

Personal Branding op LinkedIn: De Tess V Aanpak 2026

Hoe authentieke B2C-communitystrategieën de nieuwe standaard zetten voor B2B business groei.

Exclusief Playbook voor CMO's & Senior Marketeers



De Nieuwe Spelregels voor B2B Leiderschap



Het Einde van 'Corporate Push'

De traditionele eenrichtingsverkeer-content op LinkedIn werkt niet meer in 2026. Zenden zonder dialoog levert geen autoriteit meer op.



De B2C Inspiratie

Tess V bewees op TikTok hoe wendbaarheid, imperfectie en co-creatie leiden tot €7M omzet. Een tactiek die direct vertaalbaar is naar een B2B-publiek van **250K+ volgers**.



Jouw Playbook

Dit framework leert CMO's hoe ze hun LinkedIn-profiel transformeren van een statisch digitaal visitekaartje naar een actieve, community-gedreven **engagement-machine**.

De B2B Marketing Paradox van 2026

Volgens Social Spread (2026) verschuift marketing massaal naar AI en automatisering. Het gevolg? Een tsunami van gepolijste, perfecte, maar volstrekt inwisselbare zakelijke content.



In deze zee van perfectie claim je autoriteit juist door **menselijkheid**. Consumenten én B2B-beslissers zoeken naar personalisatie en herkenbaarheid. Connectie wint het altijd van een perfect afgewerkte corporate video.

De Blauwdruk: Het Tess V Fenomeen

De Oorsprong

15-jarige leeftijd

Oprichtster Tessa Verwoert startte haar webshop.

De Groei

€ 7 Miljoen

Een hyper-betrokken, TikTok-first community drijft de organische omzet.

De Fysieke Verankering

6 Brandstores

Fysieke expansie, waaronder de nieuwste in Eindhoven.

Waarom kijkt een B2B CMO naar een fashionmerk? Omdat Tess V zonder miljoenenbudgetten voor influencers, maar via extreme platform-first authenticiteit, de ultieme vorm van community-led growth heeft gerealiseerd.

Evolutie van het B2B LinkedIn Speelveld

	Oude B2B LinkedIn	De Tess V Aanpak 2026
Het Hoofddoel	Zenden van bedrijfsnieuws.	Faciliteren van discussies ('Merk dat niet dicteert, maar faciliteert' - Media Forta).
De Contentstijl	High-end, peperduur & zwaar gepolijst.	Authentiek, rauw, herkenbaar & wendbaar.
De Doelgroep	'Targets' en 'Prospects'.	'Mijn Netwerk' en 'Co-creators'.
De Uitvoering	Starre, kwartaal-gestuurde contentkalenders.	Snel experimenteren met hooks en actuele trends.

Het Strategisch Framework voor 2026

B2B BUSINESS GROWTH & AUTORITEIT

Pijler 1: Community-Gedreven Autoriteit

Klanten transformeren naar
actieve meebeslissers

Pijler 2: Platform-First Authenticiteit

Content creëren zonder
corporate masker

Pijler 3: Phygital Synergie

Brug tussen digitaal
engagement en offline
conversie

DE LINKEDIN BASIS

Pijler 1: Van Connecties naar Co-Creators

Core Concept (Tess V)

In een interview met JijEnWijOnline zegt de oprichtster: 'Samen maken we Tess V.' Haar achterban beslist actief mee over kleuren en stijlen. De community is het marktonderzoek.

B2B Vertaling

Stop met het pitchen van waterdichte theorieën of afgeronde producten op LinkedIn. Deel dilemma's, 'work in progress' en half-uitgewerkte concepten. Laat je netwerk (jouw zakelijke 'meiden') meebeslissen over jouw volgende strategische stap.

Insight: Volgens Media Forta (2026) willen doelgroepen meedoen, personaliseren en remixen. Geef ze die ruimte.



Pijler 2: De Kracht van Ongepolijste Content



Adformatie bevestigt dat het TikTok-succes draait om 'authentieke, herkenbare content en een constante focus op experimenteren'.

Een ongepolijste tekst-hook van een CMO bouwt meer vertrouwen op. Experimenteer wekelijks; snelheid wint van perfectie.

De Anatomie van een 'Tess V' B2B Post

Ik worstelde gisteren met een strategische beslissing voor Q3.

Het voelt alsof we vastzitten tussen efficiëntie (meer AI-automatisering) en menselijkheid (onze core waarden).

Ik neig ernaar om de automatisering te vertragen. Maar ik weet dat dit de marges onder druk zet.

Hoe lossen jullie dit op in jullie teams?
Vertragen of juist versnellen?

De Hook

Geen formele begroeting. Start direct met een prikkelend business-dilemma.

De Kwetsbaarheid

Schrap 'Wij zijn trots op...'. Gebruik een persoonlijke, menselijke tone of voice.

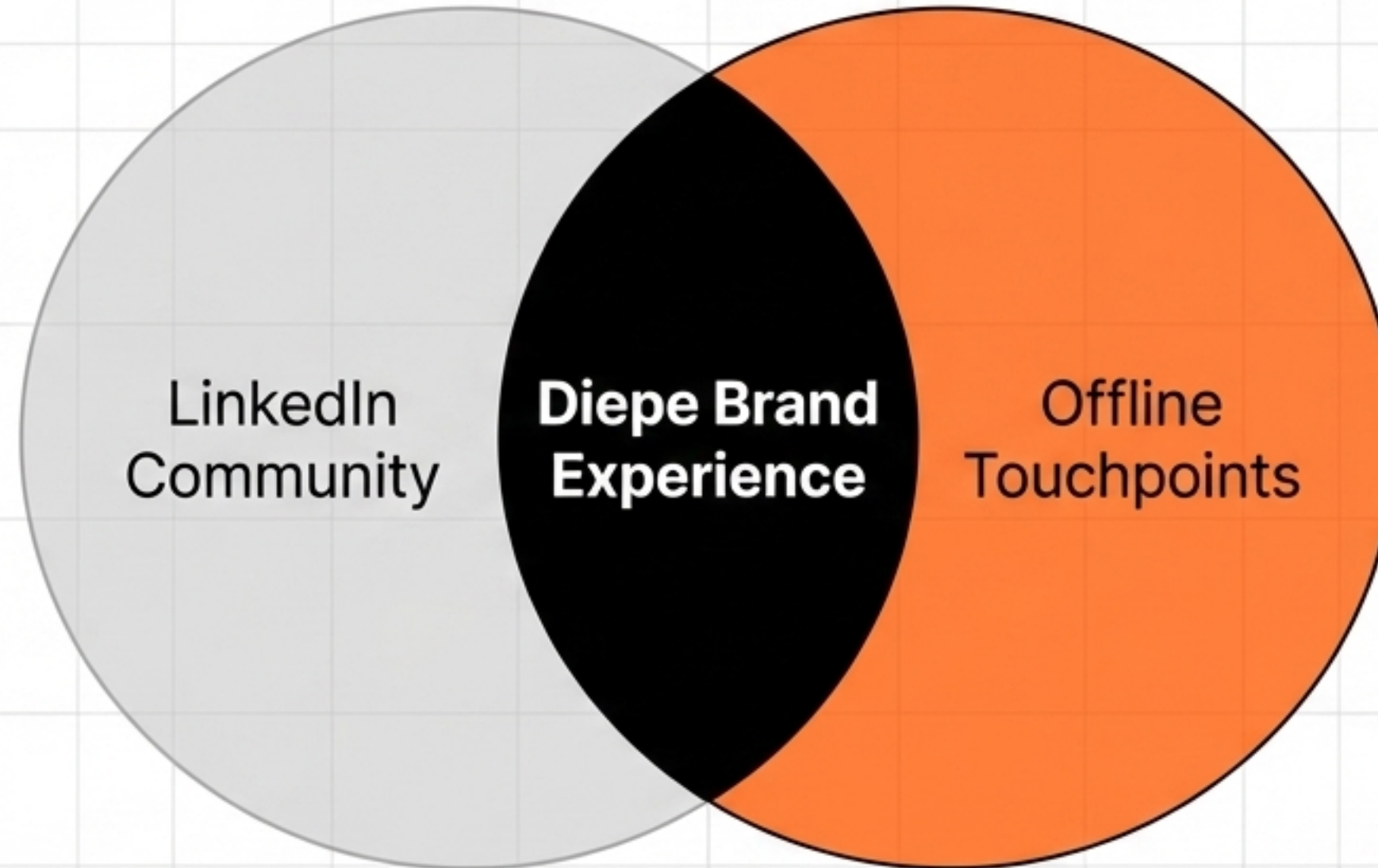
Het Experiment

Korte zinnen, veel witruimte. Snel geschreven zonder drie communicatieadviseurs.

De Facilitator

Eindig nooit met een gesloten statement. Vraag direct om expertise uit je netwerk.

Pijler 3: Digitaal en Fysiek Versterken Elkaar



De Tess V Les

Waarom opent een €7M webshop fysieke winkels (zoals in Eindhoven)? Niet puur voor omzet, maar als tastbare ontmoetingsplek voor een jonge, trendgevoelige community.

De B2B Tactiek

Online engagement is slechts de vonk; offline ontmoetingen zijn de brandstof. Gebruik LinkedIn om de meest betrokken volgers te identificeren en breng hen offline samen. De digitale relatie smeekt om fysieke verankering.

De B2B Vertaling van de 'Brandstore'

Traditioneel B2B (Massa)

X

- Anonieme webinars zonder interactie.
- Massale beursstands met algemene pitches.
- Brede, ongerichte netwerkborrels.

Massa werkt niet meer.

De 2026 Brandstore Aanpak (Intiem)



- Exclusieve, kleinschalige roundtables met je top-10 LinkedIn engagers.
- 'Behind the scenes' ontbijtsessies over actuele strategische uitdagingen.
- Kies intieme settings die de online opgebouwde merkbeleving fysiek weerspiegelen.

Het LinkedIn Vlieg wiel: Meten is Weten


Volgens Pointly (2026) slagen bedrijven die abstracte doelen vertalen naar concrete activiteiten vaker. Stop met sturen op 'vanity metrics' (likes).



1

Kwalitatieve Comments

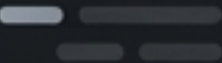
Meet het aantal inhoudelijke discussies en aangedragen oplossingen van vakgenoten.



2

DM- Conversaties

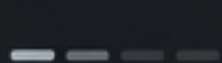
Het aantal inbound berichten dat voortkomt uit het delen van kwetsbare inzichten.



3

Phygital Conversie

Het aantal online connecties dat de overstap maakt naar een offline roundtable of masterclass.



De Rol van de CMO in 2026

Personal branding op LinkedIn is in 2026 geen ijdelheid. Het is het meest efficiënte kanaal voor fundamenteel marktonderzoek, talentacquisitie en direct business development.

De moderne B2B marketingleider is geen zenderbaas meer die budgetten verdeelt, maar een community manager op executive niveau.

Actieplan: Je Eerste 30 Dagen

Fase 1 (Dag 1-10)

Audit & Stem

Verwijder het 'corporate masker' van je LinkedIn-profiel. Formuleer jouw ongepolijste, natuurlijke tone of voice.

Fase 2 (Dag 11-20)

De Eerste Hook

Test je wendbaarheid. Deel een actueel business dilemma (geen succesverhaal) en vraag direct om co-creatie vanuit je netwerk.

Fase 3 (Dag 21-30)

Offline Integratie

Analyseer de reacties. Nodig de 3 meest waardevolle, kritische denkers uit voor een fysieke sessie. Sla de brug tussen online en offline.

Van B2B naar Human-to-Human



De transitie is onomkeerbaar. Of je nu mode verkoopt aan jonge trendsetters in Eindhoven, of miljoenen contracten sluit in de boardroom: succes drijft op herkenbaarheid en interactie.

Samen maken we het merk geldt in 2026 voor elke sector.

Zorg dat je faciliteert in plaats van dicteert. Jouw netwerk wacht op je volgende, authentieke post.