



# Interview

## Content Marketing

Jens van Lierop  
Laméco Development BV  
04-10-2021

# Versiebeheer

Versie	Datum	Opmerking
0.1	04-10-2021	Eerste opzet interviewplan
1.0	08-10-2021	Aangevuld interviewplan

## Informatie

Interview met:

Remco Wefels  
ACA IT-Solutions BV  
[r.wefels@aca-it.nl](mailto:r.wefels@aca-it.nl)

**Datum en tijd:** 08-10-2021 - 10:00

**Locatie:** Beukenlaan 40, 5651 CD Eindhoven

## Doel

Diepgaande inzichten verkrijgen in content creatie en -marketing onder marketeers.

# Vragen

## Profiel

### 1. Zou je jezelf kort kunnen introduceren?

Zie volgende vraag

### 2. Wat is je functie binnen het bedrijf, Waar bestaan jouw werkzaamheden uit?

Remco Wefels is de Marketing & Communicatie specialist van ACA IT-Solutions. Hij houdt zich bezig met marketing, in de breedste zin van het woord en is verantwoordelijk voor het uitvoeren van marketingcampagnes. Dit zijn onder andere: Kennisevents - Webinars en seminars, relatie events, recruitmentmarketing, website, nieuwsbrieven en social media.

### 3. Zijn er taken buiten je functie die je oppakt? Zijn er taken die je juist uitbested?

Remco pakt behalve marketing gerelateerde zaken ook veel andere projecten op. Zo is hij bijvoorbeeld betrokken bij de lancering van Intranet en de implementatie van een nieuw ERP systeem.

Wel worden er regelmatig taken uitbested. Volgens Remco gebruik je bij marketing best wel snel externe partijen. Soms voor eenmalige opdrachten, soms op structurele basis. Vooral als het gaat om hele specifieke kennis, worden externe specialisten geraadpleegd.

Binnenkort gaan ze ook aan de slag met een externe tekstschrijver. Hierbij wordt altijd gestart met briefing, enerzijds vanuit marketing andere kant input vanuit technisch specialist, waarna de schrijver aan de gang kan. Aan het einde krijg je het terug als platte tekst, die nog voorzien moet worden voorzien van visuals. De aangeleverde tekst wordt van de juiste opmaak en huisstijl voorzien door de DTP'er van het moederbedrijf. Bij complexe graphics wordt een extern marketing bureau ingeschakeld dat gespecialiseerd is in IT.

### 4. Hoe groot is jullie organisatie? Hoe groot is het team waarin jij werkt? Werk je samen met andere personen/teams?

#### Marketingbedrijf

ACA IT-Solutions telt ongeveer 65 medewerkers. Remco is de enige binnen het bedrijf die zich bezig houdt met marketing. Wel werkt hij regelmatig samen met het marketing team van het moederbedrijf Crowe Foederer. Remco bedenkt en voert zoveel mogelijk zelf uit, maar op het moment dat het grotere projecten zijn, wordt het marketingteam ingezet.

Daarnaast werkt Remco nauw samen met het Sales team, en zitten ze zelfs op dezelfde kamer. Dit is een bewuste keuze geweest vanuit de organisatie, omdat marketing en sales verweven processen zijn. Als laatste heeft Remco te maken met de HR afdeling van het moederbedrijf voor recruitment marketing en de afdelingsmanagers van de verschillende divisies.

### 5. Welke aspecten van je functie ben je het beste in? Welke aspecten vind jij uitdagender?

Remco heeft een voorliefde voor online marketing en geeft aan hier bovengemiddeld goed in te zijn. Wel vindt hij dat de ontwikkelingen op dit gebied (te) snel gaan. Onderwerpen van online marketing waarmee hij zich bezig houdt zijn content, social media, website optimalisatie, advertising wordt uitbested.

**6. Welke software/tooling gebruik je voor jou functie? Welke tooling gebruik je het meest, welke tooling gebruik je het minst?**

- Mailchimp voor het versturen van nieuwsbrieven
- Sendible voor het inplannen van social media content
- Crowdttech voor enquêtes en inschrijven events
- ERP systeem voor klantgegevens
- Daywize voor recruitment en HR
- Wordpress als website met Content Management Systeem
- Google Analytics & Search console
- Moz pro voor SEO optimalisaties en foutopsporing

## Marketing

**7. Wat zijn binnen jouw rol als marketeer je doelen en prioriteiten? Welke zaken zijn belangrijk bij het uitoefenen van je functie?**

Remco's prioriteit ligt bij het ontwikkelen van nieuwe diensten en het binnenhalen van nieuwe werknemers (recruitment marketing). Daarnaast is hij volop bezig met de 'installatie' van nieuwe technologieën: Nieuwe website, intranet en ERP systeem. Daarnaast is er aandacht voor marketing automation, zodat ze beter kunnen gaan sturen op campagnes – Ervoor zorgen dat de juiste content bij de juiste mensen terecht komt.

**8. Op welke zaken binnen marketinggebied ligt vanuit de organisatie de nadruk? Welke zaken zijn volgens jou zelf belangrijk?**

Vanuit ACA IT-Solutions en het moederbedrijf Crowe Foederer is kennisdeling een prioriteit. Ze willen de kennis die ze in huis hebben delen met bestaande klanten, maar ook met de markt om een stukje zichtbaarheid te creëren. Het doel is om naamsbekendheid te krijgen, zowel als werkgever als commercieel bedrijf (om geld te verdienen). ACA wil de manier waarop het bedrijf gepresenteerd wordt opfrissen: Er moet een grotere nadruk komen op het persoonlijke aspect en betrokkenheid in plaats van de technische kant. Behalve kennisdeling wordt er vele moeite gestoken in recruitment, omdat ze simpelweg meer werknemers willen krijgen.

**9. Wat zijn voor jou als marketeer de grootste uitdagingen? Waar loop jij tegenaan?**

- De kwaliteit van de data is niet altijd goed, het klantenbestand is soms onbetrouwbaar.
- Het meetbaar maken van resultaten is een uitdaging. Momenteel wordt Google analytics en Moz pro gebruikt. Maar data staat verspreid, waardoor alles in elkaar gepuzzeld moet worden. Remco heeft liever dat de data centraal staat.
- 1. Communicatie naar de klanten, meetbaar maken of het goed is aangekomen en wat voor effect dat heeft gehad.

## Content Marketing

**10. Hoe vaak heb jij te maken met content marketing? Hoeveel tijd ben je hier op wekelijkse basis mee kwijt?**

Remco is naar eigen zeggen veel te weinig tijd bezig met content marketing. Liever zou hij er meer tijd aan besteden, maar er zijn momenteel te veel andere taken die opgepakt kunnen worden. Je zou zelfs op content marketing iemand part time kunnen aannemen. Vooral tekstschrijven kost veel tijd, dit wordt dan ook uitbesteed.

**11. Maak je content alleen voor extern gebruik? Of ook voor intern?**

Content wordt voornamelijk voor extern gebruik ingezet, maar ook regelmatig voor interne communicatiedoeleinden of voor divisie overschrijdende kennisdeling.

**12. Welk type content maak je het meest? (Noem er minstens 5)**

- Blogs
- Whitepapers (gedrukt en digitaal)
- Productbrochures
- Marktonderzoek - 1 per jaar
- Nieuwsbrieven

**13. Welke type content vind je het moeilijkst om te maken? Welke type content is het makkelijkst?**

Makkelijke content is berichtgeving die al vanuit het nieuws of andere bronnen komt. Moeilijke content is als er specialistische kennis aan te pas komt. Specialisten hebben volle agenda's en weinig tijd om content te schrijven.

**14. Wat is volgens jou het nut/de meerwaarde van content marketing?**

Content marketing zorgt ervoor dat alles wat je nu schrijft over een paar jaar nog vindbaar is. Het is dus niet alleen voor online vindbaarheid ideaal, maar ook voor meerdere jaren effectief. De keerzijde is wel dat content moet up-to-date worden gehouden. Op korte termijn wordt de content voor specifieke campagnes gebruikt en op langere termijn als een middel om de traffic naar de website te vergroten. Ook is content marketing een relatief goedkope manier van marketing en zeer effectief wanneer het hoog in Google terecht komt.

Search Engine Optimization is een belangrijk aspect van content marketing, maar voor ACA IT-Solutions niet het primaire doel. Het dient vooral als onderdeel/ter versterking van campagnes. Het is ook campagnegericht en niet SEO gericht. Echter hoe meer tijd en energie in SEO gestoken wordt, hoe meer je er als marketeer eruit haalt.

**15. Via welke distributiekkanalen verspreid je jouw content? Waarom wordt er gekozen voor deze distributiekkanalen?**

- Website - blog
- Social Media: LinkedIn en Twitter - Eigen kanalen en kanalen van medewerkers
- Interne kennisdeling met de relatiebeheerders van het moederbedrijf (intranet/interne nieuwsbrieven(email)/congressen/overleggen) - Cross selling via het moederbedrijf, Ze hoeven niet de koude markt op maar kunnen binnen het eigen concern diensten verkopen. Deze kennisdelingen nemen toe over alle divisies
- Soms online campagnes
- Contacten met de pers
- Regionale partnernetwerk
- IT branche - IT media

**16. Hoe meet jij het succes van je content? Welke maatstaven worden er gebruikt?**

Remco heeft goed zicht op hoe content presteert via Google analytics. Hierin vindt hij alle statistieken die belangrijk zijn voor het uitvoeren van zijn functie. Het enige waar nog behoefte aan is, is de zichtbaarheid in de fluctuaties van de populariteit van content. De organisatie leunt namelijk steeds meer richting account based marketing, waarbij de klant en eerdere interacties centraal staan. Dit geeft beter inzicht op wat klanten doen.

**17. Waar let jij het meest op tijdens het maken van content? Wat zijn volgens jou de belangrijkste manieren om succesvolle content te maken?**

De volgende 3 aspecten zijn volgens Remco belangrijk voor het maken van succesvolle content:

1. Goede content bevat niet te veel vaktermen. Het moet voor iedereen leesbaar zijn maar wel een bepaald niveau hebben.
2. Referentverhalen van klanten.
3. Medewerkers/specialisten naar voren schuiven, omdat 'mensen zaken doen met mensen'

**18. Wat vind jij het moeilijkste aan content marketing? Wat vind jij het makkelijkst?**

Het lastigste aan content marketing is het verkrijgen van technische kennis en dit omzetten naar begrijpbare taal. De content zelf ligt in de IT branche voor het oprapen.

Daarnaast zou Remco de huidige flow van content marketing liever omdraaien: Momenteel is de content afhankelijk van de campagnes, maar liever zouden ze richting een model gaan, waarbij campagnes worden bepaald aan de hand van de content. Dat je gedurende het jaar kijkt aan welke content behoefte is en dit als campagne inzet - Sturen op trends.

De tweede uitdaging is beeldmateriaal: Maak je eigen foto's of gebruik je stock foto's? Aan stock foto's kun je niet je eigen corporate identity meegeven. De foto staat op elke andere site waardoor je een soort **eenheidsworst** wordt. Ook is het beheren van content en assets (beeldmateriaal) een uitdaging. Het is niet altijd duidelijk welke content nog up-to-date is. Alleen de laatste datum van wijziging wordt weergegeven.

**19. Hoe zou jij je content marketing kunnen verbeteren?**

Een jaarplanning of editorial kalender zou wel handig zijn maar is geen zware vereiste omdat de content marketing campagne gedreven is.

**20. Wat zijn functionaliteiten die jij als marketeer zeker terug zou willen zien in een content creatie tool?**

Tools die nu in de markt zijn voorzien in veel zaken, maar de informatie is decentraal. Je moet de informatie uit veel verschillende tools verzamelen en combineren om tot een compleet verhaal te komen. Een Nederlandstalige tool waarin alle/meerdere aspecten samenkomen zou ideaal zijn.