



EBOOK

Hoe schrijf je een goede zakelijke blog

Omdat je als ondernemer eigenlijk wel weet dat het goed voor je bedrijf is, maar je niet zo goed weet hoe je moet bloggen.

Nicole Adelaars
Ik help je jouw verhaal vertellen

Inleiding

Je hebt dit Ebook gedownload dus ergens weet je wel waarom het goed is voor je bedrijf om te bloggen. En toch houd iets je tegen. Je roept dat het je aan tijd ontbreekt. Maar eigenlijk is dat gewoon een smoesje. Want waarom zou je geen tijd vrij kunnen (meestal is het vooral 'willen') maken voor iets wat je niet alleen nieuwe en terugkerende bezoekers oplevert op je website. Maar wat ook zorgt voor het vergroten van je expertstatus, content oplevert voor social media én waarmee je jouw doelgroep helpt met hun belangrijkste vragen en problemen.

Zo dat was nog eens een binnenkomer he? Mijn naam is Nicole Adelaars en ik ben contentcoach en blogexpert. Op mijn achttiende startte ik mijn eerste blog (en ik kan je vertellen, dat is inmiddels alweer heel wat jaartjes geleden) en in 2013 zag mijn meest succesvolle blog Meisje-Eigenwijsje.nl het licht. Na heel wat jaren ervaring opgedaan te hebben en allerlei masterclasses en trainingen te hebben gevolgd werd de blog mijn eigen bedrijf en later ontwikkelde ik me verder tot coach en trainer.

Hoe is dit Ebook opgebouwd?

In dit 22 pagina's tellende Ebook vind je allerlei informatie en praktische tips voor het schrijven van zakelijke blogartikelen. Het is opgebouwd uit zes delen:

1. Voordat je begint
2. Waar schrijf je over?
3. Stappenplan & Structuur
4. Schrijfstijl
5. SEO
6. Do's & dont's

Liefs, Nicole



PS. Mijn advies? Probeer niet alles in één keer toe te passen, maar doe het stapje voor stapje. Het fijne aan een blog is dat je het achteraf aan kunt passen.

Deel 1

Voordat je begint

Er zijn een aantal dingen die je voordat je start met het schrijven van blogs moet onderzoeken.

ZORG DAT DE INHOUD WAARDEVOL IS

Het schrijven van een goede zakelijke blog heeft te maken met de waarde van de inhoud. Wat nou echt waardevol is heeft weer te maken met degene voor wie je schrijft. En nee dat is niet Google. Dat is je klant. Of potentiële klant. Een blog met alleen maar informatie is niet zo waardevol voor je lezer dan wanneer je naast die kennis ook tips geeft, voorbeelden deelt en uitleg geeft.

JOUW LEZER STAAT CENTRAAL

Daarnaast is het belangrijk om stil te staan bij het feit dat jouw lezer centraal staat. Gebruik je blogs dus om inspiratie en ervaringen te delen. Jouw unieke kennis en inzichten. En niet jouw diensten of producten. Het is tenslotte een blog, geen persbericht of salespagina.

Leg je focus daarom dus ook op de lezer en de meerwaarde die jouw blog voor hem of haar heeft. Een goede zakelijke blog zorgt ervoor dat jouw lezer geïnspireerd en/of gemotiveerd raakt, iets leert of dat je hem of haar ergens mee helpt. Heb je alles in je blog zitten? Dat is helemaal geweldig!

WIE - WAT - HOE - FOCUS

Je kunt pas echt starten met bloggen wanneer je jouw doelgroep duidelijk hebt. Wie zijn je lezers? Waar lopen zij tegenaan? Waar verlangen ze naar? En met welke expertise die jij hebt kun je ze helpen? Het is goed om dit voor jezelf op te schrijven voordat je überhaupt begint met bloggen. Maar ook voor het schrijven van elk los blogartikel is het goed om even een goed beeld te schetsen wie de lezer is en wat je met de blog wilt bereiken.

Het mooie hiervan is dat wanneer je dit duidelijk hebt, je ook heel makkelijk kunt kiezen in welke vorm je de blog gaat gieten. Wordt het een stappenplan of meer een lijstje met tips? Misschien zet je de blog wel in interview vorm of wordt het meer een handleiding. Wanneer je weet wie de lezer is dan weet je ook waar diegene naar op zoek is.

Als laatste is het goed om voor elk blogartikel je focus te bepalen. Wat wil je dat de lezer na het doornemen van jouw blog doet / denkt / voelt / weet? Zorg daarom altijd voor een hoofdboodschap. En probeer niet teveel af te wijken naar onderwerpen die ermee te maken hebben maar niet jouw doel treffen.

Deel 2

Waar schrijf je over?

Als het gaat om onderwerpen bedenken om over te bloggen dan zijn er verschillende manieren om dit te doen. Deze verschillende manieren licht ik graag toe.

Een van de grootste problemen die ondernemers hebben als het gaat om het schrijven van blogs is het bepalen van de onderwerpen. Want waar ga jij over bloggen? Welk onderwerp is geschikt en waar zitten mensen nu echt op te wachten? Aangezien er al zoveel blogs zijn geschreven kun je het gevoel hebben dat jouw blogartikel er niet meer toe doet. Maar daarom is het ook belangrijk om jouw eigen persoonlijkheid en waarde eraan toe te voegen.

B R A I N S T O R M E N

De eerste tool die ik altijd gebruik is ook de meest simpele. Namelijk het houden van een brainstormsessie. Mijn advies is altijd om dit eerst eens alleen te doen en om daarna bijvoorbeeld met een business buddy hiermee verder te brainstormen. Je kunt dan je eerste brainstormsessie als basis gebruiken en hier samen verder op in gaan.

Zet een eierwekker of de timer op je telefoon op 20 – 30 minuten, pak een schrift en schrijf alles op waar je aan denkt wat betreft je business. Al het andere waar je aan denkt mag ook, die streep je naderhand gewoon lekker door maar is dan wel uit je hoofd. Ga jezelf niet verbeteren qua spelling, ga ook niet denken dat iets niet goed is want dan blokkeer je juist. Naderhand ga je pas kijken naar wat wel of niet passend is en of iets wel of niet erbij hoort.

Lukt het brainstormen niet, loop dan even een blokje om en probeer het nog eens. Vind je schrijven op dat moment lastig spreek dan je dictafoon in. Meestal zit er daar ook eentje van op je telefoon.

W O O R D S P I N

Een woordspin maken is ook een soort van brainstorm maar dan net iets specifieker en doelgerichter. Je kunt bijvoorbeeld een van de dingen uit je brainstormsessie pakken om hierop verder te gaan. Dit woord schrijf je in het midden en je schrijft er alles omheen waaraan je denkt. Dit mogen ook vragen zijn die in je opkomen die met het onderwerp te maken hebben. Gebruik daarbij 'hoe, wat, waar, waarom, wie' vragen.



MEEST GESTELDE VRAGEN

Wanneer je al een tijdje bezig bent met je eigen bedrijf dan zijn er vast al een aantal vragen van klanten die regelmatig voorbij komen. Dit hoeven niet perse al klanten te zijn overigens, kunnen ook potentiële klanten zijn. Vragen die bijvoorbeeld via Social media gesteld worden of die in de chat functie gesteld worden mocht je deze op je website hebben staan.

Je kunt ook op zoek gaan naar deze meest gestelde vragen op fora, in groepen op Facebook die met jouw onderwerp te maken hebben of er zelf naar vragen in gesprekken met potentiële klanten.

Deze vragen kun je gebruiken als onderwerp. Sommige vragen lijken heel klein in jouw ogen, maar het is juist goed om daar dan een blog over te schrijven want dat zijn wel vragen waar je klanten mee zitten plus het is ook goed voor je vindbaarheid op Google.

GOOGLE

Een andere manier om aan ideeën voor blogonderwerpen te komen is door zelf op zoek te gaan via Google. Tegenwoordig zoeken mensen bijna niet meer op 1 of 2 woorden maar zijn het vaak hele zinnen. Ga zelf maar eens op zoek naar jouw onderwerp. En beperk je dan niet tot 1 woord, maar kijk ook eens naar de suggesties die google geeft. En zoek daar dan eens op. Dan komen er waarschijnlijk nog meer suggesties. Plus tussen de resultaten zit waarschijnlijk ook weer inspiratie.

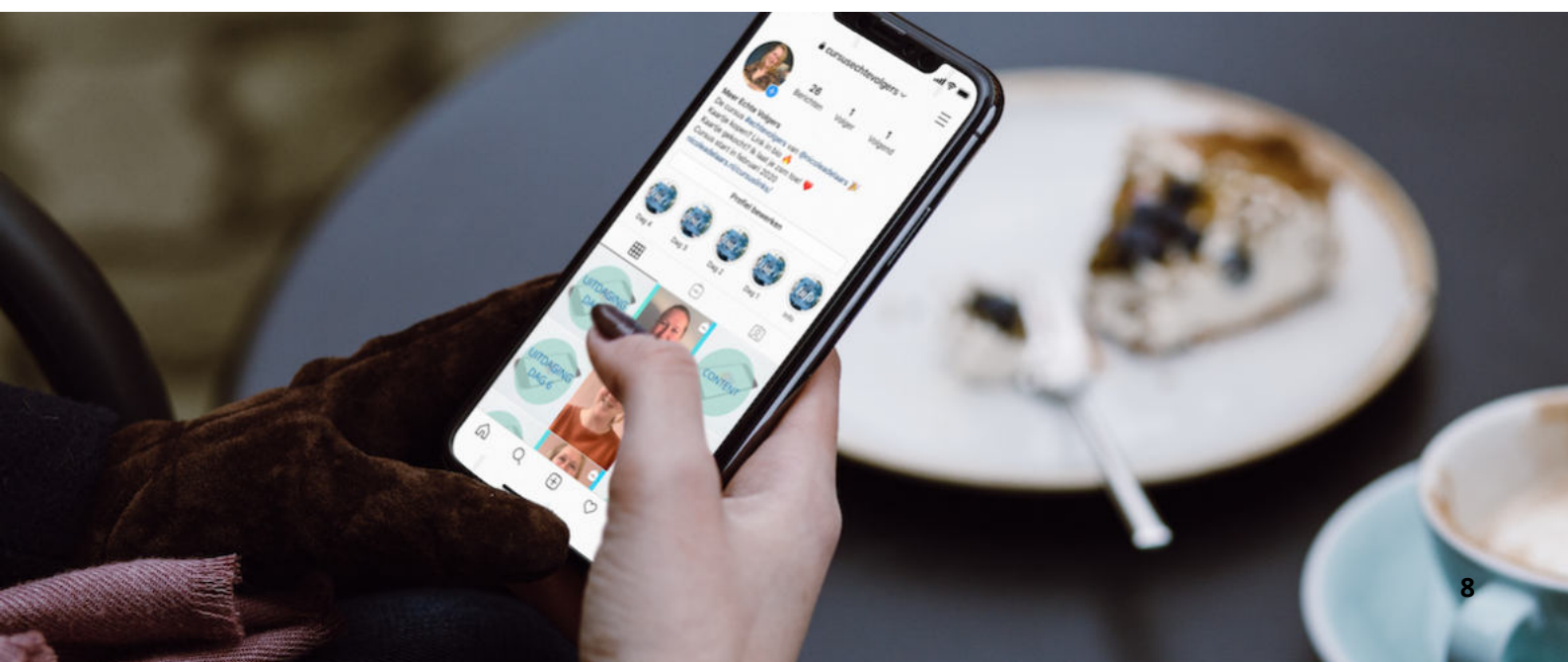
JOUW VERLEDEN

Er is een tijd geweest dat je zelf ook niets wist over hetgeen waar jij de kennis nu wel over hebt. Dat je zelf op het punt was waar jouw klanten ook zijn. Daarom is het goed om na te gaan tegen welke dingen jij zelf aan bent gelopen. Zo weet ik van iemand die een webshop in notitieboekjes heeft dat zij er tegenaan liep dat het erg lastig was om een uniek en/of duurzaam notitieboekje te vinden.

Daarnaast had ze een grote voorliefde voor notitieboekjes maar wist ze niet altijd wat ze erin moest schrijven of waar ze het voor kon gebruiken. Inmiddels is zij daar juist de expert in. Ze deelt haar ideeën, inspiratie en kennis nu dan ook via blogs in haar webshop. En heeft in haar assortiment juist die bijzondere, unieke en duurzame notitieboekjes.

BLOGGERS

Misschien een hele gekke tip, maar kijk ook eens wat (andere) bloggers geschreven hebben. Er zijn een heleboel bloggers in verschillende niches. Ben je boekhouder dan is het slim om financiële bloggers te gaan volgen. Heb je een webshop of winkel in kinderkleding volg dan kindermodeblogs. Zij kunnen jouw inspiratiebron zijn qua blog onderwerpen. Ik zeg niet dat je alles moet kopiëren wat zij doen, juist niet. Blijf bij jezelf. Maar het kan wel een handige inspiratiebron zijn.



Deel 3

Stappenplan & structuur

Waar de een binnen no time zijn of haar idee of verhaal op papier zet staart de ander uren naar een knipperende cursor. Om jezelf houvast te geven is het fijn om met een stappenplan & structuur te werken.

Waar de een binnen no time zijn of haar idee of verhaal op papier zet staart de ander uren naar een knipperende cursor. Om jezelf houvast te geven is het fijn om met een stappenplan & structuur te werken. Met het stappenplan geef je jouw blog richting en maak je eigenlijk een soort van plan de campagne.

D O E L

De eerste stap die je neemt is het beschrijven van het doel van de blog. Wat wil je dat de lezer vindt/denkt/doet/voelt na het lezen van het blogartikel?

W I E E N P R O B L E E M

Als tweede ga je kijken naar de doelgroep. Wie is de persoon die jouw blog leest en tegen welk probleem loopt hij of zij aan? Welke vragen heeft de lezer?

V O R M

De derde stap is het bepalen van de vorm waar je jouw blogartikel in gaat gieten. Wordt het een stappenplan, maak je er een 'how to' van, misschien is het wel een lijstje met tips, etc. Kies jouw format uit. En zorg dat deze past bij de lezer en het probleem.

V R A A G / S T E L L I N G

Wanneer je bij de vierde stap in het rijtje bent aangekomen is waarschijnlijk al een heleboel duidelijk. Nu is het de bedoeling dat je een hoofdvraag of hoofdstelling gaat bepalen. Let op dit is niet perse de titel van de blog. Deze bepaal je eigenlijk pas na het schrijven van de blog.

I N H O U D S O P G A V E

Voordat je begint met schrijven ga je een globale inhoudsopgave maken. Oftewel je schrijft steekwoorden op, vragen en tussenkopjes. Deze hang je natuurlijk aan de hoofdvraag of -stelling. Door een inhoudsopgave te maken krijg je een veel beter beeld van de inhoud van je blog. Anders begin je te schrijven en is de kans groot dat je te veel uitwijdt. Door van te voren alvast dit soort dingen vast te leggen kun je veel beter kaderen.



TOEVOEGEN

Op dit punt in het stappenplan ga je alvast nadenken over de afbeeldingen, linkjes die je erin wilt verwerken, quotes die je wilt delen, video's die je erin gaat zetten, enzovoort. Dus wat kun je toevoegen aan je blog om hem nog aantrekkelijker te maken?

SCHRIJVEN

De zevende stap is natuurlijk het schrijven van de blog zelf. Let op: tijdens het schrijven ga je dus nog niet redigeren of jezelf corrigeren. Je begint gewoon te schrijven aan de hand van de voorgaande stappen en laat het creatieve proces toe.

REDIGEREN EN CORRIGEREN

Heb je de blog geschreven laat hem dan minimaal een dag liggen. Daarna kun je er met een kritisch oog naar kijken. Ik schrijf vaak zelfs mijn inleiding pas in deze fase.

STRUCTUUR

Wanneer je een blog schrijft is het wel altijd goed om een bepaalde structuur aan te houden. Een goede blog heeft altijd een pakkende titel, een prikkelende inleiding, een body tekst waarin je antwoord geeft op de hoofdvraag en een slot.

Blogtitel – Vestig voor het schrijven niet teveel aandacht op de titel. Pas wanneer je blog klaar is kun je echt kritisch ernaar kijken. Probeer een zo creatief mogelijke titel te bedenken die wel in een keer duidelijk maakt waar de blog over gaat en tegelijkertijd alsnog prikkelt om verder te lezen. Stel bijvoorbeeld een vraag of maak een lijstje.

Inleiding – Na de titel is de inleiding cruciaal voor je blog. Na het lezen van deze eerste alinea bepaalt de lezer of de rest van de blog zijn of haar tijd waard is. Zorg er daarom voor dat de lezer nieuwsgierig wordt door een voorbeeld van het probleem te schetsen of juist in te gaan op een herkenbare situatie.

Body tekst – In de body tekst geef je antwoord op de hoofdvraag of je verdedigt je stelling. Dit stuk mag, nee moet, het langste stuk zijn. Er gaat iets fout wanneer de inleiding of het slot langer is dan de body. Hier kun je bijvoorbeeld de tips geven, hier komt het stappenplan of de checklist. Hier geef je de feiten die jouw stelling verdedigen.

Het slot – In het slot is er ruimte om de belangrijkste dingen op een rijtje te zetten en om een call to action toe te voegen. Je wijst ze bijvoorbeeld naar andere blogs die je erover geschreven hebt of je geeft nog een laatste tip. Je kunt de lezer ook vragen om een reactie achter te laten of om bijvoorbeeld in te schrijven voor een nieuwsbrief.



Deel 4

Schrijfstijl

Er zijn een aantal dingen waar je tijdens het redigeren en corrigeren van je blog extra op kunt letten. In dit deel geef ik je een aantal tips hiervoor.

KORTE ZINNEN

Zorg ervoor dat je langere zinnen afwisselt met korte zinnen of maak er korte zinnen van. Dit kun je onder andere doen door een komma te vervangen door een punt. Langere zinnen zijn namelijk veel moeilijker om te lezen.

SYNONIEMEN

Het is ontzettend irritant wanneer je over een bepaald onderwerp leest en dat woord komt tig keer voor in de tekst. Maak daarom gebruik van synoniemen. In plaats van het woord 'blog' gebruik ik ook wel eens blogpost, artikel, verhaal, tekst of stuk.

ZORG ERVOOR DAT JE ACTIEF SCHRIJFT

Valt je iets op aan het kopje hierboven? Het is niet bepaald een actieve zin. 'Schrijf actief' was een betere kop geweest. Maar dan had ik mijn punt niet kunnen maken. Actieve zinnen maken je tekst een stuk krachtiger. Vermijd daarom dan ook hulpwerkwoorden als 'kunnen', 'dienen' en 'worden'.

WEES PERSOONLIJK & JEZELF

Een goede zakelijke blog heeft altijd een persoonlijk karakter. Dat geeft jouw blog namelijk net dat beetje extra dan de blog van een ander. Dit doe je door te schrijven zoals je praat en door bijvoorbeeld eigen voorbeelden en afbeeldingen te gebruiken. Het ligt natuurlijk wel aan het type blog hoe persoonlijk je bent. In een artikel waarin je vooral kennis deelt ben je vaak minder persoonlijk dan wanneer je jouw visie op een onderwerp deelt.

SCHRIJF BEELDEND

Beeldend schrijven is iets wat niet iedereen uit zichzelf doet of kan. Het is dus slim om je daarin te verdiepen. Sowieso helpt het enorm wanneer je bijvoeglijke naamwoorden toevoegt aan je tekst. Denk hierbij aan woorden als fantastisch en afschuwelijk. Maar ook aan dingen als 'de oude man' of 'de zwarte kat', waarbij oude en zwarte natuurlijk de bijvoeglijke naamwoorden zijn. Hiermee spreek je net wat meer tot de verbeelding. Daarnaast kun je ook stijlvormen gebruiken als metaforen, parabolen en vergelijkingen.

Deel 5

SEO (zoekmachine optimalisatie)

Een goede zakelijke blog staat of valt niet perse met SEO. Toch is het een onderdeel die ik graag uitlicht omdat je natuurlijk wel graag wilt dat je blog ook gelezen wordt.



Een goede zakelijke blog staat of valt niet perse met SEO. Je kunt een knaller van een blog geschreven hebben zonder aan SEO gedacht te hebben. Toch is het een onderdeel die ik graag uitlicht omdat je natuurlijk wel graag wilt dat je blog ook gelezen wordt. Ik licht in dit deel de belangrijkste dingen eruit.

WAT IS SEO

Zoekmachine optimalisatie, ook wel search engine optimization (SEO) genoemd, wordt gebruikt om websites hoger te laten ranken binnen de organische (niet betaalde) zoekresultaten van Google. Door de optimalisatie van je website wordt de vindbaarheid van je website verhoogd in zoekmachines.

WAAR KIJKT GOOGLE NAAR?

Google kijkt naar:

- Welke content is het meest relevant (oftewel, welke content geeft het beste resultaat op de zoekopdracht)

Dit bepaalt Google aan de hand van een algoritme. Echter hoe het algoritme eruit ziet is geheim. Dat weet alleen Google. Wat men wel weet is dat het onder andere te maken heeft met:

- snelheid van je pagina
- kwaliteit van je content
- de hoeveel linkjes er zowel binnen als buiten de website zijn

MIJN SEO ADVIES

Natuurlijk is het goed en slim om je te verdiepen in SEO. Maar laat je onkunde hierover je niet tegenhouden ook werkelijk content te maken. Ook al weet je nog niets of niet veel over SEO kun je wel al aan de slag met bloggen.

Want eigenlijk wil Google hetzelfde als jij: mensen helpen door het beste resultaat te geven. Richt je daarom op je doelgroep. Op jouw ideale klant die online op zoek is naar jou. Welke vragen heeft deze klant? Waar loopt hij of zij tegenaan? Wat zijn de zoektermen (of beter gezegd zoekzinnen) waar hij of zij op zoekt?

Wanneer jij ervoor zorgt dat alle vragen en alle problemen waar jouw klant tegenaan loopt op jouw website beantwoord worden dan ben je dus het beste resultaat.

Natuurlijk is het dan wel slim om met bepaalde SEO items rekening te houden. Denk bijvoorbeeld aan de snelheid van je website. Hier valt al veel winst te behalen wanneer je jouw afbeeldingen verkleint voordat je ze upload op je website. Hier zijn allerlei handige websites voor zoals fotoverkleinen.nl.

Daarnaast bezoeken zo'n 80% van de mensen websites via de mobiel. Is jouw website wel mobielvriendelijk? Is alles goed te lezen en te vinden? Zo nee dan is het goed om daar aandacht aan te besteden.



Ook kun je bij het schrijven van je blog rekening houden met de zoekwoorden of zoekzin waar jij op gevonden wilt worden. Dit kun je bijvoorbeeld doen door de zoekwoorden/zoekzin te verwerken in:

D E T I T E L

Zorg ervoor dat hier jouw zoekwoorden in staan en dat het de lezer prikkelt om verder te lezen. De titel moet ongeveer tussen de 50-70 tekens zijn. Is hij langer dan kan Google de titel afbreken.

E E R S T E A L I N E A / L A A T S T E A L I N E A

Het is sowieso goed om de woorden waar jij op gevonden wilt worden door de hele tekst heen te gebruiken. Echter hoef je niet precies die woorden te gebruiken. Je kun ook gebruik maken van synoniemen en heb je een zoekzin dan hoeft die niet in precies die volgorde opgeschreven te worden. Zorg er in ieder geval voor dat je in de eerste en laatste alinea van je blog de zoekwoorden plaatst.

K O P J E S

Naast de titel is het ook slim om in een of twee tussenkopjes je zoekwoorden te verwerken. Let er wel altijd op dat het op een natuurlijk wijze gebeurt. En ga het niet forceren. Dat leest niet prettig.

O V E R I G

Je kunt ook de zoekwoorden in de meta beschrijving en in de permalink verwerken. Waar je deze vindt en hoe je dit doet is voor dit ebook even een brug te ver om uit te leggen. Maar wanneer je hier op Googled zul je vast een goed resultaat krijgen met uitleg.

Op mijn website heb ik nog wat extra tips gegeven over SEO:

<https://nicoleadelaars.nl/7-makkelijke-seo-tips-die-je-direct-kunt-toepassen/>

Deel 6

Do's & Dont's

Ik wil graag afsluiten met een aantal do's en don'ts als het gaat om zakelijk bloggen.

DO'S BIJ ZAKELIJK BLOGGEN

Maak een lijst met blogonderwerpen en vul deze continu aan. Zo heb je altijd iets om uit te kiezen en blijf je niet bij voorbaat al hangen bij het bedenken van een onderwerp.

Heb je een onderwerp gekozen, check dan ook even de blogs die al online staan. Heb je al eerder over dit onderwerp geschreven? Zo ja, zet deze linkjes dan in je nieuwe artikel. Grijp ook meteen je kans om het oude artikel een update te geven.

Blog consistent. Wat je vaak ziet bij ondernemers is dat wanneer ze vol inspiratie zitten ze zo meerdere malen per week een blog online zetten. En dan ligt het daarna opeens een paar weken of misschien zelfs maanden stil. Het is veel beter om in tijden van inspiratie de blogs wel te schrijven, maar dan in te plannen over een langere periode. Zie het als een voorraadje van blogs.

Schrijf zoals je praat. Gebruik ik en jij. En geen super zakelijke schrijftaal als je verder informeel bent. Blijf sowieso weg van vakjargon en als dit echt niet te vermijden is leg het jargon dan ook uit.





DONT'S BIJ ZAKELIJK BLOGGEN

Je blog is geen reclamepraatje. Dus een blog over jouw geweldige product en waarom deze zo geweldig is, is een don't. Schrijven voor zoekmachines ook. Er zit een mens achter de statistieken. Deel meer dan feiten en kennis. Deel bijvoorbeeld ook wat je ermee kunt, hoe het toe te passen, geef voorbeelden of oefeningen. Voeg meerwaarde toe.

Na een maand opgeven. Bloggen is voor de langere termijn. Het is niet iets wat je op zeer korte termijn wat oplevert. Verwacht dan ook niet dat er veel op gereageerd wordt of dat je na je eerste blog opeens duizend extra bezoekers heb op je website. Het zorgt echter op de langere termijn voor meer bereik, meer bezoekers, meer binding met klanten, een grotere expertise status en nog veel meer. Focus je daar dan ook op.

Wachten op inspiratie. Veel mensen starten pas met schrijven wanneer ze iets hebben om over te schrijven. Mijn advies is: start nu met schrijven. Ook al weet je niets, schrijf toch maar. Wat je opschrijft hoeft dan niet meteen blog materiaal te zijn, maar het zorgt er wel voor dat je in een flow raakt. Door bijvoorbeeld elke dag te schrijven ga je geïnspireerd raken.

Tot slot..

Ik hoop dat je met dit ebook al een heel eind komt wat betreft het (starten met) bloggen voor je bedrijf. Ik wens je dan ook heel veel schrijfplezier toe.

Mocht je ondanks al mijn praktische handvaten en tips toch nog extra hulp nodig hebben dan kan dat natuurlijk altijd. Ik geef blog workshops zowel offline als online, je kunt bij mij ook terecht voor een 1 op 1 training en ik heb het online blog impact traject waar je op mijn website meer over kunt lezen.

Pak je het liefst al je content aan dan ben je ook welkom in mijn Content Academy. Wil je laagdrempelig kennis met me maken volg me dan in ieder geval via Instagram en check mijn socials en website welke laagdrempelige trainingen ik op dat moment geef. Dit aanbod wisselt met regelmaat.

Liefs, Nicole

Contactgegevens

- ✉ tekst@nicoleadelaars.nl
- 🔗 <https://nicoleadelaars.nl>
- f [nicoleadelaarsfreelance](https://www.facebook.com/nicoleadelaarsfreelance)
- 📷 [nicoleadelaars](https://www.instagram.com/nicoleadelaars)
- in [linkedin.com/in/nicoleadelaars](https://www.linkedin.com/in/nicoleadelaars)

