

Extra rendement uit grote content

Als tijd, aandacht en middelen investeert in grote content, dan wil je daar waarschijnlijk maximaal rendement uit halen. Dat kan op verschillende manieren, maar een manier is om die content flink te promoten zodat zoveel mogelijk mensen het ook echt onder ogen krijgen.

Alleen, content intensief promoten voelt niet altijd goed. Je krijgt dan misschien het gevoel dat je (te) sterk aan het pushen bent of dat je in herhaling valt. Gelukkig is er een oplossing die je helpt om extra rendement te halen uit grote content zonder opdringerig te zijn. Die oplossing is het slim hergebruiken van deze content, want juist grote content leent zich daarvoor.

Wat versta je onder grote content?

Onder grote content reken ik content die veel vraagt qua content creatie, die lang van aard is of die veel impact heeft omdat het bijzondere inhoud bevat. Dan kun je denken aan een:

- E-Book
- Whitepaper
- Rapport of onderzoeksrapport
- Webinar
- Lange video of serie video's
- Podcast

5 tactieken voor het hergebruiken van content

Er zijn 5 manieren om content opnieuw te gebruiken en dat werken zowel voor korte, kleine content als voor grote content:

1. Benut een 1-op-1-kopie van content

Kopieer een artikel van je website bijvoorbeeld naar een LinkedIn-artikel. Een podcast of video upload je op meerdere kanalen.

2. Maak een samenvatting

Kort of lang, een samenvatting gebruik je vaak voor een socialmedia-bericht met of zonder link of in een e-mail of nieuwsbrief. Maar je kunt een samenvatting ook delen als Twitterdraadje of in een ander format (zie punt 4).

3. Gebruik fragmenten uit content ook los

Selecteer pakkende quotes, een opvallende of verhalende afbeelding of verwerk een interessant fragment uit een video of podcast tot een trailer of teaser. Gebruik een fragment zelfstandig of combineer meerdere fragmenten.

4. Maak een vertaling naar een ander content format

Verwerk een podcast of video bijvoorbeeld tot blog of omgekeerd. Verpak de samenvatting in een staande afbeelding of Pin. Maak een infographic of beeldcarrousel van de belangrijkste elementen uit die content. Een boek of e-book verwerk je tot luisterboek.

5. Voeg content samen

Voeg lange blogartikelen samen tot een e-book of combineer een aantal video's of podcasts tot een eigen reeks of afspeellijst. Of hergebruik grote content of meerdere stukken content tot een webinar of online training.



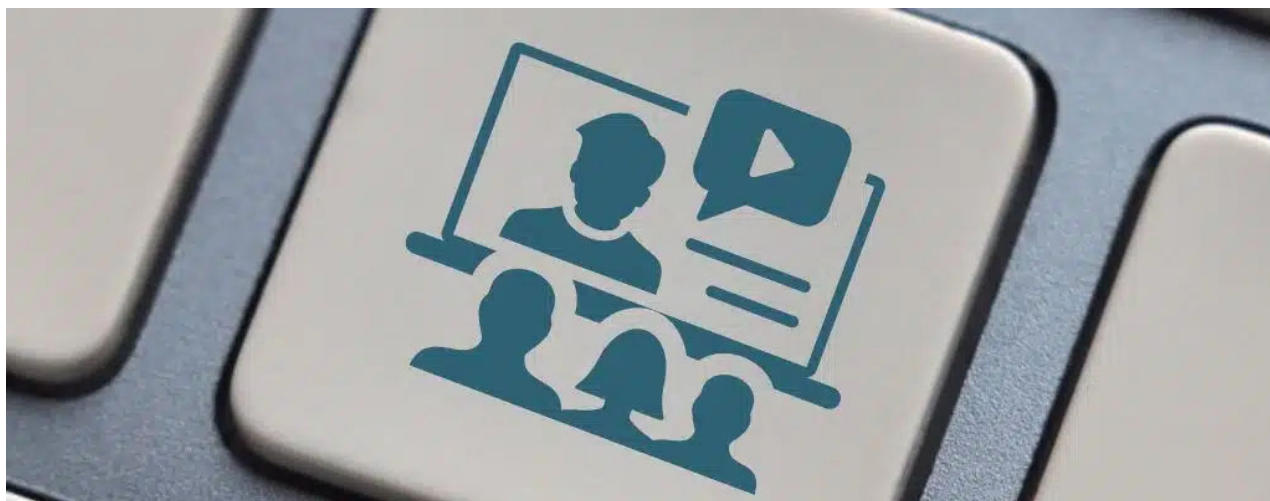
E-book content hergebruiken

De inhoud van een e-book biedt allerlei kansen om het herhaaldelijk onder de aandacht te brengen. Waarschijnlijk krijgt zo'n e-book een prominente plek op je site, zodat het al veel kijkers trekt. Maar je kunt ook verschillende elementen uit je e-book afzonderlijk delen. Denk dan aan:

- De aanleiding voor het e-book.
- De resultaten die het e-book de lezer biedt, ofwel de kernbelofte van het e-book
- De inhoudsopgave.
- Samenvattingen van ieder hoofdstuk (als er meerdere hoofdstukken zijn). Anders een samenvatting van het e-book.
- Belangrijke sleutelbegrippen uit het e-book zoals een of meer definities, modellen of concepten.
- Losse tips uit je e-book die op zichzelf al waarde bieden
- Afbeeldingen en illustraties die je los deelt.
- Inspirerende of prikkelende quotes.
- Het omslag.

Je hoeft echt niet bang te zijn dat je daarmee alles uit het e-book al weggeeft. Waar het om gaat dat je met stukjes uit de inhoud de gretigheid stimuleert: je wilt dat mensen het downloaden of aanschaffen én je wilt waarschijnlijk dat ze de inhoud echt tot zich nemen en gaan gebruiken. Want e-books belanden vaak in een mapje 'handig voor later' om vervolgens vergeten te worden. Juist door de genoemde elementen uit het e-book in te zetten voor hergebruik, stimuleer je die download en het echte lezen ervan.

Je kunt dit hergebruiken ook doen met een e-book dat je inzet als weggever. MITS die weggever voldoende inhoud en omvang heeft en er na het delen van deze elementen nog voldoende interessante informatie overblijft.



Content uit een webinar hergebruiken

Misschien zet je af en toe een webinar of online training in om mensen te laten zien wat je te bieden hebt. Het voorbereiden en geven van zo'n webinar kost aardig wat tijd. Daarom is het handig om vooraf goed na te denken over hoe je de inhoud van je webinar zoveel mogelijk kunt hergebruiken. Daarmee vergoot je het rendement van deze grote content nog extra. Er zijn veel manieren om meer uit een webinar te halen. Hier zijn wat ideeën:

- **Benut de presentatie**

Waarschijnlijk maak je een presentatie in bijvoorbeeld PowerPoint. Sla die dan direct op als pdf en upload die op LinkedIn. Dan wordt het daar een bladerdocument. Dit werkt het best met een presentatie die relatief weinig tekst en veel illustraties bevat, omdat het op LinkedIn visueel aantrekkelijk moet zijn.

- **Hergebruik de samenvatting**

Vaak maak je vooraf een samenvatting om je webinar aan te prijzen. Maar die samenvatting kun je achteraf prima hergebruiken. Als tekst maar ook als video.

- **Maak korte teasers**

Maak teasers van je webinar door de intro of afsluiting als korte, losse video te delen.

- **Plaats de volledige opname op YouTube of Vimeo**

Vervolgens heeft de opname niet alleen daar effect maar kun je hem ook gemakkelijk embedden op je site.

- **Korte, afgeleide video's**

Knip de hele opname juist op in kortere secties van enkele minuten als de inhoud zich daartoe leent. Laat die video's dan als een serie naar elkaar verwijzen.

- **Plaats video's op social media accounts**

Maak je video's, upload deze dan zeker ook naar je social media accounts.

- **Maak een compilatie van fragmenten**

Maak een compilatievideo van de belangrijkste of meest spraakmakende momenten uit het webinar.

- **Hergebruik de audio als een podcast.**

Pas dan wel op met verwijzingen naar wat er tijdens het webinar te zien was op het scherm.

- **Deel de leuke missers uit het webinar**

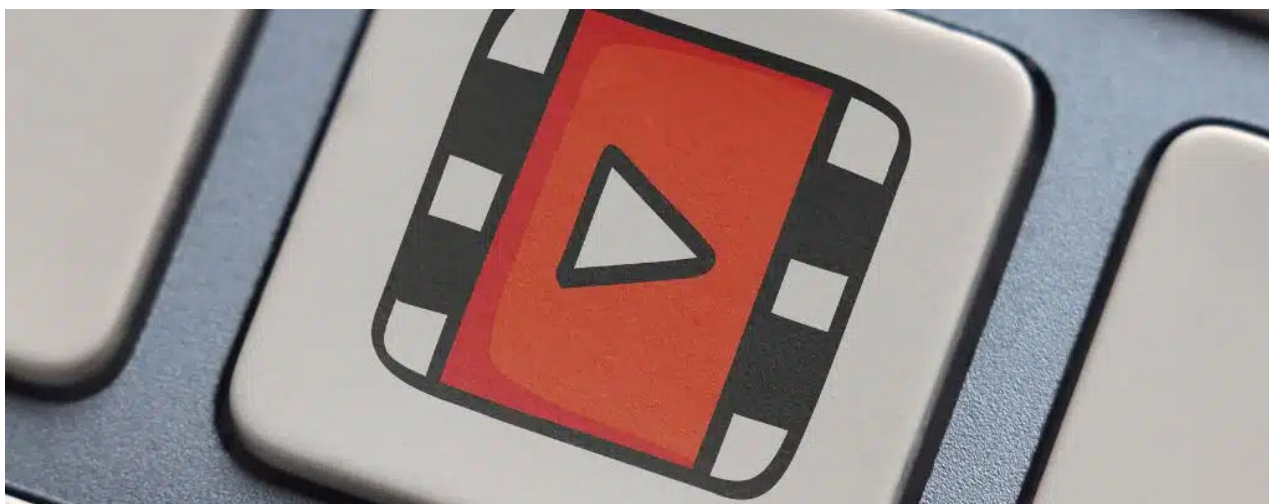
Grappige versprekingen en bloopers kun je zeker los delen.

- **Promoot de webinar gast**

Had je een gast in het webinar maak dan een of meer afbeeldingen van hem of haar in actie.

- **Blik op de voorbereidingen**

Vertel in een losse video of tekst iets over de voorbereidingen van het webinar. Deed je misschien nog een onverwachte ontdekking?



Inhoud van een lange video beter benutten

Alle tips voor het hergebruiken van webinarcontent kun je zeker ook gebruiken voor langere video's. Maar daar heb je nog wat extra mogelijkheden mee:

- **Hergebruik de video thumbnail**

Video's hebben vaak een thumbnail. Die kun je ook elders delen.

- **Verpak de inhoud als artikel**

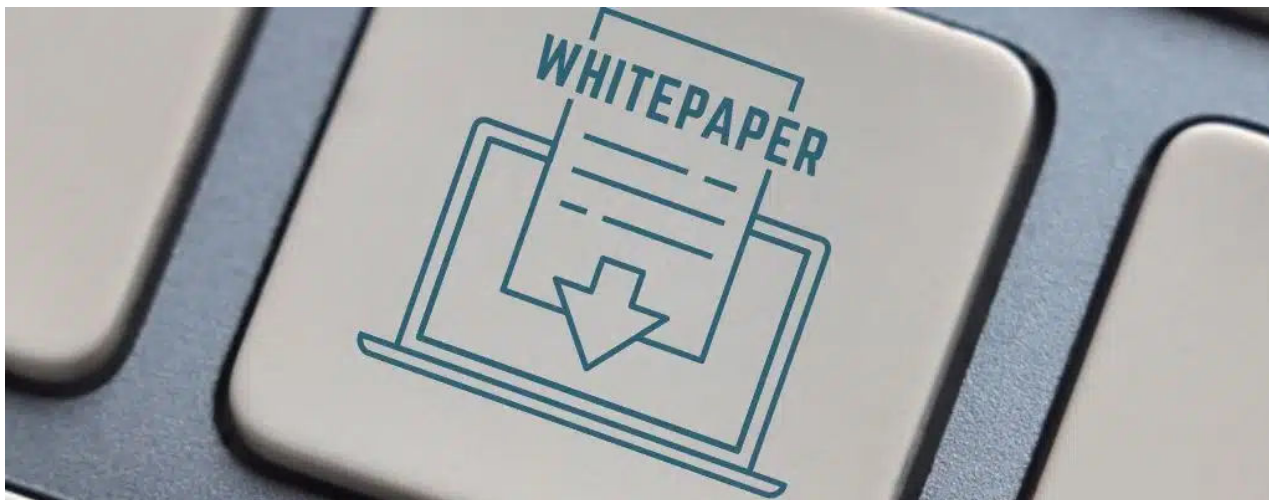
Deze wat langere video's kun je vaak hergebruiken als een blogartikel.

- **Maak een serie gerelateerde video's**

Soms kun je video's bundelen als een serie. In een aparte afspeellijst op YouTube bijvoorbeeld.

- **Ga voor ultrakorte video's**

Het tegenovergestelde van video's bundelen is dat je ultrakorte fragmentjes uit de lange video haalt en hergebruikt als Shorts, Reels of TikToks



Inhoud van een whitepaper of rapport hergebruiken

Een whitepaper of onderzoeksrapport is vaak bedoeld voor mensen die zich ergens echt in willen verdiepen. Dat kan betekenen dat de doelgroep van een rapport of whitepaper niet heel groot is. Maar dat maakt het vaak extra belangrijk dat je die kleinere doelgroep bereikt en dat ze het vaak meermaals moeten zien voor ze actie nemen of jou als afzender op zijn minst onthouden.

Daar komt bij dat dit niet alleen grote content is, het is ook heel arbeidsintensieve content. Dus een extra reden om er alles aan te doen om de inhoud breed bekend te maken. Gelukkig kun je de inhoud van een rapport of whitepaper zeker op een toegankelijke manier ontsluiten door belangrijke elementen uit die content herhaaldelijk in te zetten.

Bij een rapport of whitepaper heb je bovendien twee soorten elementen die je kunt inzetten:

1. De voorbereiding en totstandkoming
2. De uiteindelijke inhoud

1. Voorbereiding en totstandkoming benutten

Begin met op een rij te zetten van alles wat nodig was om dit rapport of whitepaper te maken. Je wilt namelijk laten zien dat er gedegen werk aan te pas kwam en dat de inhoud enorm waardevol is. Deel bijvoorbeeld:

- **De profielen van de expert(s) die het whitepaper maakte(n)**
Die staan waarschijnlijk al in het document.
- **Vertel welke data je verzamelde of wie je waarom interviewde**
Vaak staat de basis hiervoor al in de methodiek van het rapport of de werkwijze van het whitepaper.

- **Laat zien hoe het tot stand kwam en hoe je data verzamelde.**

2. Inhoud en uitkomsten van het rapport of whitepaper

Maar het draait natuurlijk om de uitkomsten of conclusies en die bieden eveneens allerlei kansen tot hergebruik. Denk dan aan het los delen van:

- **De belangrijkste conclusie**
Dat kan in tekst, visual of video.
- **Deelconclusies uitlichten**
Net als de belangrijkste conclusie kun je die op diverse manieren ‘verpakken.
- **Illustraties of afbeeldingen**
Als de inhoud ervan op zichzelf kan staan kun je die zeker los delen.
- **Frappante uitspraken, details of data**
- **Verpakken in een ander format**
Denk dan aan een webinar, uitlegvideo met de belangrijkste informatie of een infographic. Verder kun je vaak meerdere blogartikelen uit een rapport of whitepaper halen.



Content van een podcast hergebruiken

De basis voor dit artikel was een podcast en in de podcast verwijs ik naar dit artikel omdat het met zoveel tips en voorbeelden vaak handig is om ze nog eens na te lezen en eventueel op te slaan. Dus dat is de eerste hergebruikactie, maar er kan natuurlijk veel meer:

- **Verwerken tot een blogartikel**
Daarvoor kun je een de transcriptie gebruiken, maar is daarvoor nog wel een redactieslag nodig.
- **Een of meer audiogrammen maken** Gebruik daarvoor een kenmerkend fragment uit de podcast.
- **Treffende uitspraken uit de podcast uitlichten**
In korte teksten of in een visual.

- **Een samenvatting maken**

Benoem de belangrijkste elementen van een podcast. Dat kan in tekst, video of visueel. Bevat de podcast veel kennis of informatie dan kun je een infographic overwegen.

- **Biografie van de podcastgast**

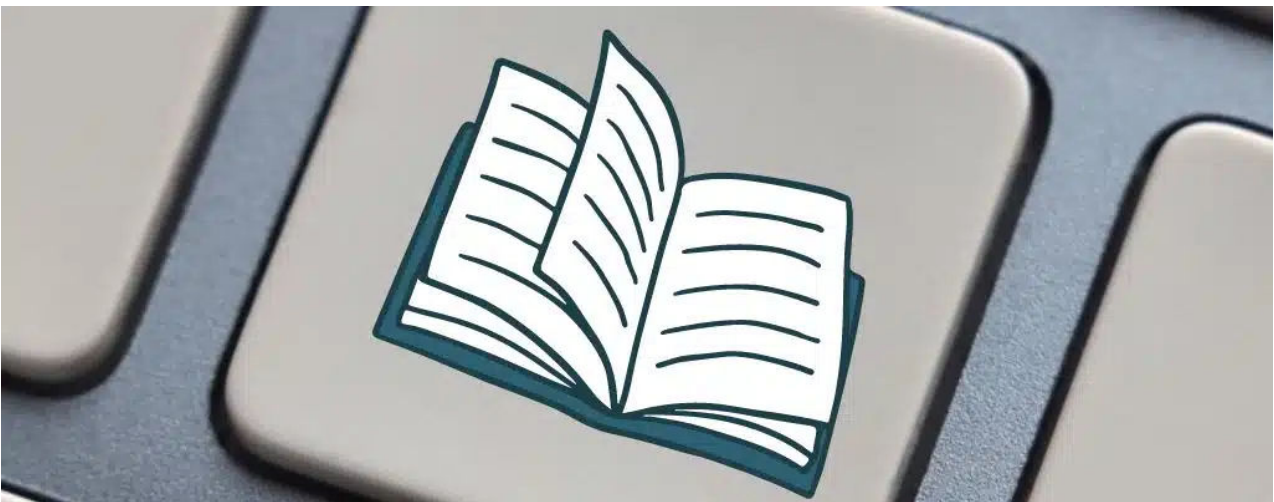
Heb je een gast in podcast, maak dan een korte biografische schets van die gast. Dat kan in tekst, maar dat kun je ook visueel maken.

- **Blik achter de opname**

Deel een blik achter de schermen met foto's, een korte audio of video.

- **Film de opname van de podcast**

Een talking head is niet interessant genoeg om lang naar te kijken, dus selecteer dan een of meer korte fragmenten. Maar een conversatie is dat vaak wel en kun je integraal delen of deel losse fragmenten.



Inhoud van een businessboek benutten

In het maken van een business- of managementboek gaat enorm veel tijd en energie zitten en het vraagt mogelijk ook een flinke financiële investering. Daar wil je dus echt zoveel mogelijk rendement uit halen. Het mooie is dat dat extra rendement van de grote content die een businessboek toch wel is, tegelijkertijd heel goed kan dienen als boekpromotie. Zo sla je twee vliegen in een klap: je gebruikt de inhoud van het boek om beter te laten zien wat je in huis hebt en je vestigt veel vaker de aandacht op het boek zelf.

Gebruik dan zeker allerlei elementen uit het boek zelf, zoals:

- De inhoudsopgave
- Een (fragment uit) het voorwoord of de achterflap.
- Samenvattingen van ieder hoofdstuk.
- Stellingen of ontdekkingen die voer voor discussie zijn.
- Belangrijke definities, modellen of concepten.
- Afbeeldingen en illustraties, los of in combinaties.
- Inspirerende of prikkelende quotes.

Maar gebruik ook elementen uit het schrijfproces, bijvoorbeeld:

-
- Extra leessuggesties.
 - Elementen die het boek niet gehaald hebben.
 - De aanleiding voor het boek.
 - Dingen die jij als auteur hebt geleerd tijdens het schrijven over dit onderwerp.

Grote content verdient het nog meer dan kleinere content om echt slim hergebruikt te worden. Dat levert vaak tijdwinst op en heel veel content die je gedurende lange tijd in kunt zetten voor de marketing van je expertise of organisatie.

Maar het belangrijkste is dat je zo echt veel meer rendement uit grote content haalt en ervoor zorgt dat deze content heel gericht meer mensen bereikt. Dus ik hoop dat ik je met deze tips voor het hergebruiken van een e-book, businessboek, webinar, lange video, podcast en whitepaper of onderzoeksrapport voldoende ideeën aan de hand heb gedaan!