CONTENT MARKETING: OMDAT HET MOET

Roularta Local Media
wide is wonderful

THE FAT LADY

KOEN DENOLF

- Founder The Fat Lady
- Writer, speaker, vlogger, teacher, strategist, content prophet
- Vice-president Custo
- Co-author 'Van Marketeer Tot Uitgever' (Lannoo, 2016)

koen@thefatlady.be
@thefatladyBE

THE FAT LADY

1. DE REGGIE-REGEL

HOE UNIEK BEN IK?

LADA

Vergeet USP's, je product of dienst is helemaal niet zo origineel zoals je wel denkt.

Eens je dat beseft, kan je beginnen nadenken hoe je het dan wel origineel kan voorstellen.

2. DE ALEX CALLIER-REGEL

DE KLANT IS VERANDERD

THE CUSTOMER JOURNEY

THE CUSTOMER JOURNEY

Klanten laten zich niets meer wijsmaken, door **verkopers** of **advertenties** met de focus hoe fantastisch je wel bent.

Ze gaan zich uitgebreid informeren, bij vrienden, via social media, het lezen van review sites, enz. Dat betekent dat je moet inzetten op **content marketing**: speel in op hun vragen en zorg dat ze je zien/vinden.

3. DE VINCE THE PRINCE-REGEL

IK HEB EEN VERHAAL NODIG

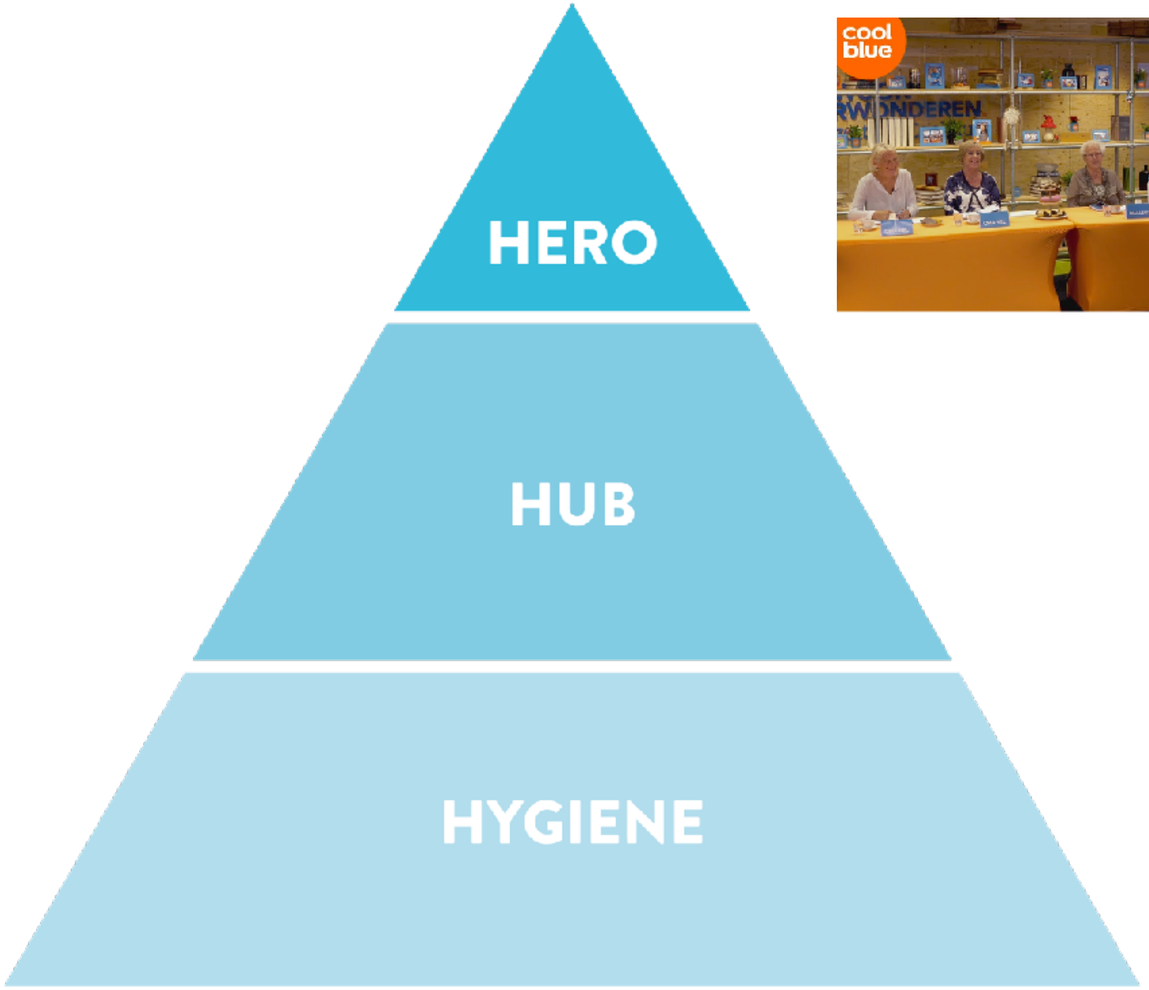
Limburg
Hoe wil jij Limburg ontdekken?
Met het hele gezin
Ik wil iets actiefs doen
Geef mij maar wat cultuur
0
Mijn reis
Naar de website →

Kies voor een verhaal dat uniek en **relevant** is, begeestert, duurzaam is en niet gesteund op het al dan niet slagen van één persoon of feature.

Wees **ambitieus**: als je gaat voor een middle of the road verhaal, zal je niemand aanspreken.

4. DE MARIE KONDO-REGEL

CONTENT OP ELK NIVEAU


HERO
HUB
HYGIENE

cool blue

cool blue
JUNI.
VETSTE PRODUCTEN.

Op zoek naar een laptop? Wij helpen je kiezen.
Coolblue's keuze
› Bekijk Coolblue's keuze
cool blue

Zorg voor content die je verschillende marketingbehoeftes invult: **branding**, **top of mind** blijven en mensen **helpen**.

Zet in op **kwaliteit**, dat is de enige manier om het verschil te maken in de content tsunami die op ons afkomt. met **video** heb je sowieso al een voorsprong.

5. DE GRETA THURNBERG-REGEL

HELP DE WERELD

The Indoor Generation

Zoek een **thema** of **probleem** dat je doelgroep aanbelangt, in de context van je product; dat kan klein of groot zijn, van stress verminderen tot wereldvrede.

Inzetten op **maatschappelijke thema's** kan zorgen voor een behoorlijke draagkracht van je boodschap.

6. DE JAN VERHEYEN-REGEL

VIDEO VIDEO VIDEO

YOUTUBE IS EEN ZOEKMACHINE

content marketing

content marketing
content marketing **institute**
content marketing **explained**
content marketing **strategy**
content marketing **uitleg**
content marketing **video**
content marketing **voorbeelden**
content marketing **joe pulizzi**
content marketing **facebook**
content marketing **examples**

Zoekvoorspellingen melden

2 op 3 mensen **verkiezen video boven tekst** als er van beiden aanbod is over dit onderwerp.

Video op een pagina geeft 50% meer kans om op **pagina 1** te verschijnen **in Google**.

Een boodschap in een video wordt **voor 95% onthouden** versus 10% in tekst.

7. DE JAN DECLEIR-REGEL

VERTEL VERHALEN

definitief afgelopen. Heb je de vorige afleveringen gemist? Hier is een korte samenvatting. Max is een jongetje die naar de planeet Vegetalia gestuurd wordt – waar tovergroentjes groeien – om een einde te maken aan het conflict tussen twee stammen, de Groelies en de Groehaas.

In de vorige episode bundelden Max, de Groelies en de Groehaas hun krachten om de verschrikkelijke Trol te verslaan en koning Groezel de Eerste en prinses Groupie te bevrijden uit zijn grot. Nadat ze een soep vol tovergroentjes gegeten hebben, beginnen ze aan het gevecht. Maar de Trol is sterker dan ze dachten. Max kon de koning al bevrijden. Maar we willen natuurlijk allemaal dat hij ook de prinses redt, niet? Zullen Max, de Groelies en de Groehaas erin slagen?

DE EINDSTRIJD

Om de verschrikkelijke Trol uit te schakelen, slaan Max, de Groelies en de Groehaas de handen in elkaar. De strijdbijl tussen de twee stammen is begraven en ze trekken samen ten strijde tegen de Trol. Herinner je je de Oranje Raket en het spruitpilletje om te verkleinen nog? Die komen ook nu weer heel goed van pas!

Kunnen Max, de Groelies en de Groehaas samen de Trol verslaan die al het water van Vegetalia steelt? Zullen prinses Groupie en Groovy, de chef van verenigde troepen van Vegetalia,

BELUISTER DE ZESDE EPISODE

In deze zesde en laatste episode zitten de avonturen van Max en de Tovergroentjes op de planeet Vegetalia erop. Beluister ze samen met je kinderen op www.delhaize.be/tovergroentjes of scan de code onderaan dit artikel met de Spotify-app. Deze zesde aflevering is ook beschikbaar op Apple Podcast en het YouTube-kanaal van Delhaize. Heb je de vorige episodes gemist? Die kan je gewoon opnieuw beluisteren op deze digitale platforms. De avonturen van het moedige jongetje nemen je kinderen mee op reis naar een buitengewone wereld en toveren een vleugje magie op tafel. Om groenten nóg lekkerder te maken.

De magische avonturen van Max zijn afgelopen, maar je kan ervan blijven genieten op de website van Delhaize. Laat je kinderen het liedje ontdekken en motiveer hen om groenten te eten. Ontdek ook het magische kookboek vol eenvoudige maar onweerstaanbare gerechten met tovergroentjes. En omdat alle manieren goed zijn om je kinderen van groenten te doen houden, zijn er ook de toverborden, die een vleugje magie op tafel zetten en je creatief leren zijn met groenten. Om al deze recepten en toverborden klaar te maken, kan je bovendien rekenen op stevige kortingen die momenteel gelden op een selectie tovergroenten.

www.delhaize.be/tovergroentjes

Ontdek de zesde aflevering en het liedje op Spotify:

Open | Search | Scan

Een manier om meer impact te scoren is **storytelling**; vertel verhalen over de zoektocht, problemen en oplossing.

Laat je verhaal door **mensen** vertellen, want het is mensen die je wil overtuigen, zelfs in B2B.

dancing with the stars

8. DE GERT VERHULST-REGEL

FOCUS

Content Energy

© JOE PULIZZI

Great Line
Content Energy
Blog
Podcast
Research
eNews
Social
Event

© JOE PULIZZI

© JOE PULIZZI

Een blog en Instagram en een nieuwsbrief en een videoreeks op YouTube en een event en een podcast,...: **Doe één ding** fantastisch.

Bouw met dat platform een publiek op en **lukt het niet, kill het** en probeer iets anders. pas als één ding goed werkt, start met het volgende.

9. DE TEMPTATION ISLAND-REGEL

MAAK EEN PLAN

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Blog Facebook Instagram													
2	Adwords Twitter Nieuwsbrieven Contentpartners LinkedIn Pinterest	zo	ma	di	wo	do	vr	za	zo	ma	di	wo	do	vr
3		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
4	Week	52				1							2	
5	Top topicals	Nieuwjaar					3 koningen							
6	ERP normen & warmteverliesberekening				blog									
7					FB Org.									
8	Toilet van de toekomst / douchetoilet												blog	
9													FB Org.	
10													Igram Org.	
11													Twitter Org.	
12														
13														
14														
15	Vloerverwarming : welk materiaal													
16														
17														

Zorg dat je een **contentplan** hebt, met daarop een tijdslijn, kanalen en topics.

Content marketing is een aangehouden **marathon**, het is maar door consequent content te serveren, dat je een band zal opbouwen en sales zal genereren.

10. DE CYPRUS-REGEL

BOUW JE EIGEN PUBLIEK

LEGO® Life is full of your stuff!

WELCOME TO LEGO® LIFE

Focus in de eerste plaats op **eigen kanalen** (‘owned media’).

Bouw een **eigen publiek** op. ‘paid media’ kan daarbij een goede accelerator zijn.

11. DE BART DE PAUW-REGEL

KIES VOOR BETROUWBARE PARTIJEN

Ovenschotels in één klik via Collect&Go

Collect & Go

Ovenschotels zijn comfort food bij uitstek. Deze eenvoudige ovenschotels tover je zo op tafel. En de ingrediënten? Die bestel je in een klik via Collect&Go.

Schrijf je in voor de lekkerste nieuwsbrief!

Jouw e-mailadres

Jouw nieuwsbriefkeuze >

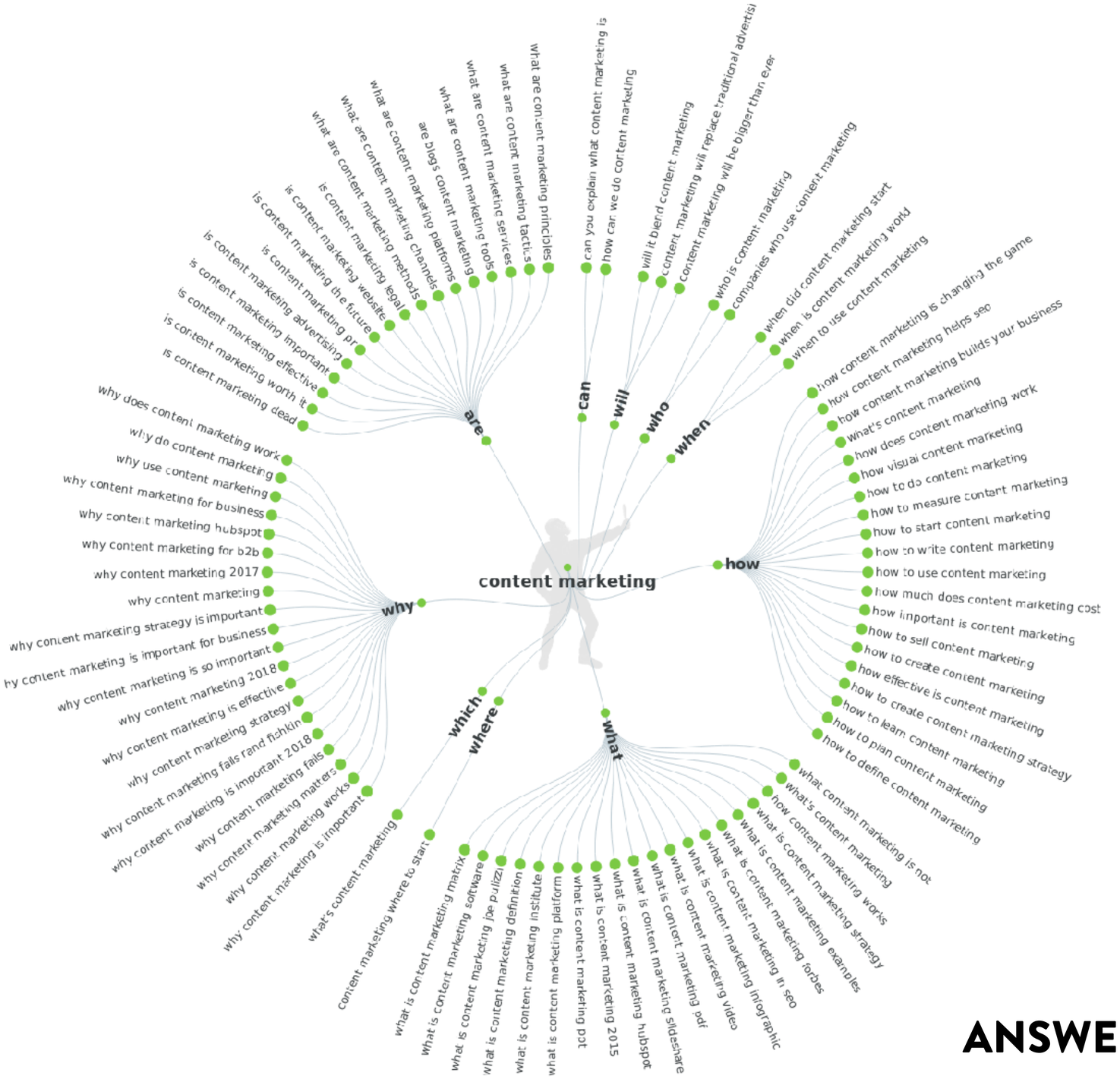
Uitschrijven is op elk moment mogelijk | Privacybeleid

Werk met betrouwbare parters, **waar je publiek al zit**, zeker als je nog geen voldoende groot eigen publiek hebt.

Met content in traditionele media (‘**native advertising**’) kan je ineens veel mensen bereiken. Maak gebruik van hun expertise, uitstraling en bereik.

12. DE HANS & GRIETJE-REGEL

ZORG DAT JE GEVONDEN WORDT



ANSWERTHEPUBLIC.COM

Zorg dat je content geoptimaliseerd is voor zoekmachines, zowel in het aanbod (waar zoeken mensen naar in de context van je product), als de manier waarop het gebracht wordt (SEO).

13. DE LIEVEN SCHEIRE-REGEL

ANALYSEER EN STUUR BIJ

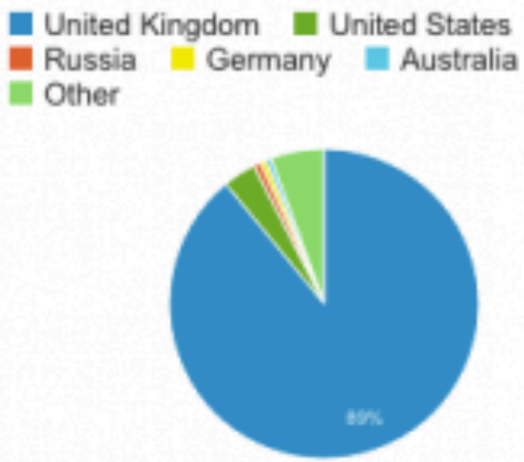
Most Popular Days

Total Users

4,318

% of Total: 100.00% (4,318)

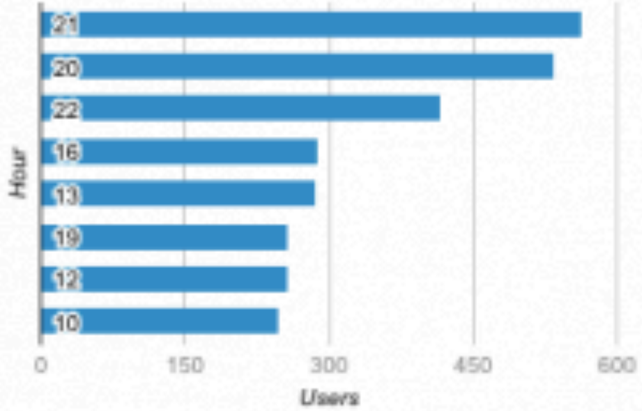
Top Countries



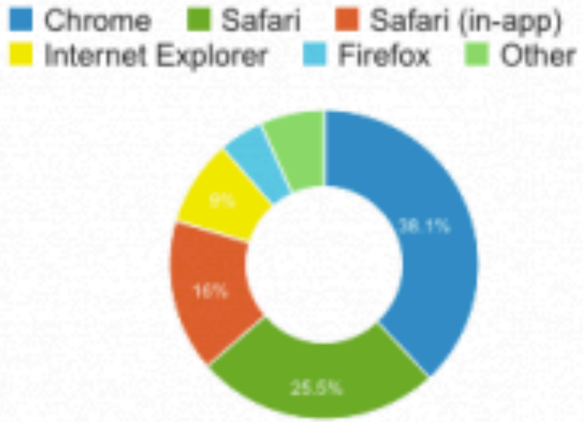
Most Popular Pages

Page	Users	Bounce Rate
/	506	4.14%
[illegible]	399	7.16%
[illegible]	380	9.04%
[illegible]	286	1.68%
[illegible]	281	6.08%
[illegible]	217	7.25%
[illegible]	217	11.95%
[illegible]	204	4.81%
[illegible]	158	10.16%
[illegible]	150	7.83%

Top Hours of the Day



Which Browser They're Using

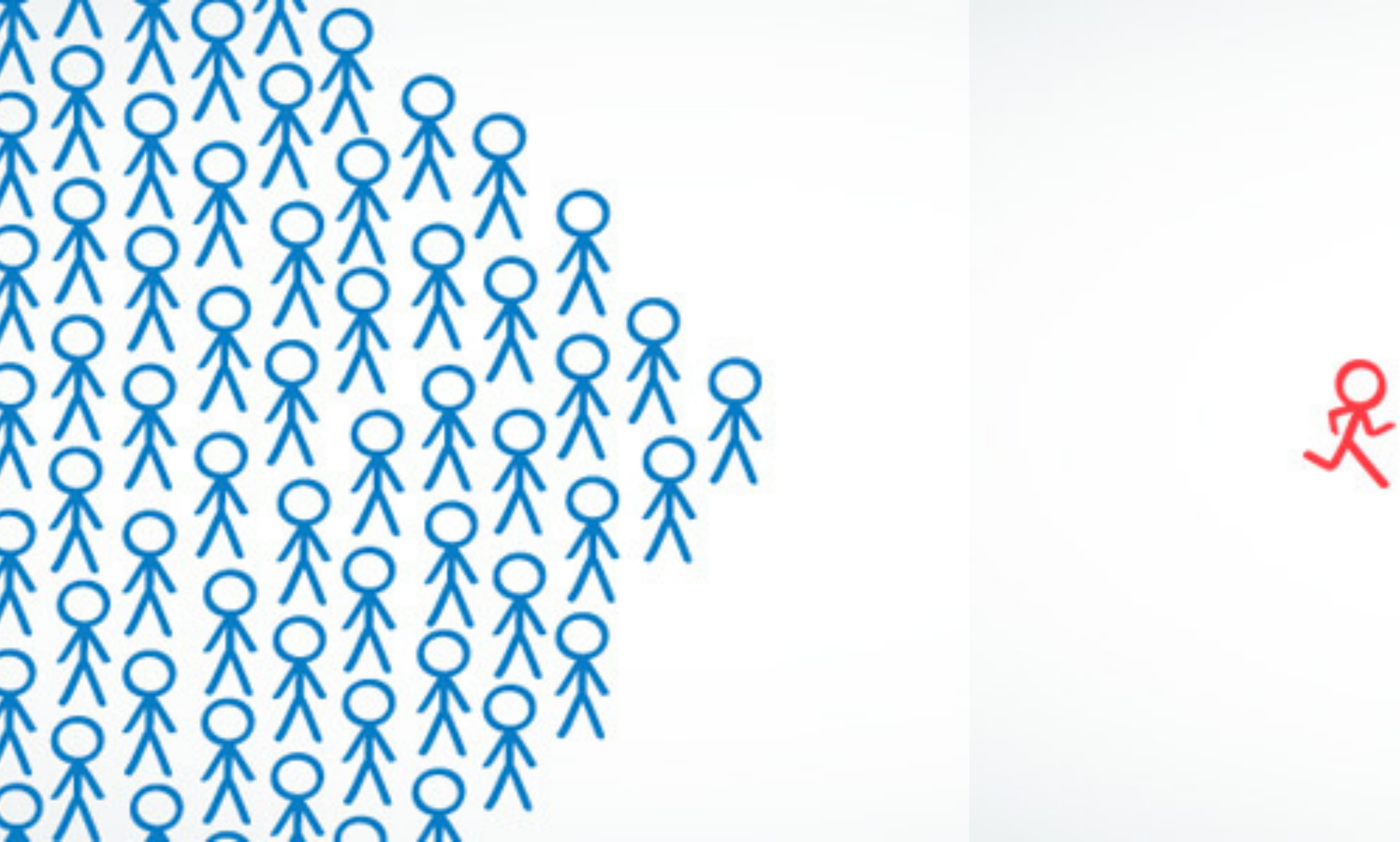


Is Your Audience Mobile, Desktop or Tabl...

Top Cities

Analyseer wat werkt en niet werkt en stuur steeds bij.

Focus op **conversies** en niet ‘vanity metrics’ als het aantal views.



THANKS

ABONNEER OP MIJN VLOG: HTTPS://THEFATLADY.BE/#NEWSLETTER

OPMERKINGEN & VRAGEN: KOEN@THEFATLADY.BE