

De 6 sleutels voor succesvolle content

De inhoud van de teksten en beelden (content) die je online deelt, wordt steeds belangrijker om je doelgroep adequaat te bedienen. Met een uitgekiende *content marketing* kun je nieuwe leads werven en bestaande klanten aan je binden. Je moet eerst wel de sleutels vinden voor een goed resultaat. Een strategie daarbij is onontbeerlijk; ik geef je hierbij wat tips zoals [Rijnbach Textvisual](#) het aanpakt. .



1. Bepaal je doel

Zowel de consument als de Business-to-business klanten gebruiken jouw online informatie om zich te oriënteren op een product/dienst, om vergelijkend warenonderzoek te doen en om uiteindelijk tot aanschaf over te gaan. Het is dus wel degelijk nuttig om jouw kennis en kunde te verspreiden op Internet. Maar waarom doe je het, behalve dat je de ontvanger er een plezier mee doet? Stel eerst je doel vast en ga op basis daarvan content maken.

Hieronder wat opties:

- meer naamsbekendheid van mijn bedrijf of product
- een bepaald merk neerzetten
- meer links die verwijzen naar mijn website of social media en dus meer traffic
- betere vindbaarheid op Internet



2. Bepaal je doelgroepen

Je kunt specifiek je boodschap verspreiden onder de door jou bepaalde doelgroepen. Een ander groot voordeel is dat lezers van je bijdrage direct online feedback kunnen geven. Kortom, jouw band met de lezer (lees: doelgroep → klant) is veel hechter dan met een offline adverteerder.

Het is belangrijk om je doelgroep te beschrijven.

- Wat zijn hun problemen en behoeften?
- In welke fase van communiceren verkeren ze?
 - Oriëntatie op product/dienst
 - Vergelijken ze producten/diensten
 - Gaan ze product/dienst aanschaffen?

Handig hierbij is om een soort content kalender op te stellen: wanneer verzend je welke boodschap aan welke doelgroep op welk online kanaal? Rijnbach Textvisual helpt je met het opstellen van deze kalender.



3. Verzamel eigen, originele content

"Oh, dan ga ik tekst knippen en plakken uit een bestaand blog en dat deel ik met mijn doelgroepen". De verleiding is groot, maar doe het ajb niet! Google geeft je website strafpunten als je content dupliceert en rankt je site lager in de zoekpagina's. Bedenk zelf je teksten en beeldmateriaal die je wilt delen of schakel een professionele copywriter in.. Natuurlijk kun je je wel laten inspireren door bestaande content, maar giet er jouw persoonlijke saus overheen.



4. Delen van content op online platforms

Je kunt de content delen op je eigen social media en website, maar denk daarbij zeker ook aan professionele platforms en forums op social media waar jouw doelgroep actief is. Op zoek naar jouw content die voor hen waardevol is! Maak dus een lijstje van social mediagroepen waarop je jouw bijdrage kunt publiceren.



5. Geef feedback aan individuele lezer/bezoeker

Je hebt content verspreid om een probleem van de beoogde lezer(s) bespreekbaar te maken en op te lossen. Geef dus individuele feedback op de respons van je lezer(s). Daarmee wek je oprecht de indruk dat je het commentaar serieus neemt Met als gevolg dat er een duurzame klantrelatie ontstaat.



6. Evalueer de respons

Wanneer je voorgaande allemaal gedaan hebt is het zaak om het aantal views en door-kliks naar je webpagina's te monitoren. Wie zijn geïnteresseerd? Van welke call-to-actions op je website maken ze gebruik? En ook niet onbelangrijk: op welke tijdstippen klikken ze op jouw bijdrage? Dan weet je ook wanneer je het beste content kan posten.

Wil je meer weten of de contentmarketing door mij laten uitwerken?

Neem dan contact op met:



Sterkerstraat 31 | 7481 JV Haaksbergen | T 0623877200 |
E info@rijnbachttextvisual.nl | www.rijnbachttextvisual.nl