

1. De contentstrategie

De specifieke doelgroep: beginnende freelancers.

Deze doelgroep lijkt ons ideaal, omdat wij hen heel goed kunnen aanvoelen (we zijn het immers zelf ook, min of meer). Ze hebben veel vragen, zijn meestal redelijk jong, maar vooral vitaal en ondernemend, en hebben dus ook een groot sociaal netwerk.

Hiervoor hebben we twee 'ijkpersonen' bedacht:

Mira (42), is (startend) stresscoach en moeder van twee zonen (19 en 15).

Ze heeft net een cursus tot stresscoach afgerond en wil haar praktijk opzetten. De oudste zoon is het huis uit, de partner heeft een redelijk goede baan, er is dus tijd en er is dus niet de urgentie om meteen (veel) geld te verdienen. Natuurlijk heeft ze een logo en een website nodig. Een KVK inschrijving, misschien een lening. Een kleine verbouwing thuis, of een kantoorunit in de tuin? Enzovoort. Ze weet niet precies wat ze het eerst moet regelen.

Auto: Toyota Yaris, kleur rood.

Laatste vakantie: Zeilvakantie met vriendinnen op de Middellandse Zee.

Meest beoefende hobby: taarten en gebakjes maken.

Mark is 36 en boekhouder.

Hij heeft gewerkt als boekhouder bij een groot administratiekantoor maar is pas geleden voor zichzelf begonnen. De redenen daarvoor zijn (o.a.) eigen tijd kunnen indelen, kleinere klanten hebben (zelf ook vaak freelancers - dus persoonlijkere contacten), minder stress. Mark is getrouwd met Marlène, zij is doktersassistent. Ze hebben twee kinderen (8 en 10).

Mark heeft al een beetje een idee voor een logo en een gratis website in elkaar gezet, maar hij loopt ertegen aan dat de 'gratis-website-software' eigenlijk waardeloos is: de templates zijn niet wat hij wil en hij mist bepaalde functies.

Auto: Audi Quattro, kleur zwart, lichtmetalen velgen.

Laatste vakantie: Met het gezin naar een huurhuisje in Bretagne.

Meest beoefende hobby: hardlopen (het liefst langs het strand).

De contentbehoefte van de doelgroep

Ze lezen graag over dingen waar (startende) freelancers mee te maken hebben. Dit kan best breed zijn.

Bijvoorbeeld:

- Hoe schrijf je een offerte?
- De mooiste presentatietools
- Wat moet er allemaal op een factuur staan
- Hoe moet je je logo aanleveren als je het wil laten borduren?

Ze zien graag hoe je iets doet in bepaalde software. En niet in het Engels, maar Nederlandstalig: 'Hoe-moet-dat?'-filmpjes.

Bijvoorbeeld:

- Hoe maak ik een (mooi) factuursjabloon in Word?
 - Een email handtekening maken in Mail voor de Mac
- (Bij deze filmpjes komt een zeer korte leader met ons geanimeerde logo van hond King, ca 2 sec.)

Ze vinden het leuk om gratis slimme dingen te kunnen downloaden.

Bijvoorbeeld:

- Schrijfwijzer (hoe schrijf je foutloos Nederlands, trucs en ezelsbruggetjes)
- 5 mooie (en gratis) templates voor een offerte in Word
- Een Pages-template voor een Menu

Ook lezen ze graag dingen waar andere freelancers mee te maken hebben gehad (dus ervaringen van andere freelancers). Als we bijvoorbeeld een keer per twee maanden een andere freelancer iets laten vertellen, is dat leuk om te lezen. Hiervoor gaan we bijvoorbeeld een mini-interviewtje doen bij een vriend/kennis die freelancer is. Of we sturen een makkelijk in te vullen (online) formulier naar die vrienden/kennissen. Dit kunnen ook LinkedIn-contacten zijn of ex-collega's. Hieruit genereren we dan een verhaal (dat uiteraard eerst ter goedkeuring naar desbetreffende freelancer wordt gestuurd).

Voorbeeld: *Jaap is ict'er. Hij vertelt het verhaal dat hij bij zijn eerste klus per ongeluk een belangrijke usb-stick van de klant in zijn broekzak had laten zitten, het ding ging in de wasmachine en in de droger. Maar: hij deed het nog!*

Opmerking: we kunnen natuurlijk bepaalde content in meerdere verschijningsvormen aanbieden: Bijvoorbeeld De mooiste presentatietools, het kan een tekst (blog) zijn, en ook een infographic en zelfs een filmpje.

Doelstellingen

De doelstelling is het opbouwen van een trouwe lezersgroep: Eerst gaan ze ons 'volgen'. Daarna gaan ze ons introduceren bij collega's en kennissen. En zij, of die collega's en kennissen, vinden ons dan zo tof dat ze hun vormgeving en teksten bij ons laten maken.

Tone-of-voice

Aanspreekvorm je/jou.

Laagdrempelig, makkelijk leesbaar, humoristisch en verhalend geschreven.

Net te ingewikkeld en niet te technisch, het moet altijd helder en makkelijk te begrijpen zijn voor alle freelancers: van kapster tot advocaat. Taalniveau B1.

Als het kan een 'hondengraffe', maar niet te vaak, het moet zeker niet geforceerd worden.

Wanneer en hoe vaak gaan we publiceren

Blog (de teksten dus) idealiter eens in de maand, en een 'hoe-moet-dat?'-filmpje of infographic of iets anders grafisch ook eens in de maand. Vaker, daar hebben we (hopelijk) geen tijd voor. Wel inhaken bij speciale dagen: sinterklaas, Kerst, feestdagen, sportevenementen etc. Al met al zullen het 3 à 4 momenten in een maand zijn. Verhalen van andere freelancers: 1 à 2 keer per twee maanden.

Promotie

Promoten van de content gaat via meerdere van de volgende 5 social media kanalen:

Facebook(bedrijfspagina), **Instagram**, **X**, **Youtube** en **TikTok**.

Voorbeeld:

Filmpje: *Hoe maak ik een (mooi) factuursjabloon in Word?*

Op **TikTok** een promotie van het filmpje (max. 20 sec.) met een grap, en een verwijzing naar het gehele filmpje op **Youtube**;

Op **Facebook** een triggerende tekst met verwijzing naar het gehele filmpje op Youtube;

op **X** een kortere aankondiging met link naar het gehele filmpje.

Blog: *Wat moet er allemaal op een factuur staan*

Op **Facebook** een triggerende tekst met verwijzing naar het blogbericht;

op **X** een kortere aankondiging met link naar het blogbericht.

Instagram zullen we voornamelijk gebruiken voor foto's van ons kantoor, aan het werk, met de hond en eventueel afbeeldingen van ons werk (portfolio).

We hebben diverse onderzoeken gedaan naar welke inzet het beste is.

Naast ons eigen idee hierover, zien we o.a. op sometmedia.nl en KvK

eenzelfde soort strategie.

Hoe gaan we meten en evalueren?

M.b.v. Google Analytics en de seo-plugin die we geïnstalleerd hebben kunnen we clicks meten. We kunnen naderhand ook een soort van mini-poll op Facebook zetten, bijvoorbeeld zo:

Heb je ons bericht over een nieuw filmpje over Presentatietools gezien?

- Nee
- Ja, maar ik heb het niet bekeken.
- Ja, ik heb het bekeken maar ik vond het niet interessant.
- Ja, ik heb het bekeken. Interessant!

Content die heel populair is geweest kunnen we herhalen, al dan niet met wat wijzigingen.

Content die totaal impopulair is geweest is ook interessant, want waarom was dat dan?

2. Inhaker contentkalender

De inhaker in de maand december wordt

• 'Tien tips voor je sinterklaasgedicht'

Dit zullen, op rijm natuurlijk, leuke, ludieke en handige tips zijn.

Deze plaatsen we in de week voordat het 5 december is (in dit geval dus in de week tussen 27/11-1/12 (week 48)).

3. Keuze zoekwoorden voorstelpagina en blogpagina

1. voorstelpagina

'Website laten ontwerpen'

'Tekst voor website'

De keywords zijn long-tail genoeg (ca. 3 of 4 woorden).

Keyword 1 staat dichterbij de grafisch ontwerper en 2 dichterbij de copywriter. Ze zullen beiden gebruikt worden door beginnende freelancers, die geen tijd (denken te) hebben om zelf hun teksten te schrijven en graag snel een logo en een website willen hebben.

Deze worden ook gesuggereerd door bijv. Answerthepublic.

2. Blog (7 tips voor het verzinnen van een goede pay-off)

'Wat is een goede pay-off'

'Een goede pay-off'

'Pay-off verzinnen'

De keywords zijn long-tail genoeg (ca. 3 of 4 woorden).

Deze zullen worden gebruikt door freelancers die zoeken naar pay-off's, of naar dingen die te maken hebben met hun huisstijl, hun corporate identity. Om te verzinnen voor hun eigen bedrijf. Maar ook, als die freelancers ook bijvoorbeeld copywriters zijn om te verzinnen voor hun klanten.

Extra uitleg

Sommige teksten behoeven nog wat nadere uitleg, deze vind je hier:

• Voorstelpagina

Hier zien we in de middelste kolom de tekst zoals die in de frontend zal worden weergegeven; in de rechterkolom hoe e.e.a. qua html-tags is opgemaakt.

De bovenste ('woef') tekst is een lottiefle of .svg, het is dan wel scherp/schaalbaar, maar het is een afbeelding, want het hoeft (moet) niet door Google worden gevonden, het is puur illustratief).

Op de hoofdfoto zien we het team + de hond. Ze steken ook nog hun tong uit (dat is nog niet op deze foto verwerkt). Op de foto's van de twee vrouwen zien we ze wat relaxte yoga poses aannemen met de hond. De foto's dragen bij aan het persoonlijke en enigszins humoristische: het jonge start-up bureau. Daarom is het leuk dat ze bij de introfoto alledrie een tong uit hun bek/mond hebben.

• Microcopy cookiemelding

De noodzakelijke cookies zijn de lichtgrijs weergegeven cookies; de cookies voor statistieken en marketing staan standaard AAN. Zodat de gebruikers die niet lezen, en alles snel willen akkoordklikken (en dat zijn de meesten) ze wel aan hebben staan.

• App Sarah

1. welkomst/openingspagina

Dit is een simpele pagina. We zien een logo, de naam van het restaurant, de slogan en een simpele animatie van ca. 2 uur, bijvoorbeeld iets met vogeltjes die op een drinkbakje kwetteren, of andere natuur.

Daaronder keuze uit twee opties: catering en thuisbezorging. Dit onderscheid maken we hier al, omdat catering alleen voor zakelijke klanten is en thuisbezorging juist niet.

De mogelijkheid om de keuze te bewaren is standaard aangevinkt, omdat het waarschijnlijk is dat klanten dat niet vaak zullen veranderen. Na ca. 3 seconden, of als er op één van de knoppen is gedrukt gaat de app vanzelf naar scherm 2 (bestellen).

2. bestelpagina

Men kiest eerst een dag, dan een tijdstip (maaltijd), vervolgens worden automatisch de drie mogelijke keuzes getoond, met daarboven nogmaals de gekozen dag en maaltijd. Als er een product in het winkelmandje is gelegd kan men naar de betaalpagina, of verder 'winkel'.

3. bedankpagina

Behalve bedanken is hier ook de mogelijkheid tot track and trace en het beoordelen van de service en het eten.

4. contactpagina

Deze pagina is wat langer voor een scherm, dus je moet een eindje naar beneden scrollen. Het is ook mogelijk voor de Thuisbezorging en Catering een dropdown (of accordeon) te maken, dan past e.e.a. wel op één scherm.

• Contentkalender

De afkorting in het bolletje staat voor degene die eindverantwoordelijk is, SO (copywriter) of JW (grafisch ontwerper). SO publiceert meestal teksten, JW publiceert meestal infographics. We streven ernaar elke maand ca. 3 of 4 items te publiceren.

In de online contentkalender van december zien we het volgende staan:

• Elke maandag gaan we van 9.00 tot 11.00 brainstormen over nieuwe content.

• Inhaker december (november) 'Tien tips voor je sinterklaasgedicht'

Dit zullen, op rijm natuurlijk, leuke, ludieke en handige tips zijn.

Deze plaatsen we in de week voordat het 5 december is (in dit geval dus in de week tussen 27/11-1/12 (week 48)).

• Op 30 november is er een interview gepland met collega-freelancer Peter Pancake, het interview staat hij bovendien speciale Kerst-pancakes met spijs en amandeltjes.

• Op 11 december plaatsen het blogbericht over pay-offs.

• Op 21 december een infographic over digitale, lettertype, over het favicon, SVG etc).

NB: Deze portfolio is een presentatie van de teksten, niet van vormgeving!