



**1 Ga warmdraaien:** van welke onderwerpen en issues weet je veel, waar ligt je expertise, waar loop je warm voor? Wat speelt er nu en straks in de markt? Denk na hoe je gezien wilt worden en hoe jij waarde toevoegt.

**Mijn expertise:**

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_

**Trends en actualiteiten:**

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_

**2 Verplaats je in de klant:** vraag 10 klanten en relaties met wat voor soort informatie je ze kunt helpen. Wat houdt hen bezig, wat zoeken ze op internet? Dat is niet gek en eng, maar wel slim. Deze mensen zullen je graag antwoorden:

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_
- 4 \_\_\_\_\_
- 5 \_\_\_\_\_

- 6 \_\_\_\_\_
- 7 \_\_\_\_\_
- 8 \_\_\_\_\_
- 9 \_\_\_\_\_
- 10 \_\_\_\_\_

**3 Maak een overzicht** en indeling van onderwerpen die uit je analyse en de klantgesprekken komen. Maak een shortlist. Bepaal welke vorm je content krijgt en maak een reële planning.

**Shortlist:**

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_
- 4 \_\_\_\_\_

**Vorm en planning:**

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_
- 4 \_\_\_\_\_

**4 Zoek de balans:** balanceer behendig tussen kennis en promotie. Zoek ook inhoudelijk de balans. Ga je voor een lange tekst bouw hem dan goed op, zodat je de lezer tot aan het eind betrokken houdt.

**Kennis:**

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_

**Promotie:**

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_

**5 Schrijf voor mensen:** houd bij het schrijven de klant steeds voor ogen. Je weet waaraan hij (of zij) behoefte heeft. Dus je maakt content die écht deze problemen oplost en hem deze oplossingen biedt:

**Problemen:**

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_

**Oplossingen:**

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_

**6 Stel je in op betekenis:** beter met enige regelmaat iets goeds van waarde en lengte maken waar je voor gaat, dan vaak iets maken dat kort is omdat je vindt dat het moet. Maak bruikbare content!