

AAN DE SLAG
met je
CONTENT
STRATEGIE
de 4P-methode

*...met veel voorbeelden,
oefeningen en de
broodnodige theorie*

JOHN VERHOEVEN
RICO DEN BOER
KRISTEL WITVLIET - VAN DER MEIJDE

Eerste druk, 2024

© 2024 John Verhoeven, Buzzzle communicatie en participatie B.V.

Uitgeverij: Buzzzle & Verhoeven

Omslagontwerp: Vanessa Verbeek

Illustraties binnenwerk: Vanessa Verbeek

ISBN/EAN: 978 90 903 8423 8

NUR: 810

www.buzzzle.nl

www.johnverhoeven.com

www.tellr.nl

Inhoud

VOORWOORD	4
1. Inleiding en opzet: hoe gebruik je dit boek?	6
I DEEL I: HET BELANG VAN JOUW CONTENTSTRATEGIE	9
2. De 4P-methode, een introductie	10
3. Waarom is een contentstrategie zo belangrijk?	17
4. Afstemming met bestaande missie en werkwijze van de organisatie	21
II DEEL II: MAAK KENNIS MET DE 4P-METHODE	26
Inleiding	27
5. Pijler: je belangrijkste thema's en onderwerpen	28
6. Een 'cheat sheet' voor je pijlerindeling	38
7. Publiek: de groepen mensen die je wilt bereiken	42
8. Een 'cheat sheet' voor je publieksindeling	58
9. Perspectief: de twee gezichtspunten in je content	61
10. Verschijningsvormen: format, invalshoek, toon en emotie	71
11. Platform: de kanalen voor het verspreiden van je boodschap	84
III DEEL III: VAN METHODE NAAR WERKVLOER	92
Inleiding	93
12. Workflow en organisatie: strategie in de praktijk	94
13. Integratie van andere modellen in de 4P-methode	104
14. Meten is weten: KPI's, targets en conversiedoelen	111
15. Rapportage en trendanalyse	119
16. De tool voor je dagelijkse strategie: Tellr	124
IV DEEL IV: SPECIALS: DE 4P-METHODE IN CONCRETE SITUATIES	132
Inleiding	133
17. Thought leadership: waar ken ik jou van?	134
18. Ambassadeurs, boegbeelden en influencers	146
19. Publieksanalyse: ken je publiek, ken jezelf	155
20. De strategie bij een thematische campagne	167
21. Mapping: maak het hele jaar door geweldige content	174
22. Arbeidsmarktcommunicatie volgens de 4P-methode	182

Voorwoord

Dit boek is echt iets voor jou, de communicatieprofessional die graag praktisch aan de slag wil met een effectieve contentstrategie. Geen saaie theorie, maar concrete tips, voorbeelden en oefeningen voor jezelf en voor je team. Zelfs als je nu nog helemaal geen strategie hebt en vanaf nul moet beginnen. We gebruiken hiervoor de 4P-methode, die speciaal voor jou als communicatieprofessional is ontwikkeld.

Aan de slag met je contentstrategie is geschikt voor iedere professional, ongeacht ervaring of voorkennis. Of je nu aan het begin van je carrière staat en vooral content maakt, als strateeg al wat jaren meedraait op de afdeling communicatie, of als manager verantwoordelijk bent voor het opstellen en toepassen van de contentstrategie van jouw organisatie.

Natuurlijk is niet alles wat in dit boek aan de orde komt een-op-een van toepassing op jouw organisatie. Iedere omgeving vraagt om een specifieke aanpak en elke organisatie is uniek in termen van doelen, structuur en werkprocessen. Maar we houden het zo praktisch mogelijk: we geven in elk hoofdstuk concrete tips, voorbeelden en oefeningen waarmee je de door ons ontwikkelde 4P-methode bij jouw organisatie kunt toepassen.

De 4P-methode bouwt voort op de aanpak van contentstrateeg John Verhoeven, die ruim tien jaar geleden begon met het ontwikkelen ervan. Aan de basis lag zijn jarenlange ervaring en expertise als journalist, hoofdredacteur en mediamaker. Later bracht hij deze kennis als contentstrateeg, coach en trainer over op duizenden professionals in Nederland en Vlaanderen.

Dit boek is het gevolg van een vruchtbare samenwerking van drie professionals uit het communicatievak: John Verhoeven, Rico den Boer, en Kristel Witvliet-van der Meijde. Als oprichters en eigenaren van communicatiebureau *Buzzle* zijn Rico en Kristel twee ervaren professionals die de 4P-methode al jaren met veel succes toepassen in hun werk voor diverse organisaties.

We hebben veel voorbeelden uit onze eigen praktijk in dit boek kunnen verwerken, naast andere interessante cases en input van vakgenoten die we eerder mochten adviseren of leerden kennen tijdens onze trainingen. Hun suggesties, praktijkvoorbeelden en feedback hebben dit tot een beter boek gemaakt. Daarvoor zijn we hen zeer dankbaar.

VOORWOORD

Woorden van dank gaan daarnaast uit naar Jasper Bons, contentstrateg bij Buzzzle, die een belangrijke bijdrage leverde tijdens het schrijfproces en bij de eindredactie. Ook hebben we veel gehad aan de levendige gesprekken en messcherpe feedback van Thomas Schut en Stefan Wijtsma, AI-experts en ‘ambitieuze techgeeks’ van het Amsterdamse Pursuit die samen met ons de online contentkalender *Tellr* hebben ontwikkeld.

Ten slotte richten we een ‘dankjewel’ aan Piet van Baest van Solfers in Mind voor zijn adviezen en regelwerk en zijn vriendelijke doch vasthoudende energie bij het produceren van dit boek en aan Vanessa Verbeek voor de lay-out en haar geweldige illustraties bij de soms best wel abstracte onderwerpen.

*John Verhoeven, Rico den Boer en Kristel Witvliet-van der Meijde
Mei 2024*