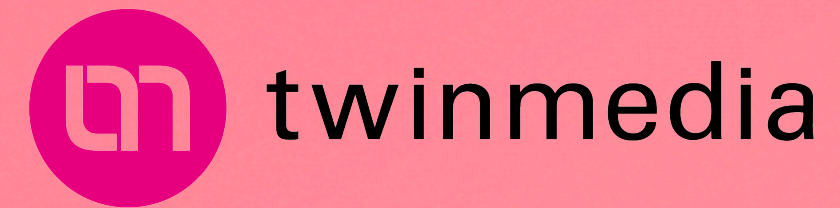




HOE EFFECTIEVE STORYTELLING LEIDT TOT BETERE RESULTATEN

De kracht van content





1. Introductie
2. Contentmarketing als brandstof voor bedrijfsgroei en klantrelaties
3. Storytelling als onderdeel van je contentmarketingstrategie
4. De motor achter effectieve contentmarketing
5. Informeren, inspireren & interactie
6. Bite, snack & meal
7. Divers content menu
8. Een voorbeeld uit de praktijk



Wie is Rein Vogel?

Ik ben Rein Vogel en werkte als art director voor verschillende commerciële publicaties, zowel in Nederland als in Australië. Toen ik terugkwam naar Nederland ging ik werken bij verschillende contentmarketing en communicatiebureaus als art director en content director. Daar ontwikkelde en implementeerde ik contentmarketingstrategieën voor verschillende merken. In februari ben ik begonnen bij Twin Media om met mijn passie voor creativiteit en strategie de toekomst van het bedrijf vorm te gaan geven.

Twin Media

Wij zijn Twin Media en wij zijn denkers én doeners. Met onze strategische visie en creatieve uitvoering zetten wij merken in beweging. Wij geven graag advies waar je als merk écht wat aan hebt. Als multidisciplinair contentbureau willen wij altijd de beste oplossing vinden. Met jou en met jouw organisatie.



A pair of hands is shown holding a glowing lightbulb. The lightbulb is illuminated from within, casting a warm, golden glow. The hands are positioned around the base and sides of the bulb, with fingers gently gripping it. The background is dark and out of focus, making the lightbulb and hands the central focus of the image. The overall mood is one of inspiration and innovation.

1. Contentmarketing als brandstof voor bedrijfsgroei en klantrelaties



Waarom contentmarketing?

Contentmarketing is essentieel voor effectieve marketing. Het delen van waardevolle content bouwt vertrouwen en relaties op met je doelgroep, waardoor je je merk als autoriteit kunt positioneren en gezien wordt binnen je vakgebied. Daarnaast kun je inspelen op de behoeften van je doelgroep en de betrokkenheid van hen vergroten, wat leidt tot maximale conversie.



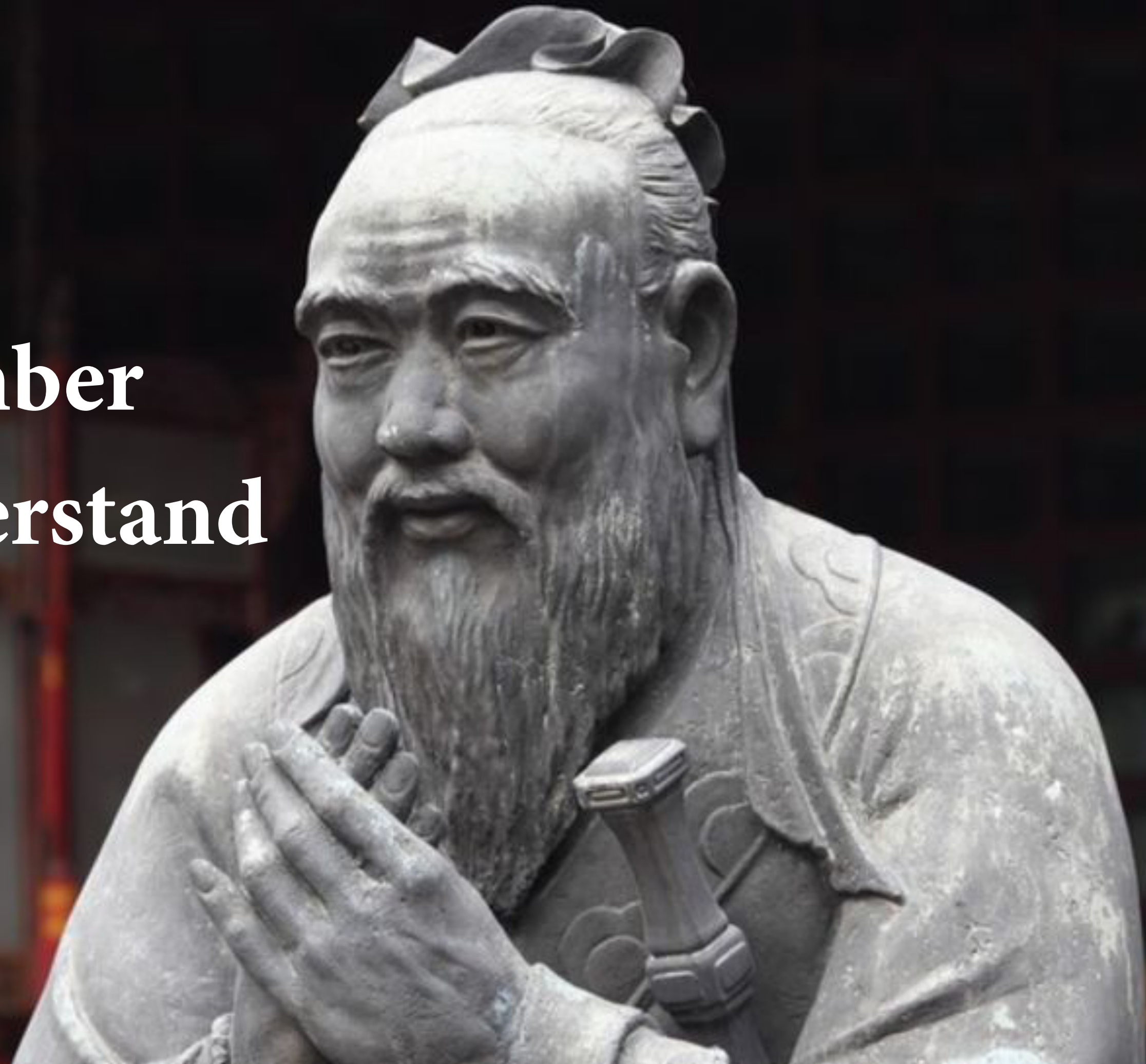
Campaigns need
a big idea
Great content marketing
a big story

DE KRACHT VAN VERHALEN

2. Storytelling als onderdeel van je contentmarketingstrategie



Tell me, I will forget
Show me, I will remember
Involve me, I will understand





Waarom storytelling?

Sterke verhalen, zowel online als offline, verhogen de merkconversie en diepgang, en vergroten de waardering ervan. Ze creëren een blijvende emotionele band met het publiek en verspreiden zich als een lopend vuurtje, waardoor je snel een groot publiek kunt bereiken.



CONTENT CREATIE

3. De motor achter effectieve contentmarketing

**5% van alle
contentmarketing
is goed voor 90%
van alle engagement**



De noodzaak van content creatie

Een contentkalender is essentieel voor het consistent leveren van relevante content aan je doelgroep. Het biedt structuur en richting, waardoor je vooruit kunt plannen en waardevolle content georganiseerd kunt creëren en delen. Dit zorgt voor regelmatig contact met je doelgroep en draagt bij aan het behalen van je doelstellingen.



Content creatie op maat

Het creëren van content voor diverse kanalen en doeleinden - van uitgebreide 'maaltijden' tot snelle 'snacks' en hapklare 'bites' - is een slimme manier om een gevarieerd publiek aan te spreken. Op maat gemaakte content voor verschillende platforms zorgt voor effectieve communicatie en verbeterde betrokkenheid bij je doelgroep.

Het bereiken van de juiste doelgroep

Het is niet voldoende om geweldige content te creëren; je moet er ook voor zorgen dat deze de aandacht krijgt van je doelgroep. Door strategische distributiekkanalen te kiezen en effectieve promotietechnieken toe te passen, zoals sociale media, e-mailmarketing, SEO en samenwerkingen met influencers bijvoorbeeld, vergroot je de kans op betrokkenheid en interactie met je doelgroep.



Content als motor voor leads

Leadgeneratie is essentieel in elke succesvolle marketingstrategie, waarbij content een centrale rol speelt. Door waardevolle content te bieden die aansluit bij de behoeften van je doelgroep, trek je potentiële klanten aan en breng je ze in contact met je merk. Informatieve blogs, boeiende video's en nuttige whitepapers zijn krachtige tools om leads te genereren en je sales funnel te voeden.

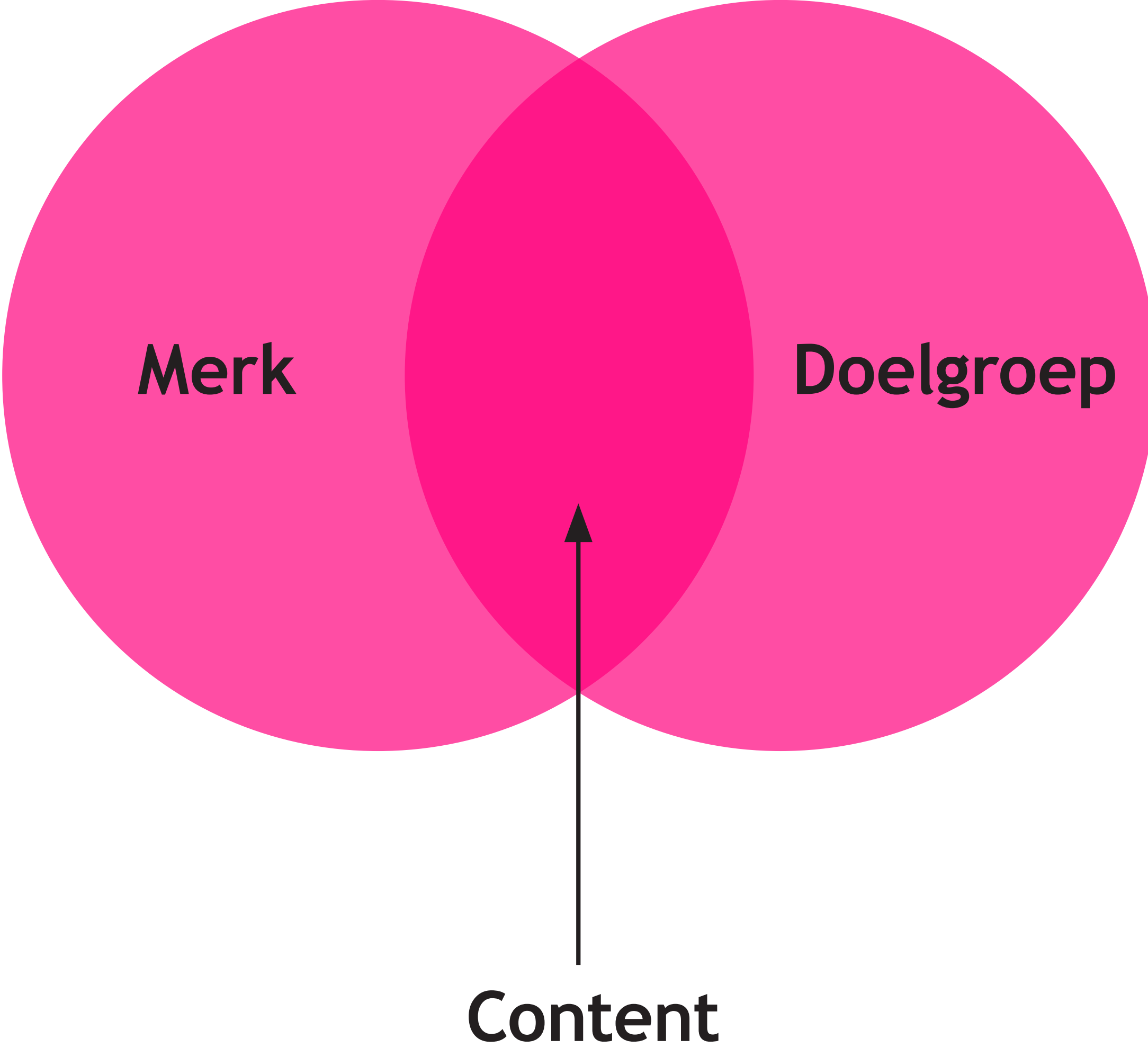
Sterke klantenbinding als sleutel tot langdurige relaties

Het verbeteren van klantenbinding is essentieel voor herhaalaankopen. Door waardevolle content te bieden die aansluit bij hun interesses, bouw je loyaliteit op. Dit varieert van gepersonaliseerde e-mails tot exclusieve aanbiedingen, wat bijdraagt aan een duurzame relatie.



Bouwen aan expertise en invloed

Het opbouwen van thought leadership is cruciaal om autoriteit binnen je vakgebied te vestigen. Door hoogwaardige content te delen die inzichten, expertise en innovatie reflecteert, positioneer je jezelf als een betrouwbare kennisbron. Publiceer whitepapers, geef webinars, schrijf blogposts en neem deel aan branche-evenementen om je invloed te vergroten en thought leadership op te bouwen.



A woman with long hair, wearing a long, light-colored dress, is captured in a dynamic pose as if running or dancing through a field of tall grass. She is positioned in the center of the frame, with her arms outstretched. The background features rolling hills and a large, dark tree on the right side, all bathed in the warm, golden light of a sunset. The sky is a soft gradient of orange and yellow.

HET STREVEN VAN EEN MERK

4. Informeren, inspireren & interactie

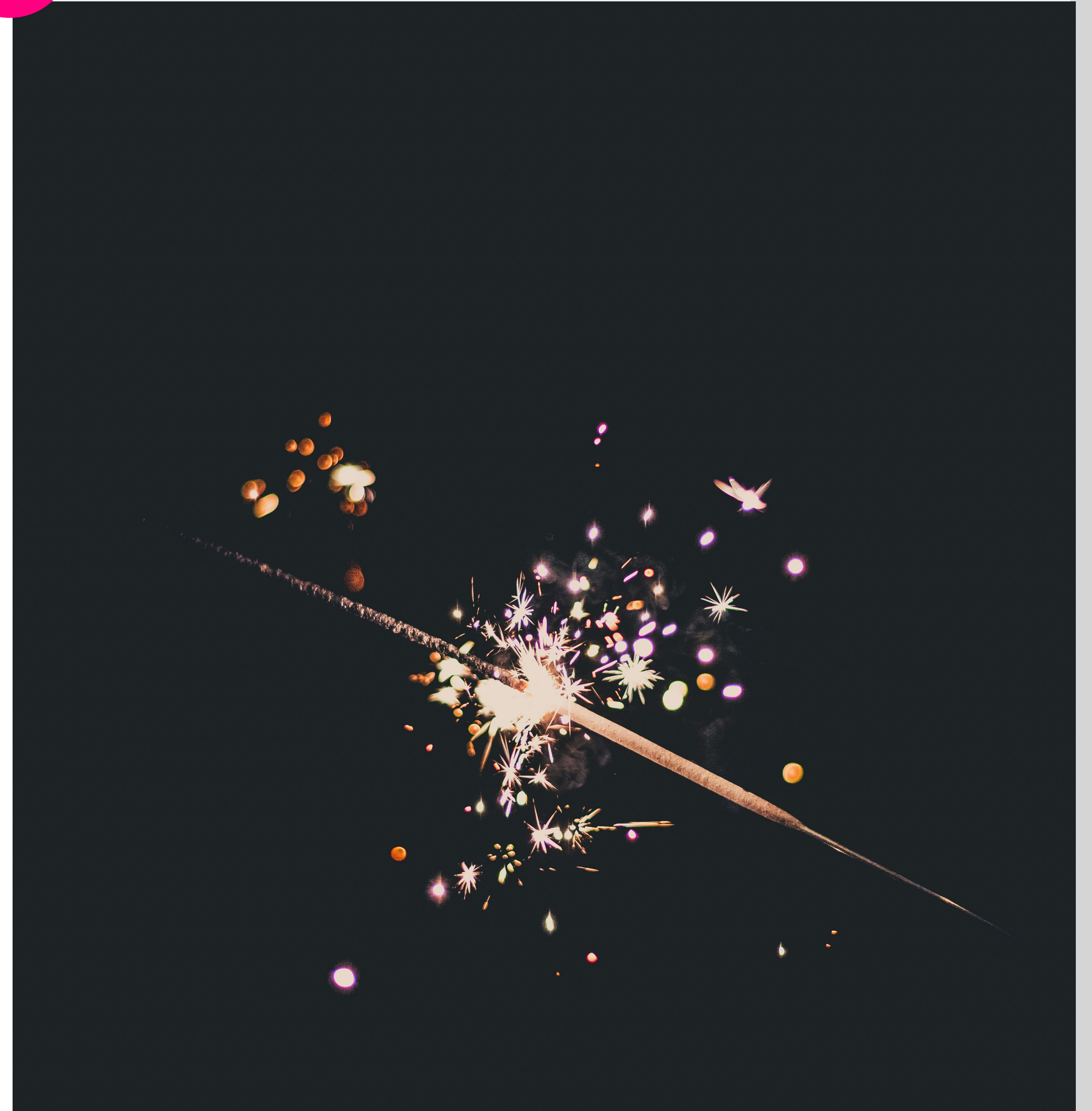


Informeren

Informeer jouw doelgroep door middel van samengestelde en relevante content, verspreid via de juiste kanalen. Denk bijvoorbeeld aan actueel en relevant nieuws, praktische how-to video's en waardevolle tips & tricks.

Inspireren

We willen onze doelgroep inspireren met dynamische content die de verborgen kant van ons bedrijf onthult. Denk aan videoseries over unieke projecten en samenwerkingen, relevante facts & figures, exclusieve behind-the-scenes momenten, prikkelende interviews met medewerkers, opmerkelijke succesverhalen van klanten en podcasts met waardevolle inzichten.

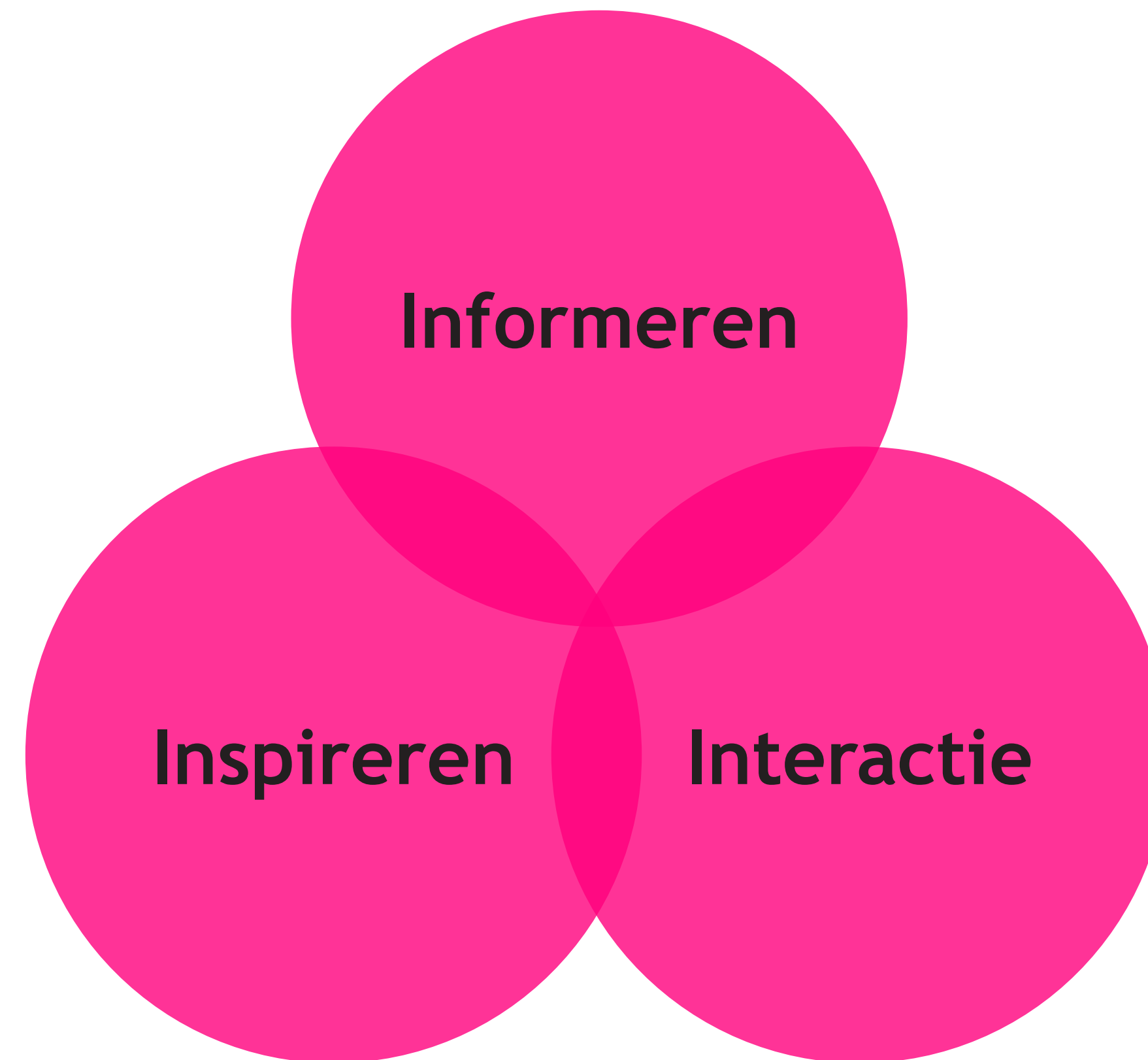




Interactie

We streven ernaar interactie met ons publiek te bevorderen door hen actief deel uit te laten maken van ons verhaal. Naast voting, polling en kennisdeling, kunnen we dit bereiken door het organiseren van live Q&A-sessies, het organiseren van webinars en online evenementen.

Informeren, inspireren & interactie



A man in a dark hoodie is sitting on a rooftop ledge, working on a laptop. The scene is set at sunset, with a warm orange and yellow glow on the horizon and a clear blue sky above. The city below is visible in the background, with buildings and rooftops. The man is in profile, looking down at his laptop. The overall mood is calm and focused.

SNACKABLE CONTENT VOOR ELK MOMENT

5. Bite, snack & meal

Bite — snack — meal

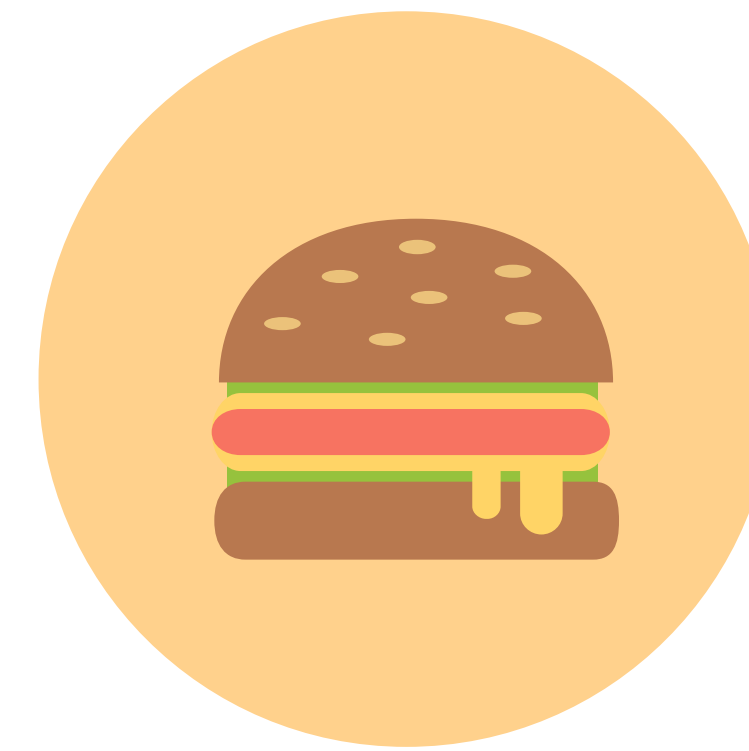
Bites en snacks in de wereld van contentmarketing vertegenwoordigen korte, krachtige stukjes content die snel de aandacht trekken en de interesse opwekken, terwijl uitgebreide meals diepgaandere informatie biedt en een blijvende impact achterlaat. Samen vormen ze een evenwichtige contentstrategie die zowel snel vermaakt als diepgaand informeert, waardoor merken kunnen voldoen aan verschillende behoeften en voorkeuren van hun doelgroep.



bite



snack



meal



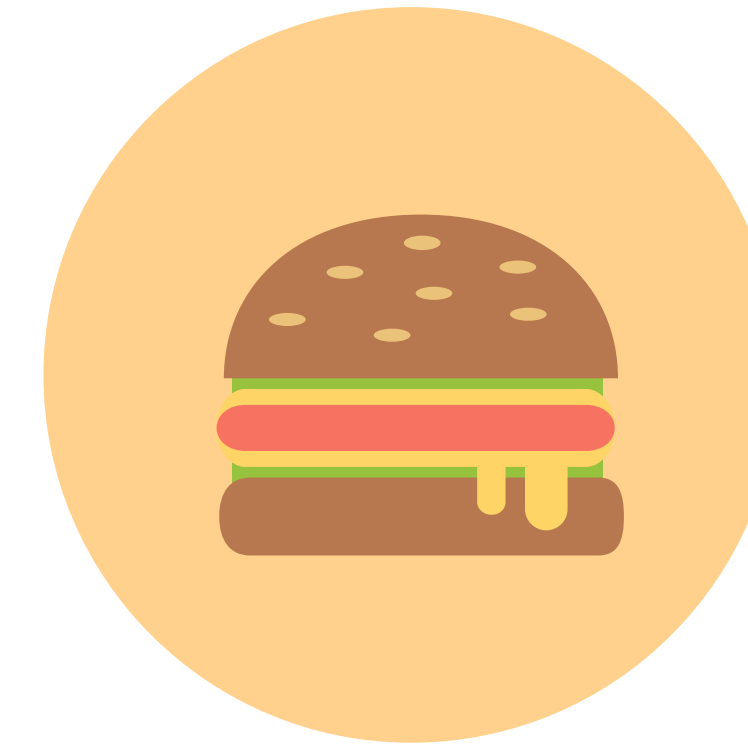
bite

Gifs
Facts/Insights
Event updates
Product/service updates
Quotes/Testimonials
Video's (7 sec. of minder)



snack

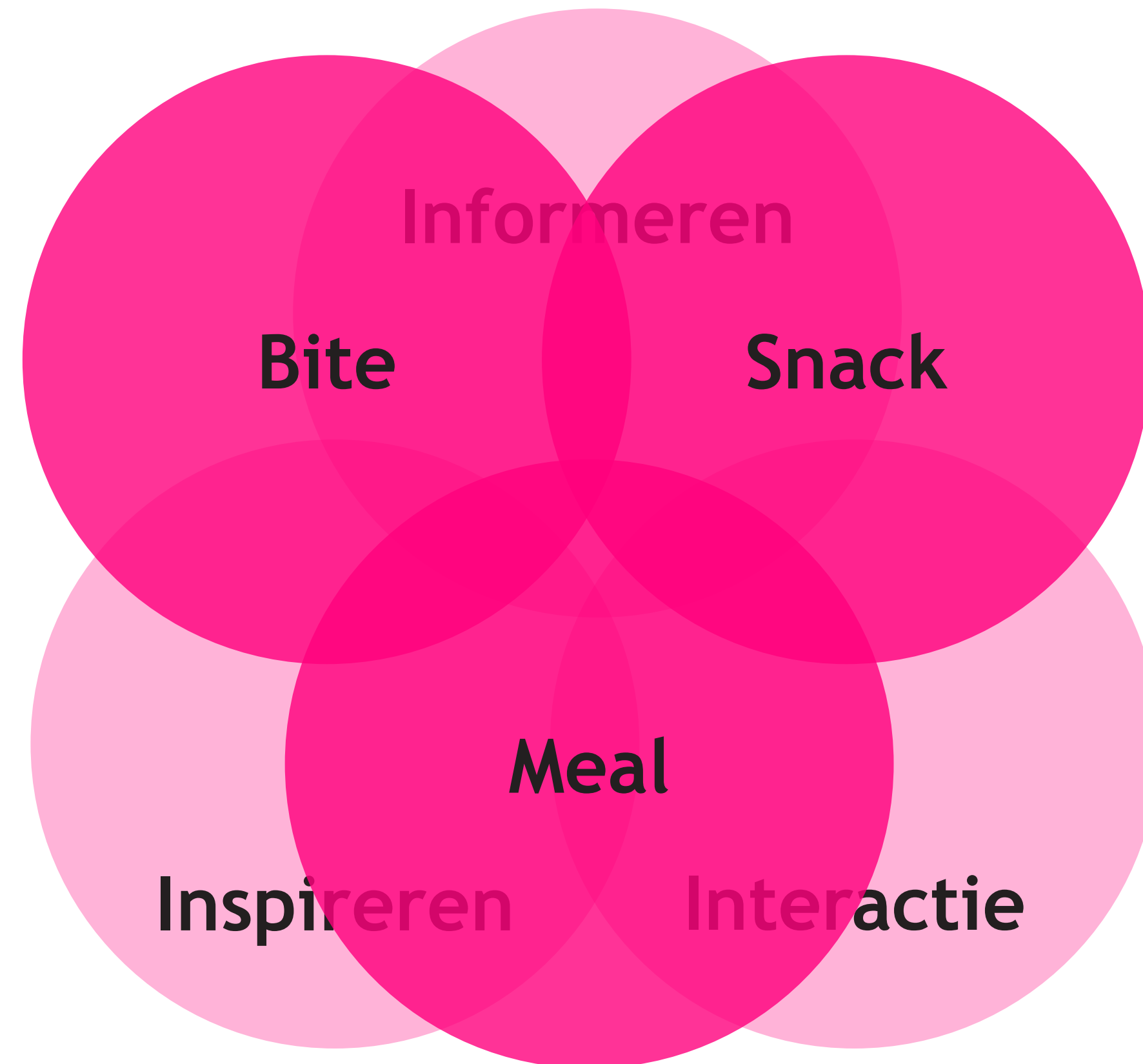
Video's (30 sec. of minder)
Artikelen (300 woorden of minder)
E-mailers/In-mails
Persbericht



meal

Artikelen/point-of-view
Rapport/Micro-sites
Case studies
Video's (2 min. of meer)
Webinar/Live video
Infographics
E-books/White papers

Bite — snack — meal





VAN HAPKLARE SNACKS TOT VOEDZAME MAALTIJDEN

6. Divers content menu



Top's
MENU

<u>ENG.</u>	<u>Fr.</u>
Oysters	Huitres
Fried Prawns	Gambas
Large clams	Palourdes
Cockles	Tellines
Local prawns	Crevettes
Fried cuttlefish	Seiche frites
Small fried squid	Supions frais
Smoked ham board	Planche de fromage
Cheese board	Planche de jambon
Fried Chorizo	Chorizo portugais
Paequinho, steak in a bread	grille
Skate in m...	Paequinho



Wat voor content dan?

Video content

Email marketing

Blogs

Infographics

Case studies & klantverhalen

Uitlegvideo's

Whitepapers





Video content

Video's zijn essentieel in moderne marketingstrategieën vanwege hun vermogen om de aandacht vast te houden, emotionele impact te creëren en diverse contentvormen te bieden. Video's verbeteren je SEO kunnen en vergroten je bereik. Met video content kun je je boodschap effectief overbrengen en je merk laten opvallen in een competitieve digitale wereld.

Email marketing

E-mailmarketing blijft een krachtige strategie om een breed scala aan (potentiële) klanten te bereiken en duurzame relaties op te bouwen. Het beheren van je eigen mailinglijst biedt voordelen, zoals rechtstreeks in de inbox van je doelgroep terechtkomen en een groter bereik en langere zichtbaarheid hebben dan bijvoorbeeld social media. Het is een directe en persoonlijke manier om periodieke updates te delen en top of mind te blijven bij jouw doelgroep.





Blogs

Blogs bieden een manier om waardevolle informatie te delen, je expertise te tonen en een sterke band op te bouwen met je publiek. Door regelmatig te bloggen, vergroot je niet alleen je online zichtbaarheid en autoriteit, maar trek je ook meer verkeer naar je website, converteer je leads naar klanten en bouw je aan duurzame relaties met je doelgroep.

Infographics

Infographics maken vaak een complex vraagstuk makkelijk inzichtelijk en werkt heel erg goed voor de SEO van het bedrijf. Ook trekt het sneller de aandacht en gaat het sneller viral en werkt het ook goed voor merk bewustzijn. Infographics zijn ook makkelijk te delen en te hergebruiken bijvoorbeeld in een email marketing.



Case studies en klantverhalen

Casestudies en klantverhalen bieden tastbare bewijzen van hoe jouw producten of diensten echte problemen oplossen en waarde toevoegen aan de business van jouw klanten. Ze illustreren succesvolle implementaties en dienen als krachtig sociaal bewijs voor potentiële klanten. Door de ervaringen en resultaten van bestaande klanten te delen, bouw je vertrouwen en geloofwaardigheid op in jouw merk en oplossingen en demonstreer je de impact van jouw producten en diensten aan potentiële klanten en overtuig je ze van de voordelen die je biedt.

Uitlegvideo's

Uitlegvideo's bieden een visuele en interactieve manier om complexe informatie eenvoudig en begrijpelijk over te brengen aan de doelgroep. Daarnaast zijn ze vaak aantrekkelijk gemaakt en makkelijk deelbaar, waardoor ze een waardevol onderdeel zijn van je contentstrategie.



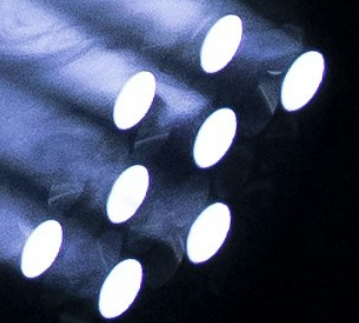


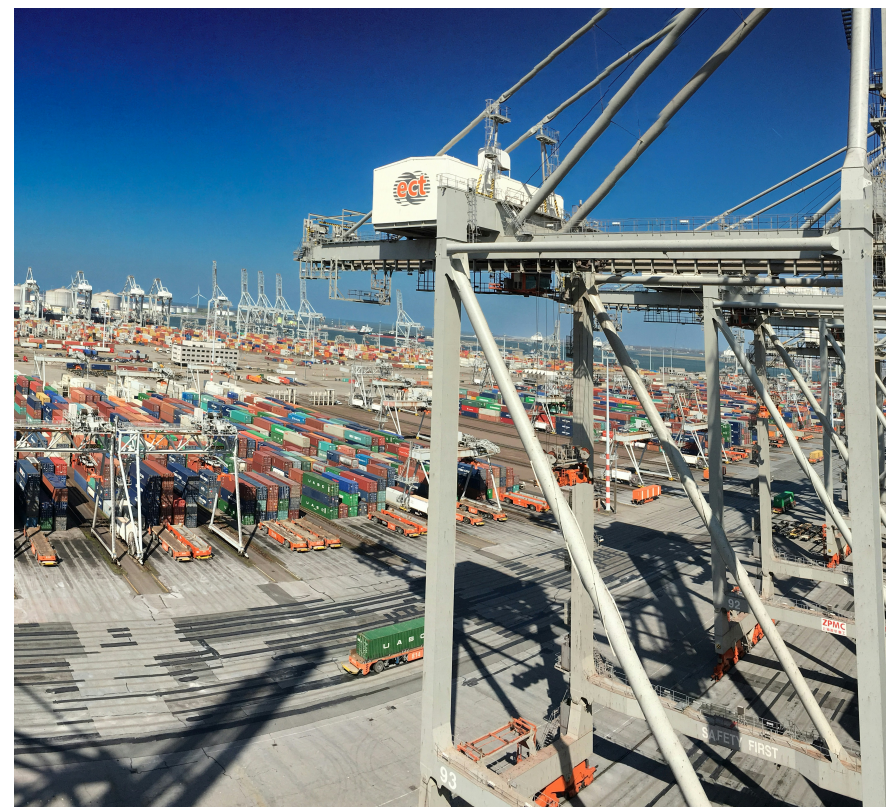
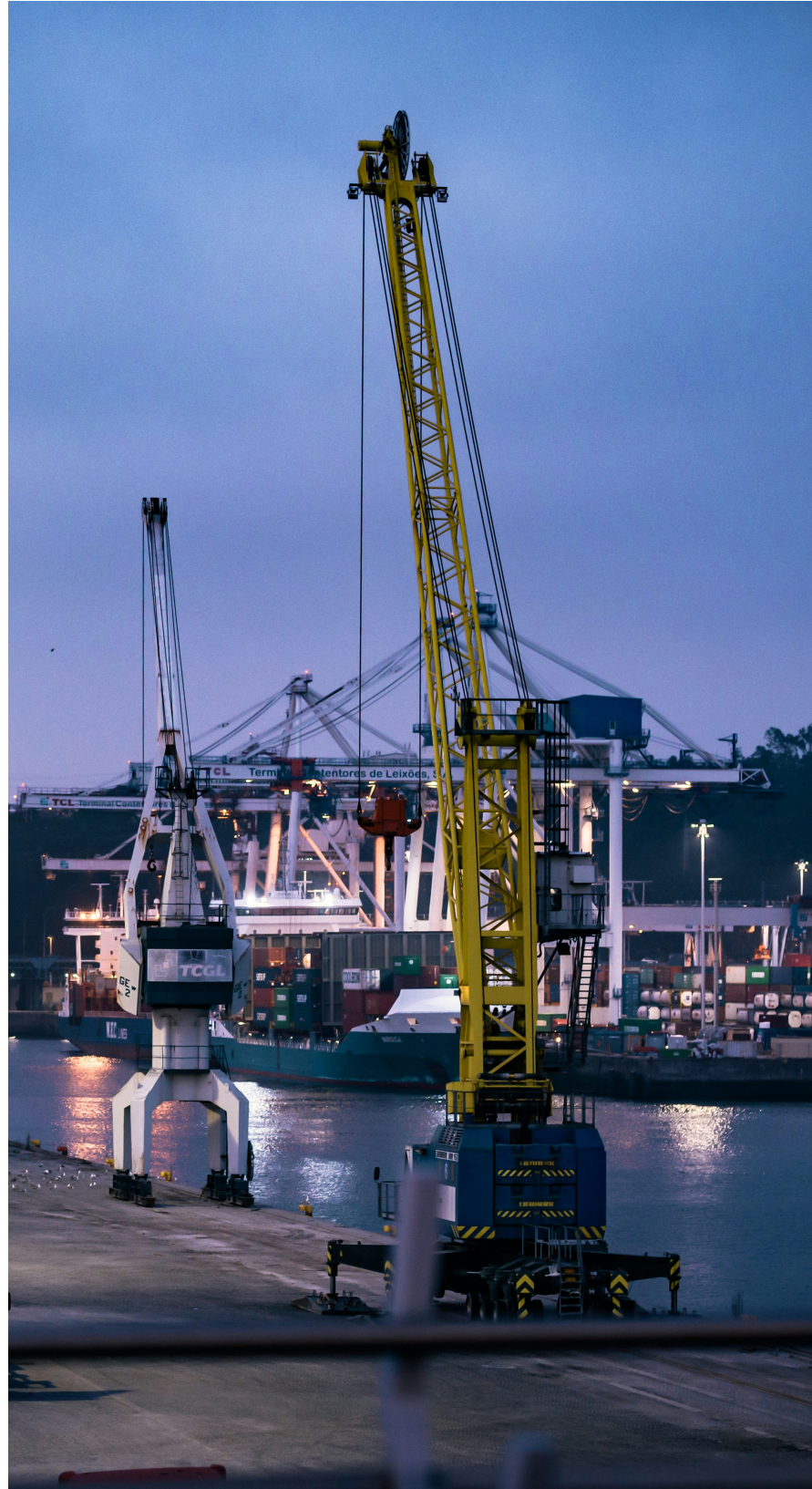
White papers

Een white paper heeft als doel een oplossing te bieden voor een specifiek probleem, vaak gericht op besluitvormers en beleidsmakers binnen organisaties. Goed geschreven white papers kunnen leiden tot waardevolle salesleads, mits strategisch ingezet vanuit relevante inzichten. Ze stellen organisaties in staat thought leadership te tonen en leads te genereren.

IN DE SPOTLIGHT

7. Een voorbeeld uit de praktijk



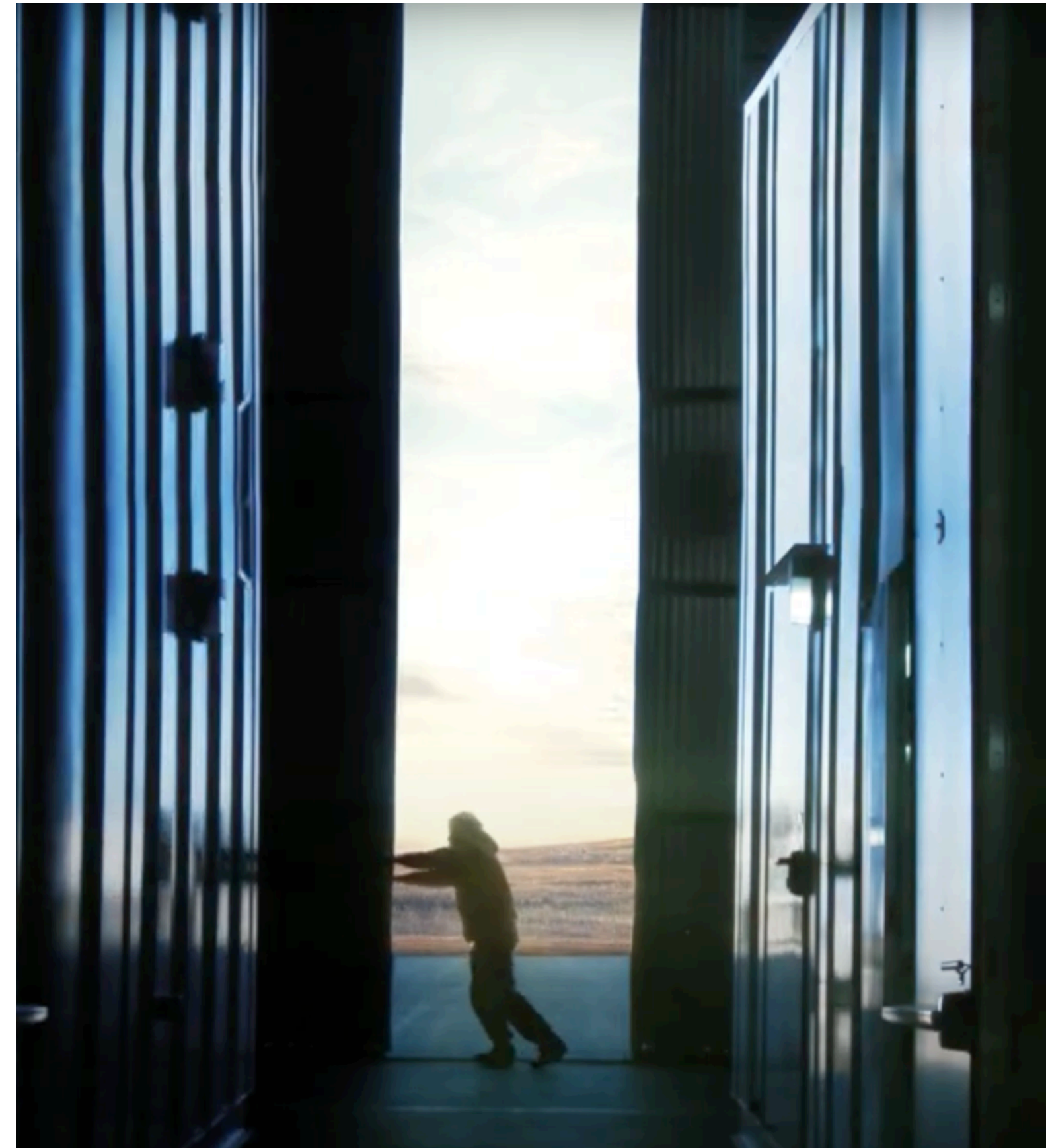


Portbase

Binnen het havenbedrijf neemt Portbase een unieke positie in. Het vervult een cruciale rol in het verbinden van alle partijen in de logistieke ketens van de Nederlandse haven en voor hen heb ik gewerkt aan een contentstrategie. Deze strategie had als voornaamste doel om de zichtbaarheid van Portbase in de markt te vergroten en hun toegevoegde waarde te benadrukken. Het twintigjarig jubileum bood de perfecte aanleiding om Portbase een extra boost te geven.

Keeping things moving

We trapten de campagne spectaculair af met een krachtige campagnevideo, doordrenkt met de juiste ambitie en mentaliteit. Hiermee wilden we de bijzondere prestaties van Portbase in de afgelopen twintig jaar benadrukken en de behaalde doelen in de schijnwerpers zetten.





Client video's

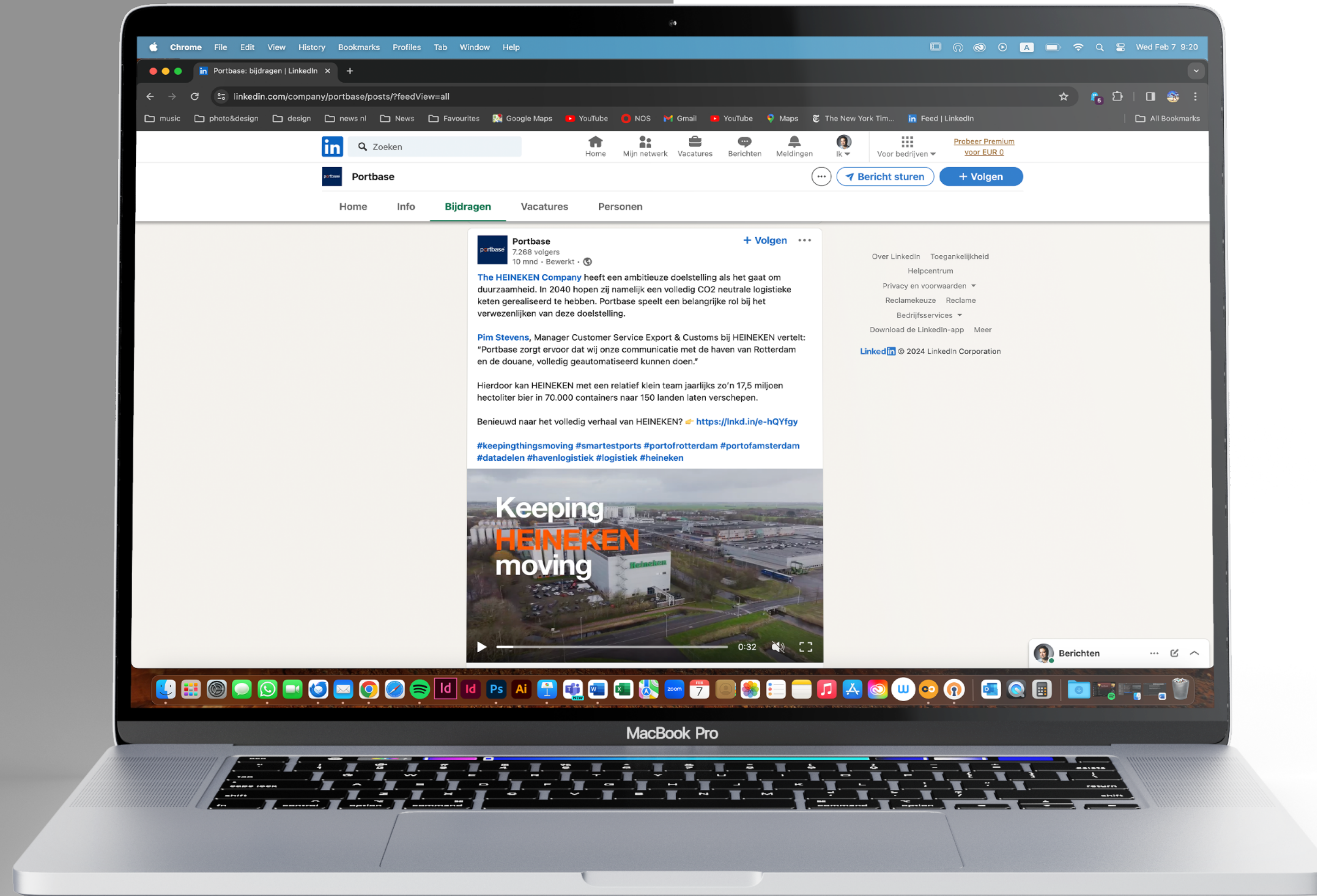
Ik produceerde ook zes video's waarin de relatie tussen de diverse klanten van Portbase centraal stond. Deze klanten vertegenwoordigden verschillende schakels in de logistieke keten en belichtten elk de toegevoegde waarde van hun samenwerking met Portbase.

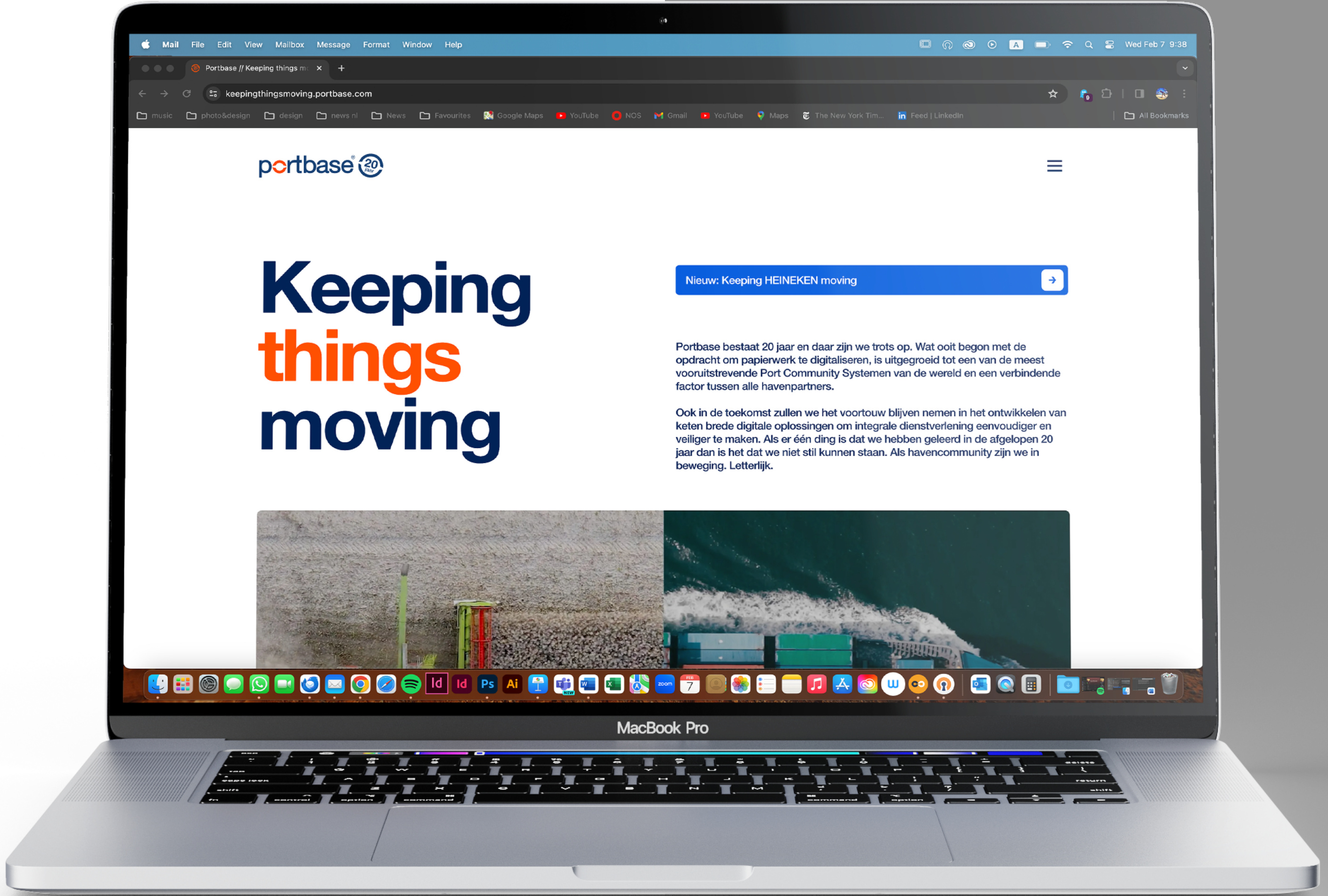


Cut down en verder strategie

Om deze klantportretten effectief te delen, creëerden we korte bewerkingen die we vervolgens op LinkedIn deelden. Een link bij de post leidde naar een speciaal ontworpen website, waar meer informatie werd gegeven over de klantrelatie en over Portbase zelf.











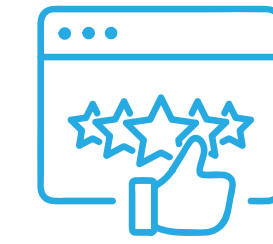
Ontdek wat jouw doelgroep écht interesseert en speel hierop in om effectief te communiceren en te engageren.



Communiceer regelmatig en herhaaldelijk wat je doelgroep echt interesseert om hun betrokkenheid te vergroten en een sterke band op te bouwen.



Deel concrete data en statistieken om je boodschap te ondersteunen en geloofwaardigheid op te bouwen bij je publiek.



Maak gebruik van hoogwaardige beelden en doordacht design om je boodschap visueel aantrekkelijk en effectief over te brengen op je publiek.



Neem deel aan symposia en gebruik deze platforms om je kennis te delen en je merk te promoten binnen je branche.



Publiceer whitepapers om je zichtbaarheid te delen en autoriteit te vestigen in je vakgebied en je merk zich kan onderscheiden.



Zoek naar projecten waarbij een boeiend verhaal te vertellen is, waardoor je waardevolle content kunt creëren die je publiek aanspreekt en betreft.

WHAT IS YOUR STORY?

WHAT IS YOUR STORY?

