

Contentstrategie voor de zorg

Yard Digital
12 maart 2020



PATIENT helpen KIEZEN voor jou

Verhalen van mensen
(naast bullits met
voordelen)

Storytelling (organisatie
als held): welk probleem
hebben jullie opgelost

Reviews



PATIENT BEGELEIDEN

Vanuit zorgcyclus
(symptomen, diagnose,
behandeling, nazorg)

Praktische content
(checklist, stappenplan,
infographic, ...)

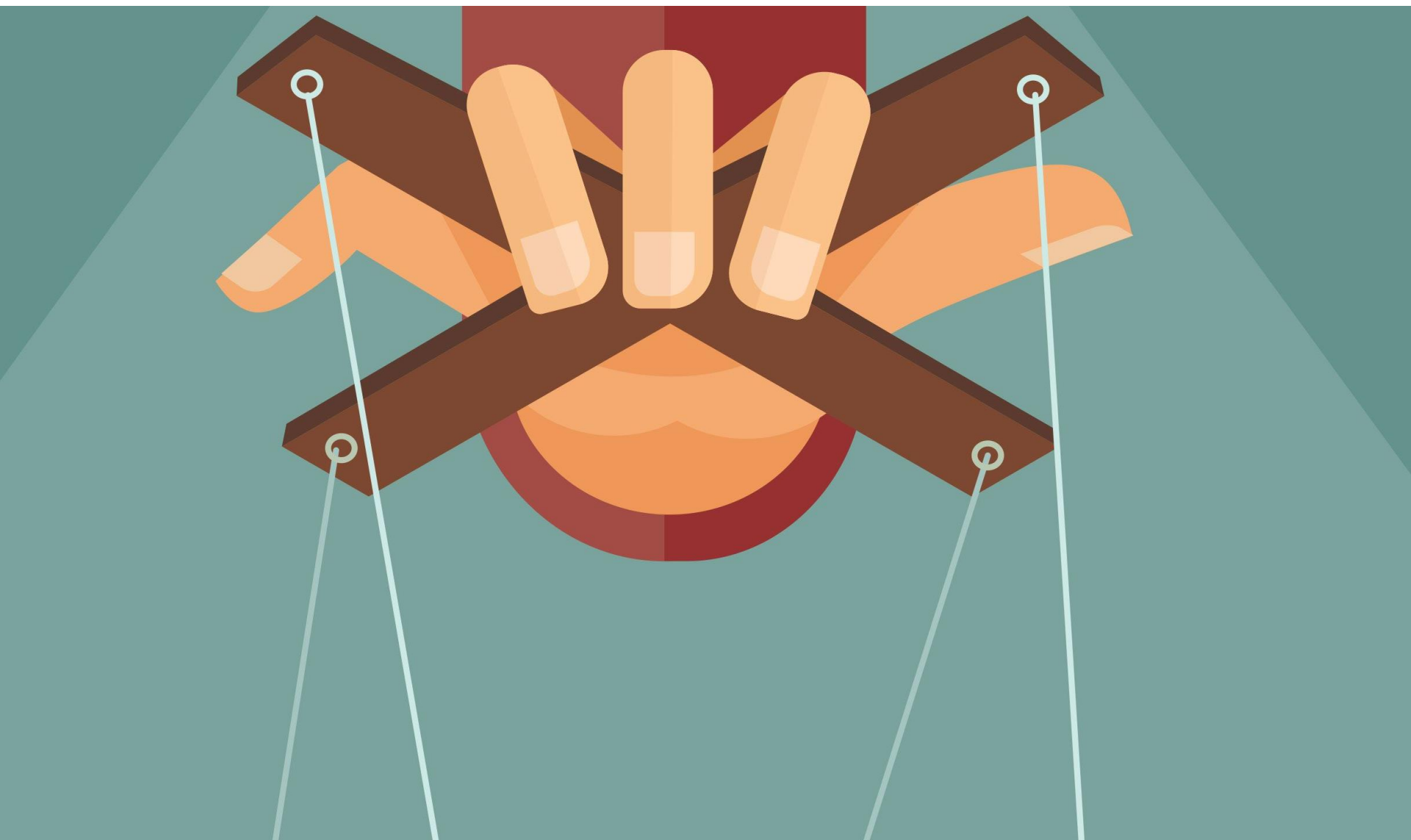


KENNIS verstrekken

Bloggen met duiding
(wetenschap, actualiteit)

Feiten & fabels (quiz)

Experts aan het woord
(factsheets, webinars,
vlogs, podcast)



LOBBY voor de ZORG

Columns

Op maat externe kanalen

Zichtbaar

Deelbaar en herhaalbaar



WERVEN PERSONEEL

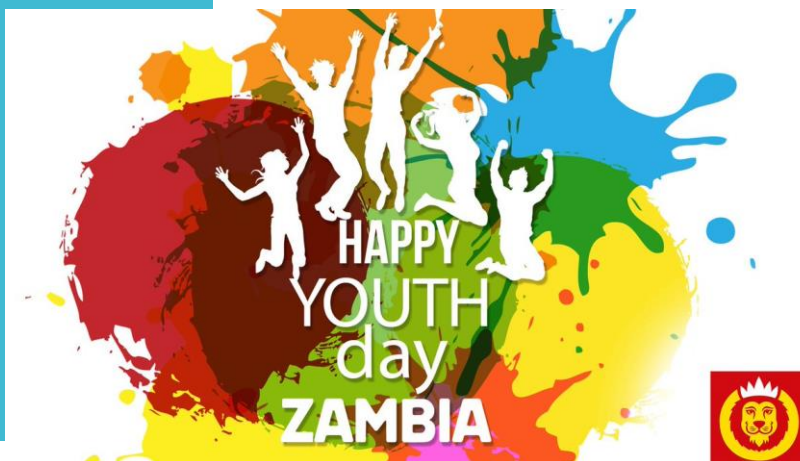
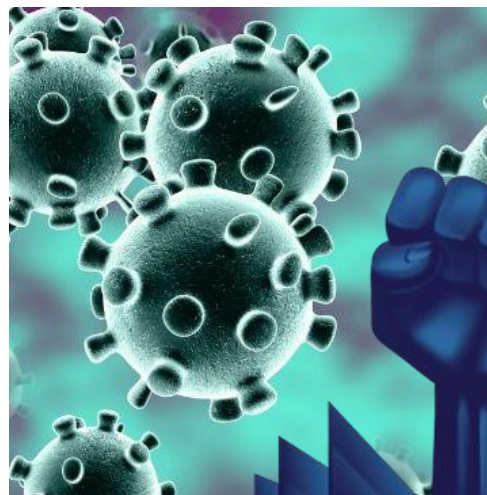
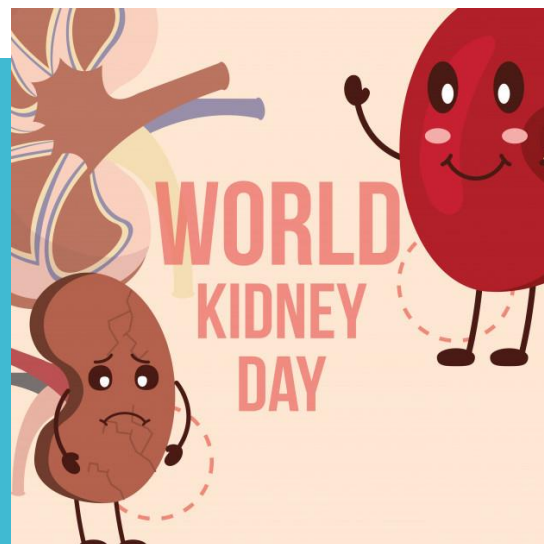
Laat mensen aan het
werk zien

Vergeet de niches niet

AANPAK



12 maart 2020



MAURITIUS INDEPENDENT DAY

shutterstock.com • 1034140042

Contentkalender voor de zorg

- Ziekte dag
- Actuele ontwikkelingen
- Zorgcyclus van de patiënt
- Wetenschappelijk onderzoek
- Politiek (Prinsjesdag, nieuwe wetgeving, agenda Tweede Kamer, verkiezingen, ...)
- Klassieke inhakers

PLANNING

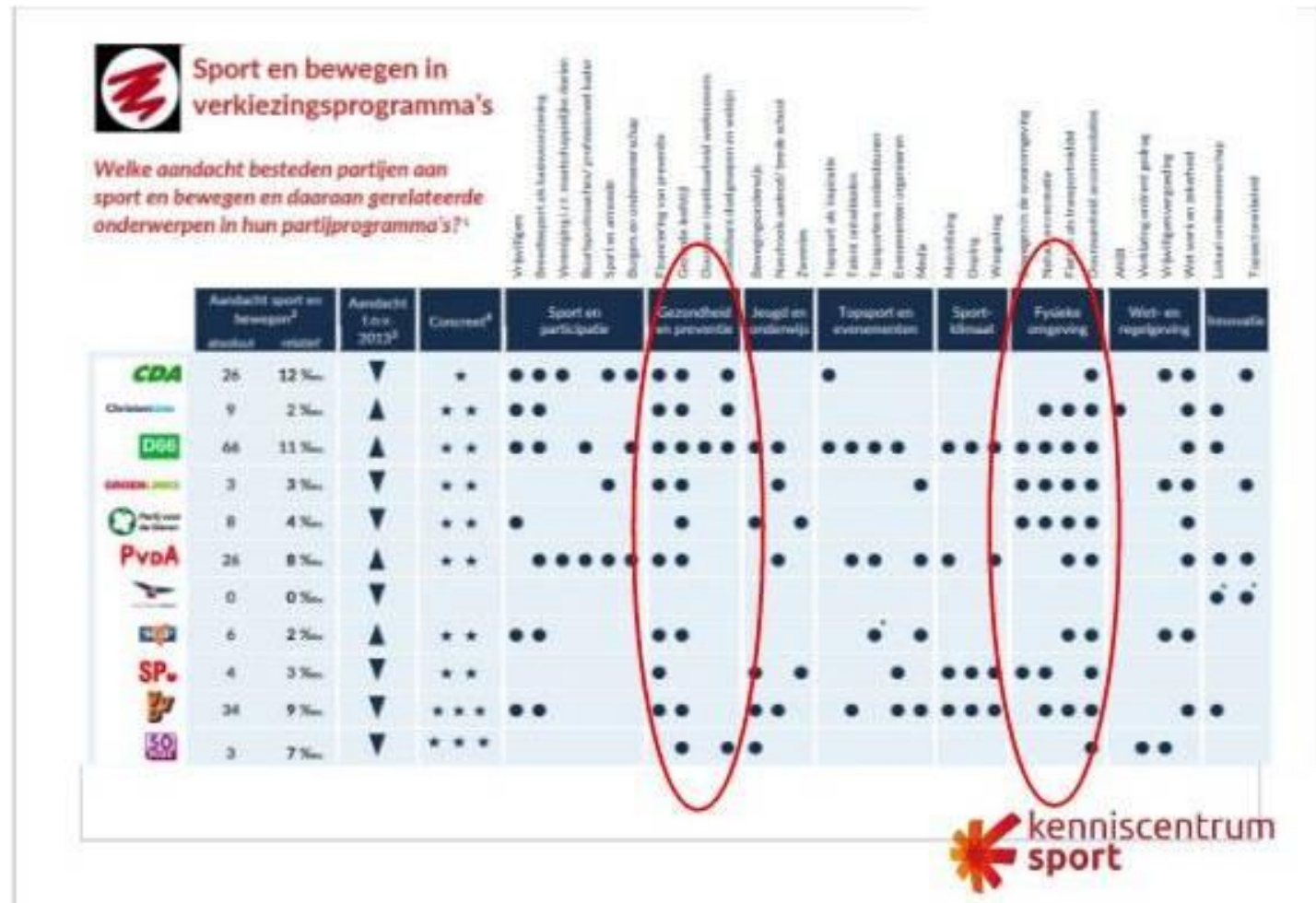
The screenshot displays a Trello board named "Social Blog Editorial" with a URL of <https://trello.com/b/y8odMqUm/social-blog-editorial>. The board is organized into five columns representing a content pipeline:

- Content Ideas:** Contains cards such as "We'd love your ideas! Care to tweet us at @buffer? :)", "How we use this board" (with a 🤖 emoji), "Buffer Guide to Holiday's Marketing", "The Buffer guide to Twitter marketing", "10x: How to get Instagram followers", "Creating The Perfect Facebook Ad: 50 Examples To Help You Get it Right", and "The Ideal Facebook Event Photo".
- Pipeline (ready to be written):** Contains cards like "Start here: Template Trello card for posts in the pipeline", "Facebook's Latest Push for Video is Here: 10 Things Marketers Should Know About Facebook Watch", "How to Use Facebook for B2B Marketing", "How Affordable Influencer Marketing Can Drive Sales", "How to Measure ROI for Influencer Marketing", and "What Facebook Page Posts Drives the Most Engagement and Why, According to Buffer Data/100,000 Facebook Posts".
- Content to Relaunch:** Contains cards such as "The Complete Guide to Getting Started with Facebook Ads", "Everything You Need to Know About Snapchat Geofilters (And How to Build Your Own)", "7 Social Media Engagement Metrics for Tracking Followers and Growing Community", "Guides & Courses How to Create the Perfect Facebook Page for Your Business: The Complete A to Z Guide", and "Twitter Video: The Marketing Advantage No One Is Using... Yet!".
- In Progress:** Contains cards like "Coding for Marketers: XX Tips and Tricks to Help You Master Code", "Complete guide to social media analytics", and "Social Media Will Replace TV".
- Editing:** Contains cards such as "How to Schedule Reach and Eng..." and "It's Time to Re... Post on Social... What to Do Ins...".

Each card includes a progress bar at the top, a title, a brief description, and engagement metrics (likes, comments, and shares). The board interface includes a top navigation bar with "Boards", "Trello", and user avatars, and a right sidebar with a "Calendar" and "Show Menu" option.

Voorbeeld

Sport in verkiezingsprogramma's



AFZENDER

AUTORITEIT



'PEER'



EXPERT



INFLUENCER



Opbouw artikel Allesoversport.nl

Titel: 65 tekens

- Maak het genre duidelijk
- Wees concreet en dek de lading
- Gebruik trefwoorden die matchen met zoekgedrag van de doelgroep

Intro: 120 tekens á 20 woorden

- Maak in 1 of 2 zinnen duidelijk welke vraag dit artikel beantwoordt
- Maak nieuwsgierig tot verder lezen
- Gebruik trefwoorden die matchen met zoekgedrag van de doelgroep

Highlights:

- ...
- ...

- Overweeg om bovenaan je artikel de 3 belangrijkste inzichten voor de lezer al te delen, als trigger om door te lezen.

Alinea mét tussenkop: 200 woorden

- Gebruik relevante trefwoorden in de tussenkop, die de alineaalading dekken
- Belangrijkste boodschap staat bovenaan in de alinea
- Gebruik bullits voor opsommingen voor meer overzicht
- Gebruik signaalwoorden die je verhaal structureren (daarom, kortom, vervolgens, daarnaast, enz.)

Verrijk jouw artikel met deze elementen

Test/
Poll

Video

Voorbeeld
uit
praktijk /
actualiteit

Inter-
ventie of
instru-
ment

Publicatie
Kennis-
bank

Gerela-
teerde
artikelen
Allesover
sport

Informatie
websites
partners

Quote van
een weten-
schapper

Enz.

- Geef deze elementen waar mogelijk een plek in jouw artikel.
- Gebruik ze niet alleen aan het eind, maar juist ook al bovenin en tussendoor.
- Zo wijs je lezers op onze producten, leg je relevante verbanden, stimuleer je interactie en voeg je waarde toe.

Zorg voor call to action

Vraag
om een
tip of
mening

Bied
factsheet
of white
paper

Verwijs
naar
congres

Nodig uit
de auteur
een vraag
te stellen

Vraag om
praktijkv
oorbeeld
/ ervaring

- Bepaal doel artikel (iets downloaden, ergens voor aanmelden, interactie aangaan, ...).
- Zorg dat de lezer een vervolgactie kan doen.
- Gebruik deze triggers niet alleen aan het eind, maar juist ook al bovenin en tussendoor.
- Waar mogelijk vragen we om een mailadres.

Auteur

- Zorg voor een actueel profiel, mét contactgegevens, waarin jouw expertise duidelijk wordt.
- Nodig de lezer aan het eind expliciet uit om maatwerk advies in te winnen.

CONTENT FORMULE

- Zorgt voor uniformiteit
- Tastbaar op de bureaus
- Minder discussie

CONVERSIE / CALL TO ACTION

- Vragen? (ik wil meer weten)
- Downloads (ik wil diepere informatie)
- Reacties (dit vind ik ervan)
- Actie (ik meld me aan)
- Herhaling (ik word abonnee)
- Commercie (ik bestel)
- Kennis (ik ga dingen andere doen, omdat ik nu meer weet)

Jouw doelgroep kan / weet / wil straks **X**
Doordat ze **Y** hebben gezien
Via **Z**

CHECK

Sarah Wouters

Contentadvies & -creatie
sarah@sarahwouters.nl



ALLES OVER
SPORT



Ministerie van Buitenlandse Zaken

oranje
fonds

Doe je mee?

agora
Leven tot het einde!