

Contentstrategie en contentplanning voor RustZorg (fictief)

1. Introductie

RustZorg is een uitvaartverzorgster en verzekeraar die als doel heeft om voor iedereen een afscheid met een goed gevoel mogelijk te maken. Ze bieden diensten aan die betrekking hebben op zowel voorbereiding als uitvoering van uitvaarten.

2. Omschrijving Doelgroep

De doelgroep van RustZorg is zeer breed en omvat particulieren van dertigers tot bejaarden met een divers opleidingsniveau. Voor de contentstrategie definiëren we twee persona's: 'Ingrid de Planner' (50 jaar, actieve internetgebruiker, gericht op voorbereiding en informatie) en 'Mark de Overlever' (35 jaar, recent een dierbare verloren, op zoek naar empathische begeleiding en praktische informatie).

3. Doelstellingen

RustZorg wil beter vindbaar worden in Google, autoriteit uitstralen, klanten en prospects informeren, hun zichtbaarheid vergroten en meer betrokkenheid creëren. Over een jaar willen zij meer content geplaatst hebben die hun zichtbaarheid in de 'SEE laag' verbetert.

4. Contentstrategie

De contentstrategie is gericht op het bieden van informatieve en inspirerende content die de doelgroep aanspreekt in alle fases van de customer journey. We zullen ons richten op SEO-geoptimaliseerde teksten die empathie en persoonlijkheid uitstralen en de transitie van een formele 'u'-vorm naar een meer toegankelijke 'je'-vorm ondersteunen.

5. Content Planning

Maand 1

- Blogartikel: "5 dingen die je nog niet wist over levenstestamenten" (1.200 woorden) - Awareness
- E-book: "Jouw complete gids voor het plannen van een persoonlijke uitvaart" (5.000 woorden) - Consideration
- Webpagina: "Hoe RustZorg je steun biedt bij verlies" (800 woorden) - Retention
- Nieuwsbrief: "Herinneringen koesteren: ideeën voor een jaar na het afscheid" (600 woorden) - Loyalty

Maand 2

- Whitepaper: "De toekomst van uitvaarten: trends en innovaties 2024" (3.500 woorden) - Awareness
- Blogartikel: "Het belang van een goede uitvaartverzekering" (1.200 woorden) - Consideration
- Webpagina-update: "Ontdek onze vernieuwde uitvaartwensentool" (500 woorden) - Purchase
- Blogartikel: "Bijzondere uitvaartlocaties in Nederland" (1.200 woorden) - Loyalty

Maand 3

- Video script: "Stap voor stap: jouw weg naar een persoonlijk afscheid" (1.000 woorden) - Awareness
- Nieuwsbrief: "Nieuwe diensten bij RustZorg: altijd aan je zijde" (500 woorden) - Consideration
- Blogartikel: "Rouwverwerking: praktische tips en adviezen" (1.400 woorden) - Retention
- E-book update: "Checklist: Ben je klaar voor het onverwachte?" (2.000 woorden) - Purchase

Maand 4

- Blogartikel: "Uitvaart in stijl: Trends in uitvaartkleding" (1.200 woorden) - Awareness
- Webpagina: "Wat te doen direct na een overlijden: een praktische gids" (1.000 woorden) - Consideration
- Nieuwsbrief: "Persoonlijke verhalen van afscheid" (700 woorden) - Loyalty
- Blogartikel: "De impact van sociale media op het rouwproces" (1.400 woorden) - Retention

Maand 5

- Infographic: "De uitvaart van morgen: Statistieken en feiten" (800 woorden) - Awareness
- Blogartikel: "Een uitvaart die past bij het leven: unieke thema's" (1.200 woorden) - Consideration
- Whitepaper: "Een duurzame uitvaart regelen: zo doe je dat" (3.000 woorden) - Loyalty
- Productpagina-update: "Onze uitvaartpakketten: Kies het pakket dat bij jou past" (600 woorden) - Purchase

Maand 6

- Blogartikel: "Hoe kies je de juiste uitvaartmuziek?" (1.200 woorden) - Awareness
- Video script: "Een laatste eerbetoon: RustZorg helpt" (750 woorden) - Consideration
- Nieuwsbrief: "Uitvaart trends: Wat wij van andere culturen kunnen leren" (500 woorden) - Retention
- E-book: "De gids voor nabestaanden: steun bij het regelen en verwerken" (4.000 woorden) - Loyalty

6. Onderbouwing

De keuze voor een mix van contenttypes en -onderwerpen is gebaseerd op de behoeften van de diverse doelgroep en hun positie in de customer journey. Door zowel diepgaande gidsen en whitepapers als toegankelijke blogs en nieuwsbrieven te bieden, begeleiden we potentiële klanten door de hele reis heen en positioneren we RustZorg als een empathische, autoritatieve bron van informatie en steun. De regelmatige updates, zowel in vorm als inhoud, geven blijk van dynamiek en een vooruitstrevende benadering binnen de uitvaartbranche.