

# Een contentstrategie ontwerpen

**Een contentstrategie bestaat uit een aantal vaste elementen: doelstellingen, doelgroepen, vindbaarheid en soorten content. Tips voor het ontwerpen van een goede contentstrategie.**

## **Doelstellingen van de organisatie**

Hier stelt u vast wat u met de website wilt. Is dat de leden informeren over de sportactiviteiten? Mensen warm maken voor een komend evenement? Donateurs werven? Uw ideologische doel bekendmaken? Vaak beantwoordt een website meerdere van deze vragen en heeft een organisatie ook meer dan één doelstelling. Formuleer uw webdoelstellingen zorgvuldig en SMART (zie [hoofdstuk 3.2, Regeren is vooruitzien](#)).

## **Doelgroepen en hun doelen**

In dit onderdeel beschrijft u wat bezoekers van uw website willen, verwachten en zoeken. Begin dus bij het formuleren van de verschillende doelgroepen: actieve vrijwilligers, potentiële vrijwilligers, leden, sympathisanten, bedrijven (MBO), sponsors, beleidsmakers etc. Wat wilt u bereiken met het bezoek van uw website door welke doelgroep? Zijn er verschillende onderdelen nodig per doelgroep of volstaat one-size-fits-all? Houd dus eventueel rekening met verschillende informatieniveaus. Om bezoekers tegemoet te komen in hun informatiebehoefte, moet u niet alleen vaststellen wat ze willen weten, maar ook waar u hun die informatie geeft:

### ***Niveau 1: welkom op de website***

Dit niveau is bestemd voor alle bezoekers van uw website. Hier beantwoordt u de eerste en belangrijkste vragen in begrijpelijk Nederlands. Denk aan de missie, de visie, een actuele agenda en eventueel relevant nieuws.

### ***Niveau 2: voor degenen die meer willen weten***

Wie meer wil weten over bepaalde onderwerpen, kan een laag dieper op de site terecht. Hier wordt de informatie specifiek en bevat de tekst wat meer aan het onderwerp gerelateerd taalgebruik of zelfs jargon. Hier kunt u ook specifieke onderwerpen als donateurs, sponsors, vrijwilliger worden etc. benoemen en introduceren.

ONDERDEEL VAN  
[www.pep-eboek.nl](http://www.pep-eboek.nl),  
de praktische gids voor  
organisaties die met  
vrijwilligers werken

UITGEGEVEN DOOR  
**PEP Den Haag**  
[www.pepdenhaag.nl](http://www.pepdenhaag.nl)  
070-302 44 44

### **Niveau 3: voor de zich verdiepende lezer**

Op het diepste niveau, ten slotte, komt de bezoeker terecht wanneer hij of zij écht details of verdieping zoekt, zoals technische specificaties of de algemene voorwaarden. Deze informatie kunt u het best aanbieden als download (pdf-document), want slechts een kleine groep bezoekers zal hiernaar op zoek zijn. Denk hierbij ook aan sponsorformulieren, vrijwilligerscontracten, relevante beleidsstukken etc.

### **Vindbaarheid**

Neem in uw plan ook de vindbaarheid van de website op. Hier legt u vast via welke woorden uw organisatie gevonden wil worden; de content zal daar optimaal aan moeten worden aangepast. Een goed inzicht in het woordgebruik van de doelgroep is hiervoor essentieel.

#### *Vijf tips voor de vindbaarheid van een website via Google*

1. *Kies de juiste zoekwoorden*

*Met het oog op vindbaarheid is het belangrijk dat u weet welke zoekwoorden uw doelgroep gebruikt. Ga op zoek naar specifieke zoekwoorden die uw dienstverlening of product goed omschrijven. Denk hierbij ook aan de wijk of het stadsdeel waarin u actief bent.*

2. *Zorg voor goede tekst*

*Google beoordeelt websites onder andere op basis van tekst. Als een website weinig of geen tekst bevat, kan Google lastig beoordelen waar de website over gaat. Daarmee zijn hoge posities in Google vrijwel uitgesloten. 300 woorden per pagina zouden hier moeten volstaan.*

3. *Houd rekening met mobiel gebruik*

*Google hecht steeds meer waarde aan de weergave en gebruiksmogelijkheden van websites op mobiele apparaten. Werkt uw site niet goed op een tablet of smartphone? Grote kans dat de site daalt in de zoekresultaten. Bouw uw website dan ook op met 'responsive webdesign'. Hierdoor past deze zich automatisch aan het apparaat van de gebruiker aan.*

4. *Zorg voor bekendheid via inkomende links*

*Hoe meer links verwijzen naar uw website, des te meer belangstelling Google ervoor heeft. Meer links naar een website genereren wordt ook wel 'linkbuilding' genoemd. Partnerorganisaties, MBO-bedrijven, sponsors: zorg ervoor dat u op hun site staat en vice versa!*

5. *Meld u aan bij Google Places*

*Bedrijfslocaties in Google Maps nemen een steeds groter deel van de zoekresultaten in beslag. Om uw organisatie volledig zichtbaar te maken via Google Maps kunt u een gratis Google Places-account aanmaken.*

## **Soorten content**

Soorten content zijn bijvoorbeeld tekst, video, infographics, audio, embedded tools en landkaarten. Leg vast welke soorten u voor welke doelgroepen en/of situaties wilt gebruiken. Een grafiek werkt bijvoorbeeld veel beter dan harde cijfers! Uiteraard kunt u op een pagina meerdere contentsoorten gebruiken, afhankelijk van wat u ermee wilt bereiken.