



TIPS

# Contentpromotie

Zo vergroot je het bereik en  
het effect van je content





# Promoot je content maximaal

## **Veel content sterft bijna ongezien een vroege dood.**

Het gaat dan meestal om een blog, artikel, podcast of video die gepubliceerd wordt en slechts eenmalig gepromoot wordt op bijvoorbeeld social media of een nieuwsbrief. Daarna doemt de vergetelheid en dat is zonde. Dat gebrek aan zichtbaarheid is ook helemaal niet nodig als je een van onderstaande tips gebruikt om gepubliceerde content structureel te promoten.

## **1 Verpak je content op meer manieren**

Door het op te knippen of samen te vatten en een onderdeel of samenvatting te delen in een microblog, tekstbericht, geluidsfragment, visual of video op social media. Zie hiervoor de hergebruiktactieken op pagina 3.

## **2 Maak social media verwijzingen en visuals**

Hoewel berichten met een link vaak minder zichtbaarheid krijgen op social media, kunnen ze nog steeds goed werken. Voorzie je berichten wel van een aansprekende visual in de juiste maten. Of kies voor een vierkante en een staande afbeelding (2:3). De vierkante afbeelding past op veel platformen (Instagram, LinkedIn en Facebook). De staande claimt meer ruimte en aandacht op social media en past op Pinterest, LinkedIn, Facebook en kan de basis vormen voor een story op Instagram.

## **3 Haal het maximale uit interne links**

Plaats je iets nieuws op je site, kijk dan welke oude content hier naar kan verwijzen. Dat zorgt voor meer ogen voor je content maar wordt al te vaak vergeten. We plaatsen wel links naar oudere artikelen vanuit een nieuw artikel, maar vergeten om terug te gaan naar oude artikelen die gerelateerd zijn om van daaruit naar een nieuw artikel te verwijzen. Maar die oude content krijgt al bezoekers (als het goed is) en kan dus extra verkeer naar nieuwe content genereren.

## **4 Deel je content veel vaker**

Gebruik een planningstool waarmee je een nieuw stuk content direct meerdere keren inplant op al je social media kanalen. De meeste bedrijven zijn veel te terughoudend met delen, maar mensen zien niet alles wat je op je social media plaatst.

## 5 Geef een extra verwijzing in je nieuwsbrief

Niet iedere abonnee leest elke nieuwsbrief die je stuurt. Verwijs in iedere nieuwsbrief daarom nog even kort naar de content die in de vorige nieuwsbrief stond. Onder het motto 'mocht je dit gemist hebben'. Dat zorgt altijd voor extra lezers of kijkers.

## 6 Gebruik (eigen) kenmerkende hashtags

Met een doordachte hashtagstrategie maak je content beter vindbaar. Hashtags worden op alle social media gebruikt, zelfs op Facebook dat ze jarenlang negeerde. Op Instagram en Pinterest is goed gebruik van hashtags eigenlijk onmisbaar. Hier vind je een [checklist voor het optimaal gebruiken van hashtags](#).

## 7 Vraag anderen om je content te delen

Zorg voor social sharing knoppen op je site. Voor het delen van content op social media worden ze een stuk minder gebruikt dan een paar jaar geleden, maar er wordt nog veel gedeeld via mail. Met de knoppen en een goede call-to-action breng je mensen op het idee én maak je het gemakkelijk.

## 8 Bied een artikel ook als download aan

Mensen willen een interessant artikel graag bewaren. Zet daarom een PDF van een goed artikel onderaan de pagina die mensen zonder barrières kunnen downloaden en bewaren. Een deel belandt in het digitale archief waar het mogelijk verdwijnt, maar een deel zal vaker gebruikt worden. Zorg dat in de PDF een link terug naar je site zit. Met PrintFriendly.com hoef je alleen maar de url in te voeren en kun je gratis je PDF downloaden. Die kun je eventueel eerst nog bewerken.

## 9 Kopieer geschreven content naar andere sites

Als je content enige tijd (enkele dagen) op je site staat kun je het gerust naar andere sites kopiëren. De oorspronkelijke site zal in ogen van Google de originele auteur blijven. Dus kopieer je tekst gerust naar een LinkedIn artikel (Pulse), een Facebook notitie of een andere website waar je onder jouw (bedrijfs)naam artikelen mag delen.

## 10 Gebruik social media groepen

In de meeste groepen op Facebook mag je geen links naar eigen content delen en dat geldt ook voor een deel van de LinkedIn groepen. Maar in sommige groepen mag het wel en in groepen waar het niet mag kun je een samenvatting of een deel delen als microblog. Mensen die het interessant vinden zullen op het account van de afzender klikken voor het hele artikel of gaan op zoek naar je website.



# Hergebruiken van content

**Slim hergebruiken van content is de sleutel tot meer ogen en uren voor wat je maakt. Er zijn 5 tactieken bij het hergebruiken van content. Maak je een nieuw artikel, video of podcast zet dan iedere tactiek in, zodat er direct spin-off content ontstaat die de basiscontent kunnen promoten.**

## 1 De 1-op-1 kopie

Bekijk waar je een kopie van je content kunt inzetten. Bijvoorbeeld door een blogartikel ook als LinkedIn artikel op een profiel of bedrijfspagina te delen. Of deel deze op een andere site waarbij je vermeldt dat het oorspronkelijke artikel op jouw site staat.

## 2 Maak een samenvatting

Een samenvatting is ideaal voor een bericht op social media, eventueel met link naar de volledige basiscontent. Als je meteen meerdere samenvattingen maakt, heb je direct meerdere berichten die je verspreid over de tijd kunt inplannen op social media. Een samenvatting is ook fijn voor je nieuwsbrief, voor een verwijzing op je website vanuit andere, bestaande artikelen of als toelichting bij een video op YouTube of een podcast. Samenvattingen zijn multi-inzetbaar.

## 3 Kies een aantal fragmenten

Elke basiscontent bevat elementen die je ook los kunt gebruiken. Denk aan afbeeldingen, quotes of treffende uitspraken of aan de conclusie. Wanneer je minimaal drie fragmenten kiest, heb je direct drie social media uitingen over je content.

## 4 Vertaal content naar een ander format

Veel content is geschikt om naar een ander format te vertalen. Zo kun je van een podcast een blogartikel maken of andersom. Hetzelfde geldt voor wat langere video's. Maar je hebt meer opties afhankelijk van de inhoud. Vertaal die inhoud of de highlights eruit bijvoorbeeld naar een staande visual of zelfs een infographic. Bedenk welk format bij je boodschap past, je doelgroep aanspreekt of aansluit bij het algoritme van je belangrijkste social media kanaal.

## 5 Voeg content samen

Bundel een serie artikelen samen tot een e-book. Rijg een serie bij elkaar passende social media berichten aan elkaar door een gemeenschappelijke, onderscheidende hashtag. Of bundel video's op YouTube in een playlist.

## Over Sstroop Contentmarketing

Sstroop is gespecialiseerd in de combinatie van contentstrategie en thoughtleadership. Door content strategisch in te zetten bouw je namelijk gericht en gestaag aan je expertmerk:

- Jij en je expertise worden beter zichtbaar en vindbaar
- Je doelgroep herkent én erkent je expertstatus
- Je aanbod is op het juiste moment zichtbaar

## Gratis Content Kennisbank

In de gratis [Content Kennisbank](#) vind je behalve deze checklist nog veel meer: checklists, stappenplannen, best practices, tools, tutorials en meer. Alles om je te helpen bij het maken van doeltreffende content die je expertise ondersteunt.

## Expertmerk Academie

De [Expertmerk Academie](#) bevat online masterclasses die je gericht helpen bij specifieke acties. Denk aan het tonen van je expertise op LinkedIn of op je website, het realiseren van een onderscheidende expertpositie of om effectiever te bloggen.