

Content marketing voor About:Crypto

<https://www.frankwatching.com/archive/2018/10/11/contentmarketing-in-2019-10-trends-die-het-verschil-maken/>

Aandacht en tijd winnen met curiosity gaps
Carlijn Postma, eigenaar van The Post

Audience building begint bij een doordachte benadering van je lezers, kijkers of luisteraars. Om hun tijd en aandacht voor je te winnen, moet je uitzoeken wat hen nieuwsgierig maakt. Met die kennis op zak ben je in staat om curiosity gaps te creëren: leegtes tussen wat ze weten en wat ze te weten willen komen. Hoe wijder die kloof, hoe spannender je verhaal en hoe groter de kans dat je hen tot op het einde boeit.

<https://www.frankwatching.com/archive/2018/10/04/zoekwoordenonderzoek-uitvoeren-alleen-voor-seo-wat-een-onzin/>

Ga met behulp van zoekwoorden onderzoek op zoek naar de kloof tussen wat jij aanbiedt en waar jouw doelgroep behoefte aan heeft. Dit kunnen content-gaps zijn: content die jij mist om je doelgroep verder te helpen.

Net zoals je ideeën opdoet voor nieuwe content, doe je tijdens zoekwoorden onderzoek ook ideeën op voor aanpassing of aanvulling van bestaande content. Dit kunnen actualiteiten zijn waarmee je bestaande content weer helemaal up-to-date maakt.

All keywords

Total volume **174,720** | Average difficulty **0.70%**

[Export](#)

[+ Add to Keyword Analyzer](#)

<input type="checkbox"/>	Keyword	Volume	Trend	KD	CPC	Com.	SERP Feat.	Results in SERP
<input type="checkbox"/>	crypto	6,600		51.21	0.94	0.3	0	97.9M
<input type="checkbox"/>	crypto reddit	2,900		n/a	0	0	n/a	n/a
<input type="checkbox"/>	puzzelwoordenboek crypto	2,900		85.48	1.58	0.03	0	21
<input type="checkbox"/>	crypto news	2,400		39.34	2.17	0.17	0	138M
<input type="checkbox"/>	crypto nieuws vandaag	1,900		n/a	1.84	0.18	n/a	n/a
<input type="checkbox"/>	crypto market cap	1,600		22.51	3.2	0.1	1	49.4M
<input type="checkbox"/>	crypto calendar	1,600		n/a	0	0.02	n/a	n/a
<input type="checkbox"/>	neo crypto	1,300		30.62	3	0.19	0	19.5M
<input type="checkbox"/>	laatste crypto nieuws	1,300		n/a	1.06	0.2	n/a	n/a
<input type="checkbox"/>	crypto miljonaire	1,000		n/a	0	0.02	n/a	n/a

Het moge duidelijk zijn: zoekwoorden onderzoek biedt een leidraad bij het in kaart brengen van je buyer journey. Eigenlijk is dit inzicht in de behoeften van je doelgroep 2.0. Ik durf mijn hand ervoor in het vuur te steken dat content die je op basis van deze inzichten creëert, beter presteert en converteert! Gebruik het see-think-do-care model en deel de zoekwoorden in elke fase in, bij de do fase ben je bereid meer te betalen voor een zoekwoord dan in de see fase.

<https://www.frankwatching.com/archive/2018/09/25/verzekerd-van-succes-met-je-content-a-s-r-deelt-tips/>

Content recyclen

Best veel werk, die blogs. Christel beaamt het volmondig. “Ja, het kost heel wat tijd om succesvolle content te creëren. Maar het levert onze organisatie ook veel op. We proberen trouwens ook met onze content duurzaam om te gaan. Zo recyclen we informatie waar we kunnen. Als we een mooi blog schrijven, maken we daar soms ook een kort filmpje van dat geschikt is voor Instagram. Zo kunnen ook onze klanten die niet graag lezen, in 1 minuut het verhaal meekrijgen.” Nelleke: “Als je de informatie al op papier hebt staan, is het minder werk om er ook andere dingen mee te doen.”

<https://moz.com/learn/seo/google-panda>

Google Panda is een update uit 2011 om high-quality pages te belonen en om low-quality pages te straffen. Het is een van de meer dan 200 factoren die belangrijk zijn bij de ranking in Google. <https://www.vertical-leap.uk/blog/panda-algorithm-2018/>

Google Panda is in 2016 samengevoegd bij het hoofd algoritme, dit betekend dat Google Panda officieel niet meer bestaat en geen updates meer zal krijgen. Het volledige algoritme is doorgevoerd, waardoor de punten uit Google Panda hetzelfde zijn in het hoofd algoritme, en dus even belangrijk is als eerst:

- Thin content: met weinig of irrelevante content
- Duplicate content: content die ook precies hetzelfde voorkomt op andere websites of die veel terugkomt op je eigen website.
- Low-quality content: content die slechte/ondiepe informatie bevat.
- Lack of authority/trustworthiness: content van ongeverifieerde bronnen, een gebruiker moet zijn gegevens durven achterlaten.
- Content farming: lange, low-quality pagina's, vaak bestaande uit content van andere websites. Vaak gebruikt om zoveel mogelijk voor te komen in zoekresultaten door veel zoekwoorden te gebruiken.
- Low-quality user-generated content (UGC): een blog met veel grammaticale fouten, erg korte teksten en irrelevante content.
- High ad-to-content ratio: Pagina's die voor het grootste deel bestaan uit advertenties ipv content.
- Low-quality content surrounding affiliate links: slechte/ongepaste content die verwijzen naar affiliate pagina's.
- Websites blocked by users: pagina's die door gebruikers zijn geblokkeerd.
- Content mismatching search query: pagina's die beloven relevante antwoorden te geven, maar hierin falen.

Conclusie:

Aandacht winnen met curiosity gaps:

About:Crypto heeft al onderzocht dat er een gat is in de markt van relevante content over crypto en blockchain. Er was nog geen website die dagelijks relevante content post over deze onderwerpen, ondertussen is er een blog opgericht die voldoet aan deze behoefte. Namelijk Crypto Insiders, zij waren er al iets langer maar zijn de afgelopen maanden pas echt bekend geworden. Hierdoor zijn zij de grootste concurrent geworden van About:Crypto maar er is nog steeds behoefte aan deze content, en dit gaat alleen maar meer worden

wanneer de crypto markt weer gaat stijgen. Een valkuil voor Crypto Insiders is dat zij maar 2 content schrijvers hebben, zij kunnen niet concurreren met de 30 schrijvers van About:Crypto die allemaal een eigen gespecialiseerd onderwerp toegewezen krijgen.

Waar heeft de doelgroep behoefte aan?

Met behulp van zoekwoorden kun je zien waar je doelgroep behoefte aan heeft. Zo wordt er de laatste tijd veel gezocht op de NEO coin, als je dit ziet in de zoekwoorden analyse (die makkelijk online te doen is) kun je hierop inspelen door meer content te schrijven over de NEO coin. Door wekelijks of meerdere malen per week een zoekwoorden analyse te doen blijf je altijd relevante content plaatsen.

Je kunt je zoekwoorden ook indelen in de buyers journey, aan de hand van het see-think-do-care model kun je zien welke zoekwoorden het meeste zullen opleveren. Als je je vooral richt op het schrijven van artikelen over zoekwoorden in de do-fase, en ze voltooien vervolgens een transactie op de website waar je naar toe linkt om een coin te kopen, kun je veel geld verdienen met affiliate.

Ook kun je de zoekwoorden gebruiken om content te updaten, eerder geschreven oudere artikelen zijn minder relevant, maar als er veel wordt gezocht op een onderwerp waar je eerder al artikelen over geschreven hebt kun je deze updaten. Zo hoef je niet een volledig nieuw artikel te schrijven, maar kun je simpel de content updaten om te voldoen aan de vraag die dan speelt.

Content recyclen:

Het recyclen van content wordt tegenwoordig door veel grote bedrijven gedaan, dit wil zeggen dat je het blog artikel bijvoorbeeld omzet in een korte video voor op je social media kanalen. Je hoeft hierdoor niet een helemaal nieuw verhaal te bedenken voor in de video, je kunt de content uit het artikel hergebruiken en dit op een andere manier inzetten.

Google algoritmes:

Google Panda, wat nu is toegevoegd aan het hoofd algoritme van Google, was erg belangrijk voor content marketing. De factoren waren namelijk allemaal toepasbaar op de content op je website, die ervoor zorgt dat je beter gevonden wordt in Google. Deze factoren zijn in het hoofd algoritme hetzelfde gebleven, en dus hedendaags nog steeds erg belangrijk.

Er zijn een aantal factoren waar About:Crypto extra goed op moet letten, namelijk lack of authority; het is belangrijk dat als je linkt naar een andere pagina (waar je bijvoorbeeld de content vandaan hebt) deze pagina betrouwbaar is. Ook low quality content surrounding affiliate links is erg belangrijk, About:Crypto gaat namelijk affiliate marketing toepassen en moet hierbij dus opletten dat de ads passen bij de content. Tot slot is content mismatching search query ook belangrijk, als je zegt dat je antwoord geeft op de vraag van een bezoeker moet je dit ook nakomen.