

STAPPENPLAN CONTENTMARKETING

In 2019 is contentmarketing een cruciaal onderdeel van de marketingmix van je organisatie. De grootte van je organisatie en de beschikbare budgetten bepalen het succes niet van jouw inspanningen. Wat wél het succes bepaalt is de achterliggende strategie. Volg daarom onderstaande stappen om een vliegende start te maken met jouw contentmarketing!

STAPPENPLAN CONTENTMARKETING

STAP 1: DENK NA OVER JE IDENTITEIT

STAP 2: BEPAAL JE DOELGROEP EN STEL INFORMATIEBEHOEFTE VAST

STAP 3: STEL JE DOELEN VAST EN FACILITEER ZE

STAP 4: GUN JEZELF GEMAK; CREËER EEN KAPSTOK

STAP 5: CREËER CREATIEVE CONTENT DIE CONSISTENT IS

STAP 6: ZET CONTENT CROSSMEDIAAL IN

STAP 7: PLAN VOORUIT

STAP 8: REALISEER DAT RESULTAAT OP LANGE TERMIJN ZICHTBAAR IS

STAP 1: DENK NA OVER JE IDENTITEIT

Geef antwoord op vragen als: wie ben je, waar sta je voor, wat maakt jou uniek? Antwoord op deze vragen vormt de basis van jouw identiteit en bepaalt jouw onderscheidend vermogen. Alle communicatie toets je aan jouw identiteit, zodat alle uitingen je recht doen en bijdragen aan je reputatie.

STAP 2: BEPAAL JE DOELGROEP EN STEL INFORMATIEBEHOEFTE VAST

Nu je weet wie je bent, is het belangrijk om te weten wie je doelgroep is. Denk na over waar je doelgroep online uithangt, welke informatiebehoefte je doelgroep heeft, waar zij naar zoekt. Dit vormt de basis van alle content die je gaat creëren.

STAP 3: STEL JE DOELEN VAST EN FACILITEER ZE

Stel vast wat je wilt bereiken met het inzetten van contentmarketing en zorg ervoor dat dit ook mogelijk is. Zet doelen vast in de vorm van bijvoorbeeld aantal bezoekers naar een website, aantal inschrijven voor jouw nieuwsbrief of aantal contactverzoeken. En zorg er dan ook voor dat deze doelen gefaciliteerd worden.

DOELEN OP KORTE EN LANGE TERMIJN

- > Een doel op de korte termijn kan soms binnen één social ad-campagne worden gerealiseerd. Bijvoorbeeld: 20% meer website bezoekers genereren binnen periode X.
- > Een kortetermijndoel die al snel meetbaar resultaat oplevert, draagt bij aan een langetermijndoel die een langere tijd nodig heeft om meetbaar succes op te leveren. Bijvoorbeeld: 40% meer omzet behalen uit bestaande klanten.

FACILITEER JE DOELEN, VOORBEELDEN:

Verwijs in een post op Instagram naar je webshop waar je iets wilt verkopen. Inspireer organisaties om na te denken over een bepaalde dienst en verwijs dan naar de conversiegerichte pagina waar iemand contactgegevens kan achterlaten. Wil je juist meer zichtbaar zijn in Google, voer dan een zoekwoordenonderzoek uit om te weten hoe je hoger kan scoren.

STAP 4: GUN JEZELF GEMAK; CREËER EEN KAPSTOK

Om niet elke dag met je handen in het haar te zitten over wat te schrijven en waar je dit kan plaatsen is het handig om een kapstok te creëren.

-> **De thema-kapstok:** Bedenk bijvoorbeeld een thema en behandel dit thema voor een bepaalde periode. Zo kan je alles wat je wilt delen aan dit thema, dit werkt enorm effectief.

-> **De weekindeling-kapstok:** Ook kan je een kapstok creëren in de vorm van standaardisatie van behandelen onderwerpen. Bijvoorbeeld; op maandag creëer content over actuele ontwikkelingen, op woensdag maak je content gericht op personeelsleden en op zaterdag verspreid je content gericht met handige tips.

STAP 5: CREËER CREATIEVE CONTENT DIE CONSISTENT IS IN BEELD EN TEKST

Nu je alles hebt uitgedacht is het tijd om content te gaan creëren. Bij contentmarketing gaan beeld en tekst altijd hand in hand. Dus zorg voor consistentie in je uitingen zodat deze herkenbaar worden voor je doelgroep (voor die gewilde top of mind positie).

TIP: Wissel contenttypes af! Contentmarketing behelst zoveel meer dan blogs en social media posts. Maak video's, schrijf whitepapers, organiseer webinars, spreek een podcast in, organiseer een giveaway.

STAP 6: ZET CONTENT CROSSMEDIAAL IN

De grootste 'truc' binnen contentmarketing is gemaakte content crossmediaal in te zetten. Hiermee genereer je veel volume op verschillende kanalen. Schrijf je bijvoorbeeld een inspirerend blog en publiceer je die op de website? Post hier dan ook meerdere malen over op social media. Maak een korte samenvatting van je blog en verstuur die via een nieuwsbrief naar je klanten. Neem een korte video waarin je de inhoud van je blog toelicht en gebruik deze voor betaalde ads. Kortom: zorg ervoor dat jouw kwalitatief hoge content wordt omgezet in kwantiteit.

STAP 7: PLAN VOORUIT

Het grote voordeel van het werken met een 'kapstok' is dat je voor de lange termijn kapstokken kan inrichten. Hierdoor weet je ruim van te voren wat je onderwerp is en kan je vooruit werken om content te creëren.

STAP 8: REALISEER DAT RESULTAAT OP LANGE TERMIJN ZICHTBAAR IS

Het is een utopie dat je door je één maand in te spannen direct groot resultaat behaalt. Contentmarketing is een proces van de lange adem. Het heeft tijd nodig voordat je doelgroep je heeft gevonden, je herkent en zich verbonden met je voelt. Maar weet wel; zodra iemand zich aan je bindt (of als Google je herkent), dan betaalt dit alle inspanning dubbel en dwars terug.