

# Converterende Content

---

Joomladagen

2 april 2017

## Wie heeft een eigen website?



Wat wil je ermee bereiken?

Mijn [onderzoek](#) naar 300 websites en 60 interviews leverde dit op:

1. "Conversie" [call to action]
2. "Wat we doen" [blog en product]
3. "Wie we zijn" [pagina Over Ons met foto en biootje]
4. "Kennis delen" [blog]
5. "Missie uitdragen" [pagina Over Ons]
6. "Bereikbaar zijn": zet je telefoonnummer & e-mail groot op de homepage onder je bedrijfsnaam en klaar.
7. "Bestaansrecht bevestigen": zet je bedrijfsnaam groot op de homepage en klaar.

Ik ben Caroline D. van Wijk van Cline en met mijn website [ClineKennisDelen.nl](http://ClineKennisDelen.nl) wil ik adviesbureaus bereiken die wervende websites willen met converterende content.

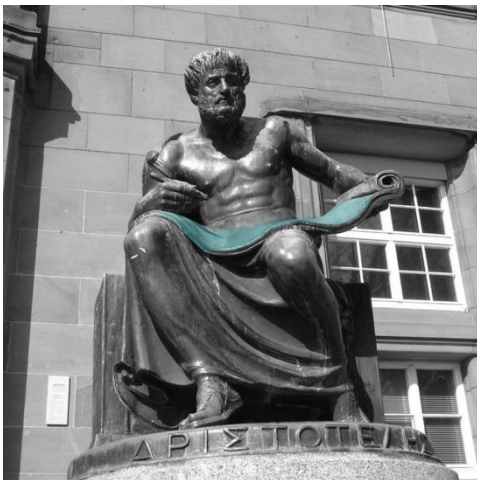
## Voor wie schrijf je?



Wat levert het je op als je voor één persoon schrijft?

- Wanneer je tegen mensen praat, praat je niet tegen muren
- Aansprekend
- Je weet wat je doelgroep al weet en wat nog niet
- Zoekwoorden = vindbaarheid
- Consistent: u/jij en toon

## Het klantverhaal



Stap in de schoenen van je ideale toekomstige klant en geef antwoord op de vragen van Arie. Ben je de kaart van Arie kwijt? Mail naar [joomla@clineschrijft.nl](mailto:joomla@clineschrijft.nl) met je postadres en ik stuur je een nieuwe.

1. Wat is je persoonlijke ambitie? Evt: hoe past die in de bedrijfsmissie.

2. Wat belemmert jou als klant in je ambitie; wat weerhoudt je ervan die ambitie te realiseren? niet wat je nodig hebt, want dat is oplossing.
3. Waarom is dat urgent? bijvoorbeeld slecht beveiligde website tot hack
4. Wat denk jij *als klant* dat de oplossing is? Ford: sneller paard
5. Wat is het resultaat dat je als klant nastreeft? Waar zou je oprecht heel gelukkig van worden?

## Homepage



## Opdracht

Schrijf het verhaal van je doelgroep met Arie

1. Begin je verhaal met 3 vragen:
  - a. Ben jij mijn doelgroep?
  - b. Herken jij de belemmering?
  - c. Ervaar jij de urgentie?
2. Haak aan op de missie en de vermeende oplossing.
3. Vertel waarom jouw dienst of product nog beter resultaat levert dan de oplossing die je klant zoekt
4. Eindig met een call to action voor je opt-in of naar je kennismakingsproduct

## **"Over mij"**



Gaat niet over jou maar wat je voor je doelgroep kunt doen.

### **Vertel op deze pagina**

1. Wie help je?
2. Waarom juist deze mensen?
3. Waarom ben jij voor hen de beste?
4. Wat is je visie?

## **Blog**



### **Wat zijn de voordelen van bloggen?**

- Je laat zien hoe goed je bent en wat je weet
- Steeds nieuwe content (=vindbaar)

- Steeds redenen om naar je website te gaan
- Steeds redenen om te delen op sm en mail
- Steeds cadeautjes = gunfactor
- Je laat zien wie je mensen zijn
- Je laat zien wat je in huis hebt
- Je laat zien hoe je werkt
- Wat je missie is
- Welke resultaten je oplevert
- Zonder op te scheppen

### **Waarover kun je bloggen?**

- Detail
- Alles wat je weet
- Eigen leerproces
- Eigen onderzoek
- Cases
- Product en dienst
- Tips
- Interviews met klant
- Gastblog van partnerbedrijf

### **Hoe begin je met een knal?**

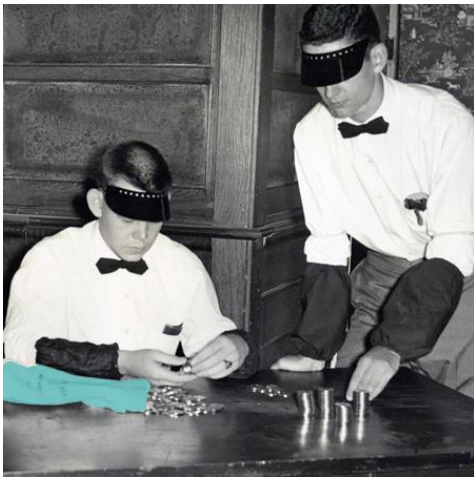


- Herkenning klantverhaal (Arie)

- Nieuwsgierig maken
- Belofte doen
- Stel een vraag
- Geef een rijtje (cijfer!)

Sla de eerste alinea over

## Hoe eindig je?



Kom terug op je begin

CTA naar je kennismakingsproduct

Gebiedende wijs

## Joomla@clineschrijft.nl



Pak de tekst die je geschreven hebt:

- Verwijder elke zin die niet je doelgroep met je eindoproep verbindt
- Verwijder elk woord dat niet iets toevoegt
- Vul aan met Arie waar er nog een verbinding ontbreekt
- Begin met een knal
- Eindig met een call to action
- Schrijf je titel
- Zet dan pas je spellingchecker aan
- Laat een nacht marineren
- Lees hardop en verbeter tot het lekker loopt

Stuur naar [joomla@clineschrijft.nl](mailto:joomla@clineschrijft.nl) voor een eenmalig gratis review.

Bestel het e-boek van de [Blogbijbel](#) met al deze tips en meer voor maar € 12 inclusief btw.