niet meer. Wees vriendelijk (we leven in een kleine wereld). Wees saai (alleen zo raakt je werk af). Creativiteit is schrappen.

ADELE: 'Dit boek zal je brein door elkaar schudden en je ziel laten schreeuwen. Lees dit boek.' / 'Ongetemd leven' van Glennon Doyle is al tijden een NEW YORK TIMES BESTSELLER. Bestsellerauteur Glennon Doyle laat in 'Ongetemd leven' zien hoe vrouwen volledig en krachtig zichzelf kunnen zijn en daarmee meer geluk in het leven kunnen ervaren. Van jongs af aan hebben vrouwen geleerd te leven naar de verwachtingen van de buitenwereld, en Doyle pleit er in dit boek voor dat we die verwachtingen nu loslaten en ontdekken wie we echt willen zijn. Door haar eigen verhaal met de lezer te delen geeft de auteur ons allemaal de kracht om gehoor te geven aan de innerlijke stem die wij te lang hebben genegeerd. Alleen door echt jezelf te zijn, kun je werkelijk gelukkig zijn en je mooiste leven leiden. Ontdek wie jij was, voordat de wereld jou vertelde wie je moest zijn. Zou het niet fantastisch voelen om volledig en krachtig jezelf te zijn? 'Ongetemd leven' is eerlijk, kwetsbaar en compassievol en Glennon Doyle inspireert als nooit tevoren. Daarnaast is dit een heerlijk meeslepend verhaal over liefde, vertrouwen en overwinning. 'Als je er klaar voor bent, dan zal dit boek je brein door elkaar schudden en je ziel laten schreeuwen. Ik ben zo klaar voor mezelf na het lezen van dit boek. Alsof ik voor de eerste keer ooit in mijn lichaam zit. Wow. Iedereen die het vermogen heeft om echt los te laten en om je aan je eigen verlangens voor een dierbaar leven over te geven – doe het. Lees het. Beleef het. Oefen het.' - ADELE 'Ongetemd leven zal vrouwen bevrijden – emotioneel, spiritueel en fysiek. Het is fenomenaal.' - Elizabeth Gilbert 'Moedigt vrouwen aan de gevestigde orde af te wijzen en hun intuïtie te volgen.' - Publishers Weekly Glennon Doyle is de auteur van de bestsellers 'Carry on en leef' en 'Carry on, heb lief'. Ze is activiste, spreker en influencer en woont in Florida met haar vrouw en drie kinderen.

Persoonlijk succes wordt niet alleen bepaald door opleiding en werkervaring, maar vooral door het momentum. Hoe grijp je dat? Ondernemer en journalist Shane Snow onderzoekt in dit boek de carrières van mensen en bedrijven die ongelooflijke dingen in onwaarschijnlijk korte tijd doen. Hoe gaan sommige start-ups in no time van niks naar miljoenen omzetten? Hoe konden Alexander de Grote, YouTube-sensatie Michelle Phan en Tonight Show-presentator Jimmy Fallon naar de top klimmen in minder tijd dan het de meesten van ons kost om promotie te maken? Wat hebben snelgroeiende bedrijven en mensen die out of the blue succesvol zijn gemeen? Hun geheim: ze opereren als computerhackers. Ze bezitten het vermogen om gebaande paden om te denken en nieuwe regels te introduceren. *Smartcuts* is een verhalend avontuur dat laat zien hoe nieuwe iconen en innovators het onmogelijke mogelijk maken door slimmer te werken.

Brian Kurtz is the bridge connecting the bedrock fundamentals of direct response marketing to the state-of-the-art strategies, tactics, and channels of today. Overdeliver distills his expertise from working in the trenches over almost four decades to help readers build a business that maximizes both revenue and relationships. Marketing isn't everything, according to Brian Kurtz. It's the only thing. If you have a vision or a mission in life, why not share it with millions instead of dozens? And while you are sharing it with as many people as possible and creating maximum impact, why not measure everything and make all of your marketing accountable? That's what this book is all about. In the world of direct marketing, Brian Kurtz has seen it all and done it all over almost four decades. And he lives by the philosophy, "Those who did it have a responsibility to teach it." Here's a small sample of what you'll learn: • The 4 Pillars of Being Extraordinary • The 5 Principles of why "Original Source" matters • The 7 Characteristics that are present in every world class copywriter • Multiple ways to track the metrics that matter in every campaign and every medium, online and offline • Why customer service and fulfillment are marketing functions • That the most important capital you own has nothing to do with money • And much more. Whether you're new to marketing or a seasoned pro, this book gives you a crystal-clear road map to grow your business, make more money, maximize your impact in your market, and love what you're doing while you're doing it. Kurtz takes you inside the craft to help you use all the tools at your disposal--from the intricate relationship between lists, offers, and copy, to continuity and creating lifetime value, to the critical importance of multichannel marketing and more--so you can succeed wildly, exceed all your expectations, and overdeliver every time.

The written word is our primary tool for communication – with colleagues, administrators, stakeholders, and users. Poor use of words can lead to misunderstandings and inefficiencies. Writing effectively will help you be a stronger colleague, manager, and librarian. In this book, you will learn how to: Define your audience and your primary messages. Simplify your writing so that it is succinct and understandable. Structure your written content so that it is most usable and accessible to your audience. Approach different forms of writing in a way that is most effective to getting your message across. Establish a voice and tone that reflects the identity of your organization and yourself as a professional. The book covers writing for both print and Web-based publications and is aimed at all types of libraries.

De aarde draait binnen een enorm elektromagnetisch veld. Vanuit het universum bereikt steeds meer energie onze aarde en als gevolg daarvan neemt de trillingsfrequentie van deze wereld en zijn inwoners in rap tempo toe. Daarbij hoort een nieuwe vorm van waarnemen die vooral gebaseerd is op intuïtie. Deze gaat hand in hand met hogere waarden, zoals eenheid, mededogen en vreugde. In 'De kracht van waarneming' biedt Penney Peirce, auteur van het succesvolle boek 'Verhoog je trillingsfrequentie', een uitgebreide gids ons laat zien hoe wij ons dit nieuwe waarnemen eigen kunnen maken en hoe we hooggevoeligheid en empathisch vermogen kunnen inzetten om nieuwe doelen te bereiken. Een wereld met ongekende mogelijkheden ligt binnen handbereik.

Scott analyses how the internet has revolutionised communications and promotions. Told with many compelling case studies and real-world examples, this is a practical guide to the new reality of PR and marketing.

Helder, kort, rustig, vriendelijk en oprecht. Dat zijn de belangrijkste kenmerken van compassievolle communicatie, een nieuwe methode om beter te leren communiceren met collega's, bazen, klanten, kinderen, geliefden etc. De auteurs ontwikkelden twaalf communicatietechnieken waarmee je vertrouwen kunt winnen, conflicten kunt oplossen en meer intimiteit kunt creëren. Regelmatig toepassen van die technieken

verbetert het functioneren van het brein aanzienlijk.

Wanneer je mensen herinnert aan de tien geboden, zijn ze minder snel geneigd te liegen, ook als het atheïsten zijn. Een aspirientje van een duur merk helpt beter tegen hoofdpijn dan een goedkoop eigen merk, zelfs al zijn de pilletjes identiek. Als we érgens op kunnen rekenen, dan is het wel op de irrationaliteit van menselijk gedrag. En dus maakt het niet uit hoeveel voorlichting een overheid geeft over de gevaren van onbeschermd seks: zodra de opwindings toeslaat, wordt het gezonde verstand overboord gekieperd, zoals Ariely met een amusant experiment laat zien. Waarom we altijd tijd te kort komen toont met verrassende voorbeelden en onderzoeken aan hoe slecht we in staat zijn de juiste beslissingen te nemen en hoe we met dat besef ons voordeel kunnen doen. Net als Malcolm Gladwell slaagt Ariely erin om de nieuwste inzichten over menselijk gedrag voor iedereen bruikbaar te maken

The Content Marketing Handbook helps entrepreneurs, marketers, and small business owners understand the true role of content within integrated multichannel marketing campaigns, avoid wasting time and money by giving away content with no ROI, and instead skillfully create content that builds trust, stimulate interest, and ultimately get more orders for what they are selling. Readers will learn how to: Create A-level content that gets noticed, gets read, and eliminates "content pollution" Overcome the biggest weakness of content marketing Double marketing response rates by adding lead magnets, bonus reports, and other free content offers Use content to build brands, enhance reputations, and stand out from the competition Plan, execute and measure content marketing in a multichannel environment Know when to stop giving away content and start asking for the orders

Winner of five national-level awards: 2020 eLit Book Awards – Gold Medal: Education/Academic/Teaching 2018 eLit Book Awards – Bronze Medal: Business/Careers/Sales 2017 Next Generation Indie Book Awards – Finalist: Careers 2017 Best Book Award – Finalist: Careers 2017 Reader's Favorite Award – Honorable Mention: Occupation What readers say: • Your Write to Influence! training ... led to increased professional advancement opportunities for countless numbers of service members. -- Lt. Gen. Dana T. Atkins, USAF (Ret), President and CEO, Military Officers of America Association (MOAA) • Bass's "'Write to Influence!'" is an invaluable resource ... The process of drafting effective professional writing projects and then honing them to perfection has rarely been so inviting or presented with such clarity and enthusiasm. -- Booklife Prize • Write to Influence! is a gem! Anyone interested in powerful, super-charged writing will appreciate this clear discussion of how to produce attention-grabbing pieces -- D. Donovan, Senior Reviewer, Midwest Book Review • This book should be in every professional's library. I heartily recommend Write to Influence! -- Baba Zipkin, Former Senior Counsel, IBM • Write to Influence! will be my go-to-guide for many years to come. It is now a must-read reference for all my employees. -- Rick Mix, President and CEO, Cleared Solutions Inc. • This helped me pass my college classes! Write to Influence! is an amazing source if you want to improve your writing to earn higher grades! 10/10 recommend! -- Emily, Amazon Reviewer Powerful writing changes lives! It's also the lifeblood of successful organizations. It correlates directly to success -- personal and professional -- and often tips the balance between success and failure. With this book, make every second of the reader's time play to your advantage. Chose "Write to Influence!" when persuasive writing is paramount to your goals. Learn to: • Write to win with products – clear, concise, and compelling • Extend your influence -- persuade others to support your cause • Generate powerful resumes and input to performance reviews • Compete well for contracts, grants, etc. • Defend budgets and justify additional resources • Compose polished, succinct, and effective email • Nail the essay for college applications The second edition includes 70 new pages, incorporating material from Carla's highly acclaimed workshops given to government agencies, corporations, private businesses, NGOs, and academia. From powerful writing to banish bureaucratic blather to composing resumes, input for performance reviews, presentations, elevator speeches, grant submissions, and essays for college applications ... this book covers it all.

'If you act powerfully, you will begin to think powerfully'. Of je nu in gesprek gaat met twee personen of een presentatie moet houden voor een volle zaal: we komen iedere dag sociale uitdagingen tegen die we aan moeten gaan om vooruit te komen, zowel privé als zakelijk. In Presence gaat Amy Cuddy in op de wetenschappelijke inzichten achter vele fascinerende verbindingen tussen lichaam en geest. Ze geeft tips hoe we deze wetenschap kunnen gebruiken om op moeilijke momenten of in stresssituaties zelfverzekerder en krachtiger te kunnen optreden. Amy Cuddy liep op 19-jarige leeftijd ernstig hoofdletsel op. Medici betwijfelden of ze ooit haar mentale capaciteit terug zou krijgen en haar opleiding af zou kunnen maken. Inmiddels is zij sociaal psycholoog, professor en onderzoeker op Harvard Business School. Zij imponeerde kijkers over de hele wereld met een van de meest bekeken TEDtalks (meer dan 27 miljoen views sinds 2012) over 'power poses'.

Meer dan een miljoen Nederlanders heeft de wens om een boek te schrijven. Maar hoe begin je hiermee? In 'Schrijven vanuit je hart' krijg je tips en oefeningen om je droom waar te maken. Zelf een boek schrijven is de droom van meer dan een miljoen Nederlanders. Met de tips en oefeningen van Nathalie Goldberg was zelf een boek schrijven nog nooit zo makkelijk. 'Schrijven vanuit je hart' is een gepassioneerde oproep om je diepste gedachten onder woorden te brengen. Het boek is opgebouwd uit 64 hoofdstukken van drie pagina's, waarin een advies wordt uitgewerkt. Het zijn zonder uitzondering inspirerende teksten die tot de verbeelding spreken en de lezer stimuleren om te schrijven vanuit zijn hart.

Small business owners are struggling to stand out in authority-driven fields. They're losing deals to the competition, getting ignored by the media, and missing out on partnerships that could change the trajectory of their business. Increasingly, entrepreneurs realize that authorship can help by building authority, generating quality leads, and providing IP that lets them efficiently scale their business. But most aren't confident in their ability to become an author...until now. In Entrepreneur to Author, you'll learn: The secret to a book strategy that's in lock-step with your business strategy How to efficiently plan, write, test, and refine a high-quality manuscript so you can tend to your business, family, and personal priorities The ins and outs of getting your book published, including publishing models, costs, book formats, and distribution channels The foundational strategy for building authority and the three monetization strategies you can use to grow your business with your book Using analytical, business-minded concepts, you'll gain confidence in your ability to become an outstanding first-time author, and in your book's ability to build your authority and grow your business in a way that scales up without burning you out. If you're an ambitious entrepreneur, business leader, or subject-matter expert whose business success depends on your personal authority and professional credibility, then Entrepreneur to Author is your strategy guide to building authority and growing your business through writing and publishing.

Waarom zijn broodjeaapverhalen zo hardnekkig en vergeten we alledaagse waarheden zo gemakkelijk? Hoe maakt een krant een kop die ervoor zorgt dat we door willen lezen? En waarom onthouden we complexe verhalen wel, maar complexe feiten niet? Waarom floreren sommige ideeën van meet af aan, terwijl andere razendsnel ter ziele gaan? En hoe verbeter je de kansen van waardevolle ideeën? In De plakfactor leggen Chip en Dan Heath uit hoe je de kleefkracht van ideeën kunt versterken. Deze onmisbare gids laat zien dat 'sticky' ideeën hun kracht ontleenen aan zes belangrijke eigenschappen, die ook jij kunt leren beheersen. Dit boek gaat over een van de belangrijkste aspecten van menselijk gedrag en zal de manier waarop je ideeën overbrengt ingrijpend veranderen. De plakfactor is provocerend, onthullend en vaak verrassend grappig. Het onthult de cruciale principes van succesvolle ideeën en de strategieën om je eigen boodschap meer kleefkracht te geven.

Madeline Miller heeft op bewonderingswaardige wijze de klassieker Ilias opnieuw vormgegeven in een eigentijdse, spannende roman waarvoor ze de Orange Prize 2012 heeft gekregen. Patroclus is een jonge prins, verbannen naar het koninkrijk van Phthia om daar op te groeien met godenzoon Achilles. Achilles is sterk, mooi, een gouden kind: alles wat Patroclus niet is. Maar ondanks

hun verschillen raken de jongens innig bevriend, en hun band wordt sterker naarmate ze ouder worden. Dit tot verdriet en woede van Achilles' moeder Thetis, een wrede zeegodin die een hekel heeft aan stervelingen. Als duidelijk wordt dat Helena van Sparta is ontvoerd en alle Griekse mannen verplicht zijn om haar eer te wreken en Troje te belegeren, sluit Achilles zich aan bij het leger, verblind door de belofte van roem. Patroclus, verscheurd door liefde voor en angst om zijn vriend, gaat met hem mee. Zij weten niet dat het lot hen tot het uiterste zal testen en hun zal vragen om een verschrikkelijk offer.

Wim Hof vertelt op aangrijpende en gepassioneerde wijze in zijn nieuwe boek 'De Wim Hof Methode' dat een ijsbad niet alleen goed is voor body en mind, maar óók voor de spirit. In het nieuwe allesomvattende boek 'De Wim Hof Methode' vertelt Wim Hof in eigen woorden zijn verhaal. Hij schrijft dat een ijsbad goed is voor mind en body, maar óók voor de spirit. Wim Hof is bekend geworden met baden of douchen met ijskoud water. Wim Hof, ook wel The Ice Man genoemd, vertelt in 'De Wim Hof Methode' op aangrijpende en gepassioneerde wijze hoe hij deze methode heeft ontwikkeld en over de verbluffende resultaten uit wetenschappelijk onderzoek naar zijn methode. In 'De Wim Hof Methode' leer je hoe je kou, ademhaling en mindset kunt benutten om leiding te nemen over je geest en stofwisseling. Maar de methode van Wim gaat verder dan verbeterde gezondheid of prestaties – het is ook een spiritueel pad om je te verbinden met je innerlijke kracht.

Ik heet August, en ik ga niet beschrijven hoe ik eruitzie. Wat je ook denkt, ik weet bijna zeker dat het erger is. Auggie Pullman is geboren met een gezichtsafwijking, en ook na veel operaties ziet hij er nog heel ongewoon uit. Hij doet zijn best niet op te vallen, maar mensen schrikken als ze hem zien, en ze staren of kijken weg. Als hij tien is gaat hij voor het eerst naar een gewone school. Auggie is bang dat hij niet geaccepteerd zal worden, en hij krijgt gelijk. Zijn klasgenoten negeren hem en sommigen beginnen hem te pesten. Maar er is één meisje dat zich niet door Auggies uiterlijk laat afschrikken... Wonder is het eerste boek van R.J. Palacio en het is meteen een enorm succes. In Amerika was Wonder hét boek van het jaar en begonnen lezers campagnes tegen pesten. Het boek verschijnt in meer dan vijftig landen. Wonder heeft de kracht om het hart te raken en gedachten te veranderen. The Guardian Een prachtig en grappig verhaal dat je soms ook tot tranen roert. The Wall Street Journal Een zeldzaam pareltje, prachtig geschreven en met personages die zich nestelen in je geheugen en in je hart. Amazon.com

Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content. In today's world, we spend a lot of our time online. As a result, we communicate through pictures, memes, gifs, and more. Who needs writing anymore, right? Well, with all this content creation, writing matters more now than ever before. Whether you are simply sharing pictures on social media or maintaining an entire website for your company, you are a writer. Today, online words now act as our currency, they tell our customers who we are, and they carry our marketing messages. This means you need to choose your words well and begin placing value on an often-overlooked skill in content marketing: how to write! In Everybody Writes, top marketing guru Ann Handley provides insight and guidance into the process and strategy of content creation, production, and publishing. The lessons and rules apply to all areas online, including web pages, landing pages, blogs, email, and even Facebook, Twitter, LinkedIn, and other social media. As you read, you'll learn why your first draft should be "ugly," why less is more, and how to write a successful landing page. Do you want more free book summaries like this? Download our app for free at <https://www.QuickRead.com/App> and get access to hundreds of free book and audiobook summaries.

Wat we kunnen leren van het snelst groeiende bedrijf ooit - Google is het bekendste merk ter wereld en dus bekender dan Coca-Cola - Google is het snelst groeiende bedrijf ter wereld - Google is marktleider op de online advertentiemarkt Hoe doen ze dat? Geen enkel ander bedrijf, geen enkele overheidsinstelling of stichting is erin geslaagd om net als Google optimaal te profiteren van de mogelijkheden van het internet. En dus is het verstandig je bij (internet)beslissingen af te vragen: WAT ZOU GOOGLE DOEN? Jeff Jarvis heeft een van de populairste blogs over media en nieuws: buzzmachine.com. In WZGD? legt hij, in een scherp en geestig betoog, uit wat Google doet en hoe. Want op het internet gaat alles anders. De gebruikers maken er de dienst uit. Bedrijven moeten niet langer praten tegen hun klanten, maar juist naar ze luisteren. Ze moeten hun producten niet langer beschermen, maar juist openstellen. Google begrijpt dat. Jeff Jarvis laat zien hoe Google dat doet en hoe iedereen dit kan vertalen naar zijn eigen bedrijf. Zo toont hij aan wat 2.0 voor bedrijven kan betekenen en hoe internet niet alleen consumentenmacht mobiliseert, maar ook de maatschappelijke verhoudingen op hun kop zal zetten. Wie wil snappen hoe innovatie werkt in het internettijdperk, kan nog steeds veel, zo niet alles, leren van Google. Jarvis laat dat haarfijn zien. Henk Blanken, journalist en auteur van Mediamores Jeff Jarvis schrijft behalve op buzzmachine.com een mediarubriek voor de The Guardian. Hij doceert aan een school voor Journalistiek in New York. Het World Economic Forum in Davos plaatste hem in 2007 en 2008 op de lijst van honderd invloedrijkste mediadeskundigen ter wereld. Jarvis stond twee jaar lang in de Top Web Celeb 25 van Forbes. Starr Carters beste vriend Khalil wordt doodgeschoten door een politieagent. Khalil had geen wapen op zak maar was 'vermoedelijk' een drugsdealer. Verslagen door emoties probeert Starr zichzelf te herpakken in een samenleving vol ongelijkheid. De armoedige buurt waarin ze woont geeft een groot contrast met de school waar ze elke dag naartoe gaat. Overleven in deze twee werelden wordt steeds lastiger en de waarheid spreken krijgt een hoge prijs.

Public in Public History presents international research on the role of the public in public history: the ways people perceive, respond to and influence history-related institutions, events, services and products that deal with the past. The book addresses theoretical reflections on the public, or multiple publics, and their role in public history, and empirical analyses of the publics' active responses to and impact on existing forms of public history. Special attention is also paid to digital public history, which facilitates the double role of the public—as both recipient and creator of public history. With a multinational author team, the book is based on various national, but also international, experiences and academic traditions; each chapter goes beyond national cases to look transnationally. The narratives built around their cases deal with issues such as arranging a museum exhibition, managing a history-related website, analyzing readers' comments or involving non-professional public as oral history researchers. With sections focusing on research, commemorations, museums and the digital world, this is the perfect collection for anyone interested in what the public means in public history.

Een schitterend, genre-overstijgend verhaal voor de fans van Sarah J. Maas en Veronica Roth, maar ook van Audrey Niffenegger en Diana Gabaldon Schwabs Schemering-trilogie wordt verfilmd door de makers van Spiderman, The Fast and the Furious en John Wick Frankrijk, 1714. Als Adeline LaRue wordt uitgehuwelijkt, smeekt ze om meer tijd en een leven in vrijheid. Haar wens gaat in vervulling, maar tegen een vreselijke prijs. Addie zal eeuwig leven, en is gedoemd te worden vergeten door iedereen die ze ontmoet. Zelfs haar ouders vergeten hun dochter op slag en jagen haar hun huis uit. Ontheemd en alleen begint Addie aan een betoverend avontuur dat eeuwen en continenten omspannt. Van de achttiende-eeuwse salons van Parijs tot de straten van het moderne New York: Addie leert overal overleven. Maar terwijl haar tijdgenoten de geschiedenisboeken in gaan, blijft Addie

onopgemerkt bestaan. Dag na dag, jaar na jaar. Tot ze op een dag een boekhandel in stapt en iemand haar voor het eerst in driehonderd jaar herkent... In de pers 'Intelligent, grappig en sexy. Schwab is een nieuwe ster aan het fantasyfirmament.' The Independent 'Schwab schrijft boeiende fantasyverhalen die de lezer vanaf de eerste pagina grijpen en meeslepen in een magische wereld.' NBD Biblion 'Geweldig creatief en vindingrijk.' The Guardian 'Heeft alles om een klassieker te worden. Dit boek is goud waard.' Deborah Harkness, auteur van Allerzielen 'Wie vinden onze lezers de beste auteurs van het jaar? Lucinda Riley, Karin Slaughter en V.E. Schwab.' Chicklit.nl

Iedere ouder wil dat zijn kind gelukkig is, en dat het in een veilige omgeving opgroeit tot een gelukkige volwassene. Maar hoe doe je dat? In dit wijze, verstandige en verfrissende boek staat alles wat er in de opvoeding van een kind écht toe doet. Geen praktische tips over slapen, eten, goede manieren of huiswerk, maar helder advies over de essentie van het ouderschap. Op basis van haar rijke ervaring als therapeut, haar wetenschappelijke inzichten en haar persoonlijke ervaringen als ouder, behandelt Philippa Perry de grote vragen van de ouder-kindrelatie, van baby tot tienerjaren. Hoe ga je om met je eigen gevoelens en die van je kind? Hoe zien je gedragingen en patronen eruit? Hoe ga je om met je ouders, je partner, vrienden? Dit boek biedt een brede, verrassende kijk op een diepgaande en gezonde ouder-kindrelatie. Zonder oordelend te zijn, geeft Perry op een even directe als geestige manier inzicht in de invloed van je eigen opvoeding op je ouderschap. Het is een boek vol liefdevol advies over het maken van fouten en het onder ogen zien daarvan - waardoor het uiteindelijk goed zal komen. Philippa Perry is al twintig jaar psychotherapeut en schrijver. Ze is verbonden aan The School of Life. Daarnaast is ze tv- en radiopresentator en werkte ze mee aan vele documentaires. Ze woont in Londen met haar echtgenoot, de kunstenaar Grayson Perry, met wie ze een volwassen dochter heeft.

Inleidend studieboek over de theorie en praktijk van public relations.

Het bos waarin de negentienjarige Feyre woont is in de lange wintermaanden een koude, sombere plek. Haar overlevingskansen en die van haar familie berusten op haar vermogen om te jagen. Wanneer ze een hert ziet dat opgejaagd wordt door een wolf kan ze de verleiding niet weerstaan om te vechten voor de prooi. Maar om te winnen moet ze de wolf doden en daarop staat een prijs. Niet veel later verschijnt er een beestachtig wezen om vergelding op te eisen. Wanneer ze naar het gevreesde feeënrijk Prythian wordt geslept, ontdekt Feyre dat haar ontvoerder geen beest is, maar Tamlin – een van de dodelijkste, onsterfelijke magische wezens ooit gekend. Terwijl ze op zijn landgoed verblijft, veranderen haar ijzige vijandige gevoelens voor Tamlin in een vurige passie die elke leugen en waarschuwing over de mooie, gevaarlijke wereld van de Elfiden in rook doet opgaan. Maar een oude, kwaadaardige schaduw groeit over het land, en Feyre moet een manier vinden om het te stoppen of Tamlin en zijn wereld zullen voor eeuwig verdoemd zijn.

Finally a go-to guide to creating and publishing the kind of content that will make your business thrive. Everybody Writes is a go-to guide to attracting and retaining customers through stellar online communication, because in our content-driven world, every one of us is, in fact, a writer. If you have a web site, you are a publisher. If you are on social media, you are in marketing. And that means that we are all relying on our words to carry our marketing messages. We are all writers. Yeah, but who cares about writing anymore? In a time-challenged world dominated by short and snappy, by click-bait headlines and Twitter streams and Instagram feeds and gifs and video and Snapchat and YOLO and LOL and #tbt. . . does the idea of focusing on writing seem pedantic and ordinary? Actually, writing matters more now, not less. Our online words are our currency; they tell our customers who we are. Our writing can make us look smart or it can make us look stupid. It can make us seem fun, or warm, or competent, or trustworthy. But it can also make us seem humdrum or discombobulated or flat-out boring. That means you've got to choose words well, and write with economy and the style and honest empathy for your customers. And it means you put a new value on an often-overlooked skill in content marketing: How to write, and how to tell a true story really, really well. That's true whether you're writing a listicle or the words on a Slideshare deck or the words you're reading right here, right now... And so being able to communicate well in writing isn't just nice; it's necessity. And it's also the oft-overlooked cornerstone of nearly all our content marketing. In Everybody Writes, top marketing veteran Ann Handley gives expert guidance and insight into the process and strategy of content creation, production and publishing, with actionable how-to advice designed to get results. These lessons and rules apply across all of your online assets — like web pages, home page, landing pages, blogs, email, marketing offers, and on Facebook, Twitter, LinkedIn, and other social media. Ann deconstructs the strategy and delivers a practical approach to create ridiculously compelling and competent content. It's designed to be the go-to guide for anyone creating or publishing any kind of online content — whether you're a big brand or you're small and solo. Sections include: How to write better. (Or, for "adult-onset writers": How to hate writing less.) Easy grammar and usage rules tailored for business in a fun, memorable way. (Enough to keep you looking sharp, but not too much to overwhelm you.) Giving your audience the gift of your true story, told well. Empathy and humanity and inspiration are key here, so the book covers that, too. Best practices for creating credible, trustworthy content steeped in some time-honored rules of solid journalism. Because publishing content and talking directly to your customers is, at its heart, a privilege. "Things Marketers Write": The fundamentals of 17 specific kinds of content that marketers are often tasked with crafting. Content Tools: The sharpest tools you need to get the job done. Traditional marketing techniques are no longer enough. Everybody Writes is a field guide for the smartest businesses who know that great content is the key to thriving in this digital world.

Leni Zumás 'Rode klok' speelt zich af in een niet al te verre toekomst. Abortus is opnieuw illegaal verklaard in de Verenigde Staten, evenals ivf en adoptie door alleenstaande ouders. Vier vrouwen uit een klein vissersdorp in de staat Oregon laveren tussen deze nieuwe beperkingen op het vrouwenlichaam en moederschap. De alleenstaande lerares Ro probeert wanhopig zwanger te worden voordat ze te oud is. Susan, de gefrustreerde moeder van twee kleuters, zit vast in een uitzichtloos huwelijk dat haar carrière als advocate in de kiem heeft gesmoord. De vijftienjarige Mattie is ongewenst zwanger. De natuurgenezeres Gin kan ze allemaal helpen – totdat zij het slachtoffer dreigt te worden van een hedendaagse heksenjacht. 'Rode klok' is een angstaanjagend plausibele, meeslepende roman over vrouwen van vlees en bloed: The Handmaid's Tale voor het huidige moment.

The Influencer Code is the essential reference for any company looking to leverage the power of influencers to elevate their brand and grow their business. From Fortune 500s to local fitness studios, whether you offer financial services or sell donuts, reaching today's consumers is more complicated than ever. More and more, marketers are reaching out to people who style themselves "influencers": those people who have a big—and, more importantly—loyal audience ready to hear what they have to say about anything. Yet despite "influencer marketing" fast becoming one of the biggest buzz terms of the decade, it couldn't be more misunderstood. Written by an accomplished entrepreneur, professor, and award-winning YouTube star, The Influencer Code

breaks down the biggest myths that brands are getting wrong and shows you how to get it right by defining and showcasing what true influencer marketing is and how to leverage it to achieve your business goals in a simple yet powerful 3-step code. The Influencer Code simplifies the complex world of influencer marketing, covering how to research, evaluate, and employ the right influencers for their markets, as well as how to legally and strategically integrate them into marketing campaigns to achieve specific goals. The future of marketing depends on forming authentic partnerships between brands and influencers. The go-to resource for all things influencer marketing, The Influencer Code is your shortcut to making that future a reality.

Everybody Writes Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content John Wiley & Sons

[Copyright: 14ebdf5637db58fba3fba450869e1165](#)