

Zeven tips voor de meest relevante content

01-03-2017 09:36



Door Mark Bos

Operationeel manager bij [MotorKledingCenter](#) (MKC)

Als je denkt dat goede contentmarketing alleen maar voor de grotere bedrijven is weggelegd en veel geld kost, dan heb je het mis. In dit voorbeeld laat ik zien hoe je gemakkelijk aan de meest relevante content komt voor jouw doelgroep. MKC beschikt over een sterke contentmarketingafdeling. Hoe kan het zijn dat de content die geplaatst wordt oneindig en altijd relevant lijkt te zijn?

1. Bedenk voor wie je content schrijft

Je hebt helemaal geen groot budget, creatieve danktank, brainstormsessies of strategische vergaderingen nodig om tot goede content te komen. De reden waarom je content schrijft is niet omdat je het zelf leuk vindt – wat het natuurlijk wel makkelijker maakt – maar voor de klant. Veel bedrijven denken voor de klant, maar dat wil niet altijd zeggen dat je het altijd bij het juiste eind hebt. Misschien is je klant op dat moment wel naar hele andere informatie op zoek.

Wil je de beste content op het juiste moment aan kunnen bieden? Dan is het van belang dat je je klant door en door kent. Wat houdt je klant bezig, wat wil hij weten en waar heeft hij behoefte aan? Door goed te luisteren hoef je niet zelf op zoek naar onderwerpen voor een nieuwe blogpost, die moet worden geschreven omdat het 'weer dinsdag is'.

2. Luister goed naar de vragen van je klant

Dagelijks krijgen bedrijven veel vragen van klanten. Bij MotorKledingCenter vullen alle afdelingen binnen het bedrijf iedere maand een lijst in met de twintig meest gestelde vragen van klanten (FAQ). Zowel in de winkels, bij de klantenservice als op social media wordt goed geluisterd naar met welke vragen klanten lopen. Hoe blijf ik warm op de motor? Hoe voorkom ik dat mijn motor wordt gestolen? Hoe werkt waterdichte motorkleding? Waarom zou ik iets bij MotorKledingCenter kopen? Deze vragen worden maandelijks verzameld en doorgestuurd naar de contentafdeling als input voor nieuwe content.

3. Daag je klanten uit om een vraag te stellen

Als je je content persoonlijker wilt maken kan je natuurlijk ook gewoon zelf aan je klant vragen wat er bij hen speelt. De bekende vraag 'heeft u nog vragen?' krijgt dan ineens een andere betekenis. Door uit jezelf te vragen naar de dingen die hem bezighouden toon je als bedrijf interesse, en maak je het nog persoonlijker als je de vraag daadwerkelijk beantwoordt. MotorKledingCenter doet dit op YouTube en Facebook met een speciale videocampagne '[stel jouw vraag aan onze specialisten](#)'. Klanten kunnen vragen stellen onder het bericht die direct en eventueel zelfs later nog per video worden beantwoord. Onder de vragen wordt tevens een waard cheque van honderd euro verloot om het vragenvuur op gang te laten komen.

4. Bepaal wat de meest actuele onderwerpen zijn om over te schrijven

Met alle vragen die zijn verzameld is het aan de contentafdeling om deze waar mogelijk samen te voegen en goede onderwerpen te bedenken voor nieuwe content. Alles vanuit de vraag van de klant. Deze onderwerpen worden op een lijst geplaatst die van boven naar beneden kan worden afgewerkt bij het maken van nieuwe content. Op deze manier weet jij zeker dat jouw content altijd aanslaat en actueel is en dat je schrijft over wat de klant bezig houdt.

5. Beantwoord de vragen op een persoonlijke manier

Nu je weet wat je doelgroep bezig houdt, is het tijd om met antwoorden te komen. Kies hier voor een persoonlijke benadering door een [blogartikel](#) vanuit een persoon te schrijven en niet vanuit je bedrijf. Laat goed zichtbaar zijn wie het antwoord geeft door een kort profiel en een foto van de schrijver te tonen. Wil je het nog persoonlijker maken, laat dan de vraag op video beantwoorden door één of meerdere personen.

6. Produceer unieke content voor een hogere ranking in Google

Unieke content is king! Alle teksten die door MKC op het internet worden gepubliceerd zijn zelf geschreven en voorzien van afbeeldingen en in huis gemaakte video reviews. Naast de standaard productinformatie op de site worden er geregeld blogartikelen geschreven die van toepassing zijn op de tijd van het jaar. Zo worden er in de winter blogs gedeeld over hoe je bijvoorbeeld warm kunt blijven op de motor of hoe je de motor winterklaar kunt maken. Richting de lente krijg je juist tips over speciale regenkleding en tips om beter te leren motorrijden. Op het [YouTube-kanaal](#) is een continue stroom van product reviews, informatieve video's en vergelijkingstesten.

7. Herhaal je content met kleine aanpassingen

De content die je hebt gemaakt kan online blijven staan en met kleine aanpassingen, zoals de kop en afbeelding, vaker worden gedeeld via onder meer social media. Eens per jaar is het ook aan te raden om de artikelen een kleine update te geven zodat het niet teveel van hetzelfde blijft. Het voordeel van deze content is dat hij altijd beschikbaar is voor klanten met een zoekvraag. Via Google komen zij op het blog of de productpagina binnen. Doordat de content uniek is zal Google je pagina's een hogere relevantie geven met als resultaat een betere ranking in de zoekresultaten.