

# 9 Content Marketing Fouten

Meer rendement uit online content marketing  
voor zoekmachines en sociale media



<http://www.frankhusmann.nl>

---

<b><i>Fout #1: Onbekend zijn met je doelgroep.....</i></b>	<b><i>3</i></b>
<b><i>Fout #2: Geen plan hebben.....</i></b>	<b><i>4</i></b>
<b><i>Fout #3: De 'Ik-mentaliteit' .....</i></b>	<b><i>5</i></b>
<b><i>Fout #4: Geen inspiratie meer hebben.....</i></b>	<b><i>6</i></b>
<b><i>Fout #5: Alleen voor je eigen blog schrijven.....</i></b>	<b><i>6</i></b>
<b><i>Fout #6: Content die niet geoptimaliseerd is voor SEO .....</i></b>	<b><i>7</i></b>
<b><i>Fout #7: Kwantiteit over kwaliteit.....</i></b>	<b><i>7</i></b>
<b><i>Fout #8: Geen call to action gebruiken.....</i></b>	<b><i>8</i></b>
<b><i>Fout #9: Geen resultaten meten .....</i></b>	<b><i>9</i></b>
<b><i>Conclusie .....</i></b>	<b><i>10</i></b>
<b><i>Wil je echt alles uit content marketing halen? .....</i></b>	<b><i>10</i></b>

---

## FOUT #1: ONBEKEND ZIJN MET JE DOELGROEP

Marcel is webdesigner van beroep. Op zijn website is zijn portfolio te vinden en daarnaast heeft hij ook een blog. Hij schrijft regelmatig tal van mooie artikelen op zijn blog. Echter, hij schrijft helaas niet voor het juiste publiek.

Hij creëert namelijk hoofdzakelijk content over de technische aspecten van webdesign en hoe je webapplicaties bouwt. Daar is op zich niets mis mee.

Toch levert het hem niet zoveel op, omdat hij zich niet richt op zijn doelgroep. Hiermee doel ik uiteraard op de mensen die geld over hebben voor zijn dienst.

De doelgroep van Marcel bestaat namelijk uit kleine ondernemers. Maar in plaats van zich op die doelgroep te richten, richt hij zich op zijn collega's in de webdesign wereld en op de techneuten. Kortom, Marcel zou veel meer succes hebben als hij zich zou richten op de kleine ondernemer die wel zijn diensten zou kunnen afnemen.

Voorbeelden van content voor zijn doelgroep zouden kunnen zijn:

- 5 tips voor het selecteren van een goede webdesigner
- 7 redenen waarom jouw website Wordpress nodig heeft!
- Heeft jouw website ook deze 3 fouten?
- Welk effect hebben de kleuren van je website op jouw bezoekers?

**Tip:** Probeer bruikbare content te creëren voor je doelgroep. Als je niet goed weet op wie je je moet richten, beeld je dan in dat je iets schrijft voor jouw ideale klant.

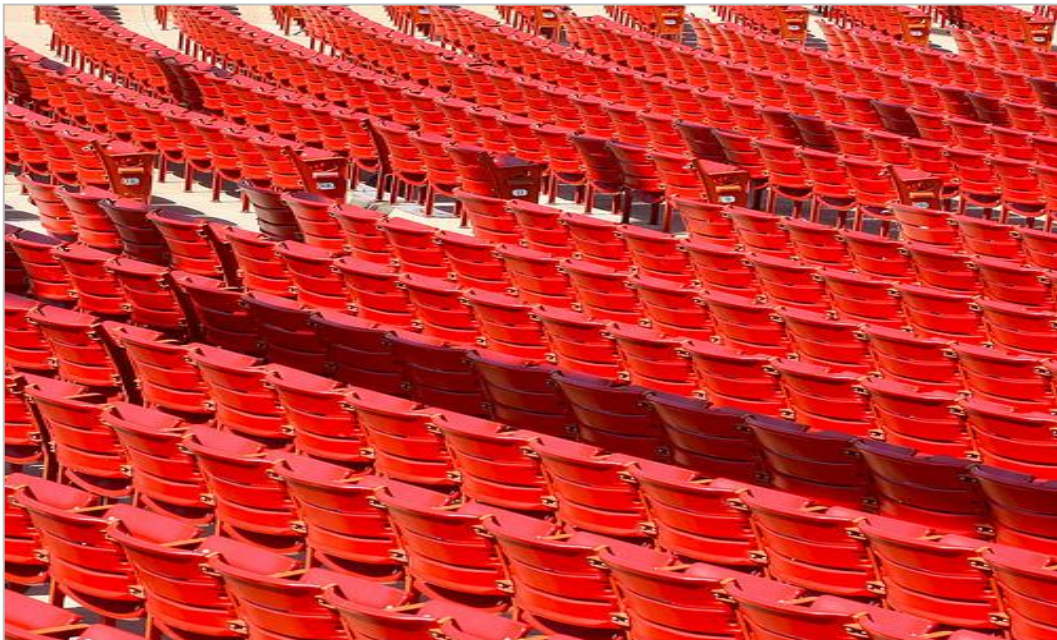


Foto: Kevin Dooley

## FOUT #2: GEEN PLAN HEBBEN

Marcel schrijft artikel na artikel zonder dat hij een duidelijk plan heeft. Hij heeft geen specifiek doel voor ogen, noch een manier om te meten hoe effectief zijn inspanningen zijn.

Veel startende ondernemers hebben geen inhoudelijk marketingplan (ik trouwens ook niet toen ik net begon). Maar als je geen solide marketingplan hebt, zijn je kansen op succes door je marketinginspanningen bijna nul. Als je jezelf namelijk meetbaar doelen stelt, is de kans dat je die haalt vele malen groter dan wanneer je dat niet doet.

Voordat je met een plan aan de slag gaat, is het van belang dat je je doelgroep kent en de onderwerpen die je doelgroep interesseren. Maak vervolgens een content agenda die dient als kapstok voor jouw inspanningen. Zorg uiteraard ook dat je de resultaten hiervan meetbaar maakt.

**Tip:** Zorg ervoor dat je een degelijk, goed doordacht plan hebt voordat je begint met het maken van jouw content. Stel jezelf doelen en handhaaf deadlines.

Content Agenda		<i>Voorbeeld agenda voor een bruidstaarten bakkerij</i> <a href="#">Hulp nodig?</a>					
Maand	Titel	Status	Deadline	Publicatiedatum	Soort content	Zoekwoorden	Notities
Januari	De bruidstaarten trends voor 2013	Done	24-dec	01-jan	Blog artikel	bruidstaart trends 2013	
	5 Tips om zelf een bruidstaart te maken	In ontwikkeling	01-jan	08-jan	Blog artikel	bruidstaart tips	
	De ideale bruidstaart		08-jan	15-jan	Infographic	bruidstaart	
	De mooiste chocolade bruidstaarten		15-jan	22-jan	Blog artikel	chocolade bruidstaarten	
	Hoe maak je een bruidstaart?		22-jan	26-jan	Video	bruidstaart maken	
	Diabetes? Tips voor jouw ideale bruidstaart!		26-jan	31-jan	Blog artikel	diabetes bruidstaart	

---

## FOUT #3: DE 'IK-MENTALITEIT'

Vrijwel alle bedrijven, zowel klein als groot, vergalopperen zich hierin. Wanneer ze beginnen met bloggen, of content marketing in de volle breedte inzetten, is hun content vooral gericht op het bedrijf zelf. Je leest bijvoorbeeld over hoe goed ze wel niet zijn, waarom mensen bij hen beslist aan het juiste adres zijn, je kent het wel...

Helaas geeft je doelgroep daar helemaal niets om. De mensen die je blog lezen, hebben een probleem en komen naar jou toe voor dé oplossing. Waar ze niet op zitten te wachten, is om pagina na pagina te moeten lezen hoe fantastisch je bedrijf wel niet is.

Schrijf dus geen teksten meer die alleen maar gericht zijn op je eigen bedrijf. Leg de focus in plaats daarvan op de problematiek van klanten en probeer nuttige oplossingen aan te dragen.

**Tip:** Help je klanten met het oplossen van reële problemen. Geef zoveel informatie als je kunt en wees niet bang teveel informatie te delen. Hiermee versterk je namelijk het vertrouwen in jouw kennis en ervaring en hiermee creëer je verkoopmogelijkheden.

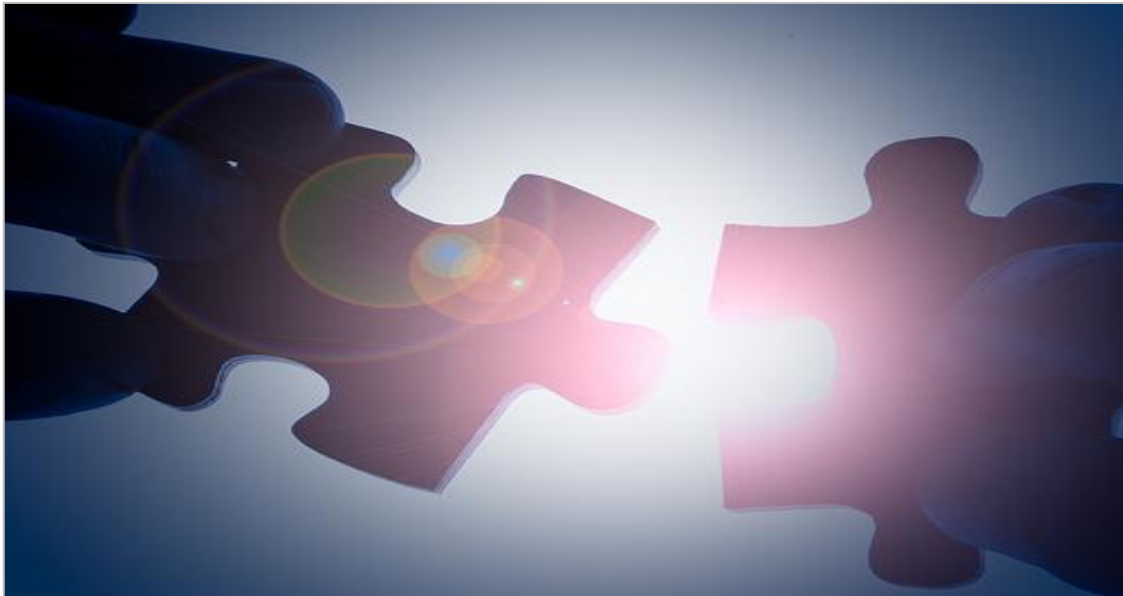


Foto [Kenteegardin](#)

---

## FOUT #4: GEEN INSPIRATIE MEER HEBBEN

Nu je weet op wie je je moet richten, moet je jezelf toeleggen op de daadwerkelijke inhoud. In het begin kom je om in de goede ideeën. En bovendien ben je enorm gemotiveerd om aan de slag te gaan en je doelen te halen.

Maar er komt een moment dat je een gebrek aan inspiratie krijgt en dan kan de kwaliteit eronder gaan lijden...

Wat kun je in zo'n geval doen?

- **Vertel een goed verhaal** – mensen zijn dol op goede verhalen: verhalen over topmomenten die mensen uitdagen en verhalen die mensen inspireren. Hoe speelt jouw content een rol bij het delen van dat soort verhalen?
- **Beantwoord de vragen die je klanten niet durven te stellen** – wat zijn de grootste problemen waar klanten tegenaan lopen met jouw product? Hoe kunnen ze hier succesvoller mee zijn?
- **Voeg iets van jezelf toe** – één van de grootste gebreken in de meeste content marketing strategieën is dat de persoon achter het blog compleet buiten beschouwing wordt gelaten. In plaats daarvan richt het blog zich volledig op het bedrijf en wat hét doet. Maak het daarom persoonlijker.
- **Interviews** – een eenvoudige manier om nieuwe content toe te voegen en bovendien geïnspireert te raken: interview iemand in jouw markt via de telefoon, skype of gewoon face to face.
- **Houd de concurrentie in de gaten** - één van de gemakkelijkste manieren om inspiratie op te doen voor populaire content, is door de concurrentie in de gaten te houden.

## FOUT #5: ALLEEN VOOR JE EIGEN BLOG SCHRIJVEN

Met alleen het schrijven van artikelen voor je eigen blog red je het niet. Je moet er juist op uit en je er goed bewust van zijn via welke kanalen je jouw klant kunt bereiken.

Zorg dat je daarbij oog hebt voor alle mogelijke manieren waarop mensen informatie met elkaar kunnen delen: sociale netwerken, video, documenten, diapresentaties, infographics en meer. Zorg dat je daar aanwezig bent waar je doelgroep ook online aanwezig is. Speel hier handig op in door je content op verschillende manieren aan te bieden. Probeer dit eens:

- Schrijf een keer een gast artikel.
- Verander een blogartikel in een infographic en post deze op de website van iemand anders.
- Verander je blogartikel in een video en plaats deze op YouTube.
- Interview experts in de branche door middel van een podcast en vraag of ze dit misschien op hun eigen blog willen plaatsen.

---

## FOUT #6: CONTENT DIE NIET GEOPTIMALISEERD IS VOOR SEO

SEO staat overigens voor Search Engine Optimization. Oftewel alle technieken die je kunt toepassen om beter vindbaar te zijn in de zoekmachines. Het is cruciaal om je content zo goed mogelijk vindbaar te maken op het web. Hierbij is de optimalisatie van je eigen site van belang (on-site optimization) en het verkrijgen en optimaliseren van links van andere sites (off-site optimization). Hoe waardevol een goede *on-site optimisation* is, moet niet onderschat worden. Goede optimalisatie is een *must* voor alle content die behoort tot de marketing van je activiteiten. Denk eraan dat dit ook geldt voor blog- en persberichten en welke andere vorm van content dan ook.

Hieronder een aantal tips voor het toepassen van SEO op jouw site:

- Onderzoek de juiste zoekwoorden van jouw doelgroep en gebruik ze volop
- Gebruik zoekwoorden in de titel (title tag)
- Gebruik zoekwoorden in de heading tags (H1, H2, etc.)
- Gebruik zoekwoorden in interne links

**Tip:** Als je alles over zoekmachine optimalisatie wilt weten, koop dan mijn boek de [SEO Succes Gids](#).

## FOUT #7: KWANTITEIT OVER KWALITEIT

Er zijn veel bedrijven die gebruik maken van bloggen en via deze weg hun content marketing strategieën implementeren. Het verzinnen van lezenswaardige, deelbare en linkwaardige content is belangrijker dan ooit omdat steeds meer bedrijven aan de slag gaan met bloggen. Veel bedrijven hechten meer waarde aan drie à vijf keer per week een publicatie, dan aan elke week één goed stuk.

Trap echter niet in deze fout. Met het publiceren van maar één goed artikel per week, zul je meer bezoekers, reacties, likes, retweets en links verkrijgen dan wanneer je meerdere keren per week matige of waardeloze artikelen produceert.

**Tip:** Als je echt kwalitatief hoogstaande content wilt creëren, schrijf dan iets dat zo bruikbaar is dat je doelgroep het niet kan weerstaan om het met anderen te delen.

---

## FOUT #8: GEEN CALL TO ACTION GEBRUIKEN

Content marketing dient educatief en informatief te zijn, maar moet tot op zekere hoogte ook een overtuigend karakter hebben. Zonder daarbij opdringerig te zijn. Je kunt hiervoor een call to action in je content verwerken. Dit is simpelweg een oproep tot een bepaalde handeling.

De kans is groot dat jouw doel is om mensen te verleiden tot het ondernemen van bepaalde acties. En waarschijnlijk gebeurt dat al spontaan. Maar de kans dat mensen bijvoorbeeld een reactie achterlaten, zich abonneren op jouw nieuwsbrief of jouw content delen, wordt vele malen groter als je dit gewoon netjes aan hen vraagt. Vergeet dus niet hiervoor een call to action te gebruiken!



Foto [Bogdan Situ](#)

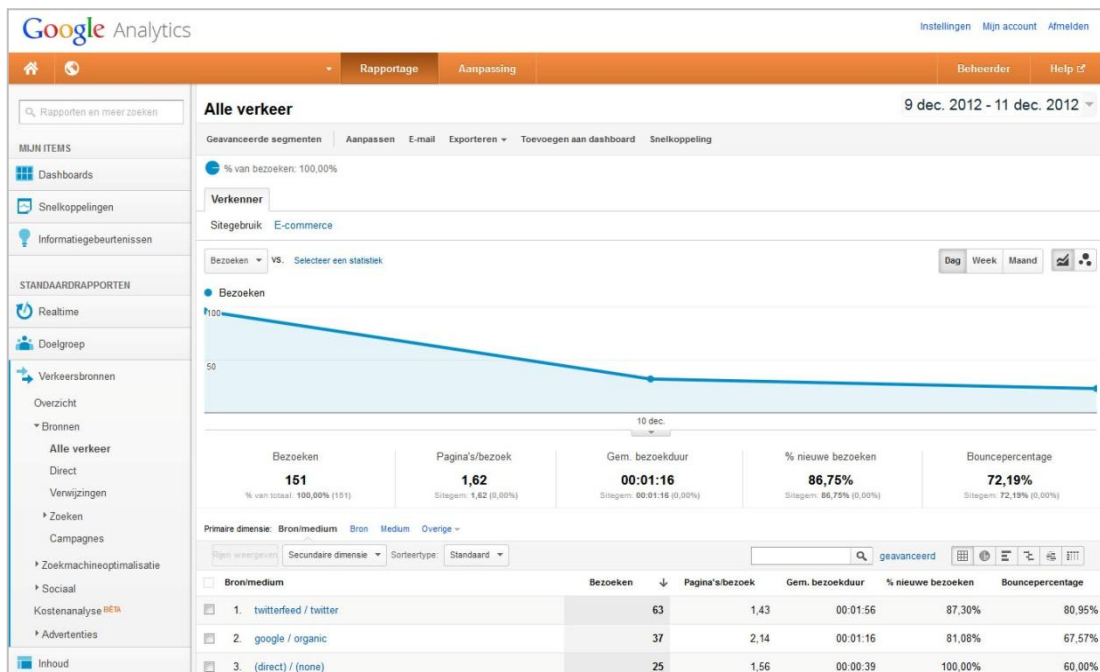


## FOUT #9: GEEN RESULTATEN METEN

De eenvoudigste manier om bruikbare informatie over de waarde van je content te verzamelen, is door te kijken welke pagina's de grootste invloed hebben op klanten. En waarom. Zaken zoals de *click-through rate*, *bounce rate* en het aantal unieke bezoekers bevatten allemaal waardevolle gegevens die direct gekoppeld zijn aan het succes van jouw website. Je moet het zo zien:

- **Zorgt je content voor nieuwe klanten?** – Alle tijd en energie die je steekt in content marketing is natuurlijk weggegooid als je content geen betalende klanten oplevert. Ga eens na wie wat doet op je website, hoe vaak ze deelnemen en hoe snel ze iets kopen.
- **Waar en hoe werd de content via een sociaal netwerk gedeeld?** – Je kunt bijvoorbeeld Hootsuite gebruiken om te zien hoe vaak je content gedeeld is (social shares) en via welke kanalen dit gebeurt.

**Tip:** Als je nog geen [Google Analytics](#) hebt geïnstalleerd, doe dit dan zo snel mogelijk. Deze gratis statistieken tool van Google geeft je enorm veel inzicht over jouw content marketing inspanningen.



---

## CONCLUSIE

Het is niet makkelijk om een strategie voor content marketing te implementeren die goed werkt. Maar door de bovenstaande fouten te vermijden, heb je in ieder geval een mooie voorsprong!

Van alle fouten die ik heb genoemd, is de meest voorkomende 'het niet meten van de resultaten'. Het heeft geen nut om al je tijd en energie in een solide content marketing strategie te stoppen als je geen positief rendement hebt op je investeringen. Kortom, het gaat niet alleen om het aantal reacties, fans, volgers of hoe vaak mensen je content delen met anderen, maar ook om het aantal nieuwe klanten dat je daadwerkelijk krijgt via jouw content. En meten is weten of je inspanningen ook echt resultaat opleveren!

## Wil je echt alles uit content marketing halen?

Het is mijn intentie om jouw online succes te vergroten met content marketing. Alle kennis die ik heb opgedaan bij klanten en voor mijn eigen sites heb ik in mijn boek de Content Marketing Gids verwerkt. Daarnaast heb ik ook bekende experts uit de branche geïnterviewd zoals Keesjan Deelstra (schrijver van de veelgeprezen bestseller 'Handboek Zoekmachinemarketing') en Aart Wallet (mede-oprichter van FashionChick.nl, het online mode platform van Sanoma).



### Content Marketing Gids direct ontvangen

Via mijn website kun je direct mijn ebook ontvangen en downloaden zodat je meteen aan de slag kunt gaan.

Klik hiervoor op deze link:

<http://www.frankhusmann.nl/boek/content-marketing-gids/>

*Maar of je mijn boek wel of niet leest - wat je ook doet, begin zo snel mogelijk met het ondernemen van **actie**. Stel duidelijke en haalbare doelen, maak een actieplan en volg het op. Zo haal jij meer rendement uit content marketing!*