

Met Jet
ONLINE.

Gratis
download

A black and white photograph of a woman with her hair in a bun, holding a Sony camera up to her eye to take a picture. The camera is a compact model with 'SONY' and '30x' visible on it. The background is a blurred indoor setting with a door.

15 CONTENT IDEEËN

IN PRAKTIJK GETEST ÉN BEWEZEN; ZE WERKEN ECHT!

Hi!

Jij kunt wel wat inspiratie gebruiken? Logisch! In al het online 'geweld' is het de afgelopen jaren steeds lastiger geworden om op te vallen. Dat kan bijna alleen met extreem goede content die viral weet te gaan óf met het dagelijks plaatsen van updates. De eerste is slechts voor enkele brands weggelegd, en voor die tweede heb je een flinke portie inspiratie nodig. But hé; here it is!

Voor je met de ideeën aan de slag gaat, heb ik nog een **BONUSTIP** voor je. Zorg er bij updates voor een goede balans. Of zoals ik het liever zeg; feel the rhythm ;-)

- 🔌 Kort vs Lang
- 🔌 Beeld vs Tekst
- 🔌 Zware kost vs Licht verteerbaar
- 🔌 Informatief vs Entertainment
- 🔌 Maatschappij vs Mens
- 🔌 Actueel vs Tijdloos

Succes met de uitwerking hiervan. En ja; ik zou het héél leuk vinden als je mij op de hoogte houdt van je updates. Dit kan je doen door een tag (@metjetonline), het gebruik van #15tipsvanjet of het gewoon te mailen. Wat je ook gaat doen: toi, toi, toi!

Lieve groet,
Jet



Persoonlijke verhalen

Vertel wat jou bezig houdt. Welke struggles jij als ondernemer ervaart of als marketeer voor een merk. Persoonlijk kan ook het doorgeven zijn van medewerkers. Die zie je vaker voorbij komen en is een mix van persoonlijk en een kijkje achter de schermen. Een medewerker neemt dan het socialmedia-account over en neemt je een dagje mee op pad. Superleuk om een team beter te leren kennen.

How to

Hoe schrijf je de e-mails die wél gelezen worden, 15 content ideeën die wél werken 😊 of hoe maak je die overprized tuinbank zelf? Jij legt stap voor stap uit hoe de lezer komt tot het gewenste resultaat. Updates als deze worden gretig gelezen, becommentarieert en gedeeld. Niet voor niets wordt er op de zoekterm 'how-to' zo'n 414 miljoen keer per maand gezocht.

Kijkje achter de schermen / in de keuken / op kantoor

Wat gebeurt er eigenlijk bij jou achter de schermen? Wat doe je anders dan anderen? Welke dagelijkse 'rituelen' heb je? Waar ben je op dit moment mee bezig? Hoe wordt het product gemaakt? Genoeg ideeën om je op weg te helpen toch?

Reviews van klanten / gebruikers

'wij van WC-eend' is echt verleden tijd. Als je wilt laten zien hoe goed jij bent of je product is, dan is de ervaring van je klanten/gebruikers heel waardevol. Vraag na afloop of tijdens jullie contact hoe zij het ervaren. Of maak een enquête met een 5-tal vragen en stuur deze naar je volledige klantenbestand.

Tip: vraag voor ze de enquête invullen alvast toestemming om hun ervaring te publiceren.

Interviews met experts

Heb je experts die je zelf hoog hebt zitten? Die je volgt of die echt aanzien hebben binnen jouw werkgebied? Trek je stoute schoenen aan en vraag of ze open staan voor een interview. In veel gevallen zullen zij zich gevlijd voelen en staan ze hier best voor open. Het kan wel zijn dat het langetermijnwerk is (lees: volle agenda), dus plan dit ruim vooruit.



Shoutout naar klanten / samenwerkingspartners

Ben jij trots op de klanten voor wie je werkt? Of de mensen met wie je samenwerkt? Be good and tell it! Ook hier kun je denken aan een interview. Zeker een dubbelinterview op video is hier een heel tof voorbeeld van. Je kunt dan echt herinneringen ophalen en elkaar aanvullen. De kijker krijgt zo het gevoel dat ze er bij aanwezig zijn. Voordeel hiervan is ook dat je klant en/of samenwerkingspartner het ook zal delen en jij hierdoor ineens je bereik verdubbelt!

FAQ

Krijg jij regelmatig vragen? Noteer ze en werk ze uit. Veelgestelde vragen (FAQ) werkt niet alleen perfect als SEO-magneet op je website, maar ook op je socials.

Definities

Maak jij veel gebruik van vakjargon of kent jouw branche veel 'eigen taal', dan zou je deze woorden kunnen 'vertalen'. Net als de FAQ hierboven werkt dit goed als SEO-magneet, maar het zorgt er ook voor dat je in je eigen taal kunt blijven schrijven. Want: je linkt gewoon naar de kennisbank met het desbetreffende woord. Pak je direct een stukje linkbuilding mee.

Eigen voorkeuren (apps, software, filters, merken, producten etc.)

Iedereen die jou of je bedrijf volgt, doet dat met een reden. Dit kan persoonlijk zijn, maar vaak is het om kennis op te doen. Het delen van jouw persoonlijke favorieten slaat dan een mooie brug tussen deze twee. Ga eens door je telefoon; welke apps gebruik je veel? Deel die in een reeks van x aantal. Leg uit waarom je het gebruikt en wat het voordeel is. En natuurlijk waarom het jouw favoriet is. Ditzelfde kun je doen met merken, kledingzaken, producten, instagram filters, software, horecazaken etc.

Previews

Ben je met iets tofs bezig? Wacht niet pas met delen tot het helemaal af is. Het is juist leuk om zo nu en dan alvast een preview te delen. Om mensen te prikkelen. Nieuwsgierigheid maakt hebberig. En dat is precies wat je wilt bereiken.



Trends

Is jouw markt en/of bedrijf onderhevig aan trends? Deel deze! Als ik denk aan interieur, styling, keukens, verlichting, mode, kappers etc. dan zijn daar veel verschillende trends te bespeuren. Door je doelgroep periodiek op de hoogte te houden van deze trends worden ze geïnspireerd. En zien ze meteen dat jij goed weet wat er speelt binnen jouw branche.

Casestudy

Hoe heb jij bepaalde projecten aangepakt? Wat was typerend voor dit project? Werk het uit en zet het online. Potentiële klanten worden niet zomaar klanten. Ze moeten overtuigd worden. Dat zit deels in sociale overtuigingskracht, maar ook in feiten. Dus laat zien wat je kunt en blow them away.

Ontwikkelingen

Welke ontwikkelingen maakt jouw bedrijf door? Of wat speelt er binnen de branche? Ga je evenementen organiseren? Het zijn stuk voor stuk zaken waar je over kunt schrijven.

Boek reviews

Lees jij veel om je kennis up-to-date te houden? Good for you! Je volgers vinden die kennis mogelijk ook heel interessant, maar velen hebben niet het geduld om een boek helemaal uit te lezen (yep, i'm one of them). Als iemand anders dan een boek review plaatst, weet ik zo'n beetje waar het over gaat en kan ik besluiten het toch zelf te willen lezen.

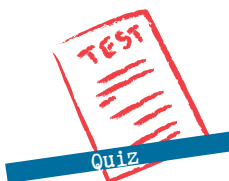
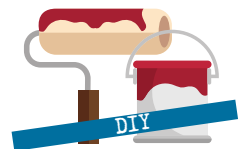
Dat brengt jou direct op een nieuw verdienmodel: affiliate. Want als jij een affiliate partner wordt van bol.com of managementboek.nl dan kun je in je boek review een link plaatsen om het boek te kopen. Schaft iemand na het lezen van jouw artikel het boek aan? Dan is een percentage daarvan voor jou. Kassal!

Actualiteit

Tot slot: actualiteit. Niet in te plannen, maar o-zo-belangrijk. Zeker als de actualiteit jouw bedrijf en/of branche raakt. Hiervoor hoef je niet altijd zelf content te maken. Het delen van een nieuwsbericht volstaat. Mits je hier wel jouw mening of de boodschap die je uit wilt stralen vermeld. Sta je zelf in de media? Deel het dan ook absoluut!



INSPIRATIE VOOR ANDERE **CONTENTVORMEN**





/metjetonline



@metjetonline



jet-van-der-weijden

Met Jet
ONLINE.