

Optimaliseer in 5 stappen je contentmarketing-strategie



STAP 1: Ken jij je koper echt?

Het koopproces van jouw koper is en blijft het startpunt van jouw marketingsucces. Alleen als je begrijpt wie je koper is, kun je relevante content maken. Neem de vragen van jouw koper in alle fases van het koopproces onder de loep; zijn ze concreet genoeg? Weet je naar welke informatie jouw koper op zoek is en waar hij of zij deze informatie zoekt?

Bij twijfel, doe je een buyer persona onderzoek. Heb je al een buyer persona, maar twijfel je of deze nog up-to-date is? Doe dan een validatie van je buyer persona.



STAP 2: Staan je plannen en planning duidelijk op papier?

Met de inzichten in jouw koper en het koopproces heb je de basis gelegd voor je marketingplan en kan je deze verder uitwerken. Waar we vroeger in een uitgebreid document een marketingplan beschreven, doen we dat nu in een template op 1 à 2 A4tjes.

Gebruik de 'contentmapping' methode als basis voor je marketingprogramma's. Hierin schrijf je de contentideeën op die antwoord geven op de vragen van jouw koper. Zorg ervoor dat je plannen in lijn zijn met de bedrijfsstrategie en vergeet niet om doelen te stellen!



STAP 3: Weet Sales waar je mee bezig bent?

Salescollega's zien niet altijd het belang van contentmarketing, terwijl juist zij erbij gebaat zijn. Betrek je salescollega's bij je plannen én bij het proces. Zo zien zij dat je al je activiteiten richt op het nuturen van leads en het aanleveren van beter gekwalificeerde leads. Stem dus jouw doelen af en stel gezamenlijke doelen waar mogelijk.



STAP 4: Hoe meet je resultaten?

Het is belangrijk dat resultaten zichtbaar zijn. Het succes van een marketingstrategie is daar namelijk van afhankelijk. Kun je gebruikmaken van CRM, marketing automation of andere tooling?

Zorg dan dat dit geïntegreerd is in je plannen. Door kritisch naar de content en de reacties/interactie te kijken, krijg je als marketeer meer inzicht in het resultaat en houd je focus op succes.



STAP 5: Heb je de juiste competenties en resources in huis om je plannen uit te voeren?

Marketingteams zijn er in alle soorten en maten. Wil je alles zelf doen? Dan is het belangrijk dat je de juiste expertise en resources beschikbaar hebt. Uitbreiding of verandering van je team heeft vaak veel voeten in de aarde. Denk daarom ook eens aan het (tijdelijk) inhuren van specialisten of laat je bijscholen.

Copyright © SPOTONVISION

Aan de slag

Meer weten over contentmarketingstrategie of over training in de B2B Vision Academy? Wij helpen je graag.

Neem gerust contact op met shimon@spotonvision.com of bel +31 (0)6 15 95 22 46.

www.spotonvision.com | info@spotonvision.com

Volg ons



 SPOTONVISION