



ONLINE MARKETING STYLIST

50 kant-en-klare contentideeën



Vijf duidelijke categorieën voor content die zichtbaar maakt, vertrouwen bouwt en verkoopt.

Een cadeautje van Heleen

Nooit meer beginnen met een leeg scherm

Goede content draait niet om iedere dag iets nieuws verzinnen. Je hebt vooral een slimme mix nodig van expertise, herkenning, bewijs, persoonlijkheid en aanbod.

De 50 ideeën in deze gids zijn bewust breed geformuleerd. Maak ieder idee specifiek met één echte situatie, mening, klantvraag of voorbeeld uit jouw bedrijf.

Zo gebruik je dit: Kies elke week één idee uit vier verschillende categorieën. Hergebruik hetzelfde onderwerp als post, korte video, nieuwsbrief of carrousel.

Expertise

01

De drie fouten die je het vaakst ziet bij jouw doelgroep.

02

Een hardnekkige misvatting binnen jouw vakgebied.

03

Jouw eenvoudige stappenplan voor één concreet probleem.

04

Een kleine verbetering die binnen tien minuten resultaat geeft.

05

Wat jij als eerste controleert wanneer een klant vastloopt.

06

Een vakterm uitgelegd in gewone mensentaal.

07

De vraag die klanten vaker zouden moeten stellen.

08

Een trend die volgens jou wél of juist niet relevant is.

09

Een vergelijking tussen twee veelgekozen oplossingen.

10

Jouw favoriete tool, methode of werkwijze en waarom.

Herkenning

11

Een situatie waarin je ideale klant denkt: 'Dit gaat precies over mij.'

12

Het verschil tussen hoe een probleem eruitziet en wat er echt achter zit.

13

Vijf signalen dat het tijd is om iets te veranderen.

14

Een frustratie die klanten vaak niet hardop zeggen.

15

Wat mensen meestal proberen voordat ze bij jou aankloppen.

16

Een herkenbare 'ik doe het morgen wel'-situatie.

17

Wat er gebeurt als je te lang blijft aanmodderen.

18

Een moment waarop je klant onnodig aan zichzelf twijfelt.

19

De opluchting wanneer een lastig onderdeel eindelijk werkt.

20

Een korte 'verwachting versus werkelijkheid'-post.

Bewijs en vertrouwen

21

Een klantcase met beginsituatie, aanpak en resultaat.

22

Een klantquote met jouw uitleg over waarom dit resultaat lukte.

23

Een kijkje achter de schermen van een afgeronde opdracht.

24

Een voor-en-na-voorbeeld, ook als het resultaat niet in cijfers is.

25

Een beslissing in een project waar je achteraf blij mee bent.

26

Een fout die je hebt hersteld en wat je ervan leerde.

27

Jouw werkwijze van eerste contact tot oplevering.

28

Waarom jij bepaalde klanten of opdrachten bewust niet aanneemt.

29

Een veelgestelde vraag over samenwerken met jou.

30

Een mini-audit of analyse van een openbaar voorbeeld.

Persoonlijk en visie

31

Waarom je ooit met dit werk bent begonnen.

32

Een overtuiging in jouw vak waar je sterk voor staat.

33

Iets wat je vroeger anders deed dan nu.

34

Een persoonlijke eigenschap die klanten in jouw werk terugzien.

35

Een werkdag of ritueel dat bij jou past.

36

Een grens die je hebt leren bewaken in je bedrijf.

37

Een keuze die niet populair was, maar wel goed voelde.

38

Wat kwaliteit voor jou persoonlijk betekent.

39

Een onverwachte inspiratiebron buiten je vak.

40

Een eerlijke les uit een lastige ondernemersperiode.

Aanbod en activatie

41

Voor wie jouw aanbod juist wel én niet bedoeld is.

42

Het concrete verschil tussen zelf doen en jouw hulp inschakelen.

43

Eén onderdeel van je aanbod uitgelicht met het voordeel erbij.

44

Een 'wat krijg je precies?'-overzicht zonder verkooppraat.

45

Een bezwaar beantwoord dat mensen vóór aankoop hebben.

46

De kosten van niets veranderen, zonder angst te zaaien.

47

Een uitnodiging voor een laagdrempelige eerste stap.

48

Een bonus, extra of service die klanten vaak onderschatten.

49

Drie situaties waarin jouw aanbod precies op tijd komt.

50

Een directe post: dit is waar ik deze maand ruimte voor heb.

Maak van een idee een sterke post

1. Hook

Open met herkenning, een duidelijke mening, een fout of een concreet resultaat.

2. Kern

Vertel één verhaal of leg één inzicht uit. Probeer niet alles in dezelfde post te stoppen.

3. Voorbeeld

Maak je punt geloofwaardig met een ervaring, klantvraag, mini-case of voor-en-na.

4. Actie

Laat de lezer nadenken, reageren, bewaren, downloaden of contact opnemen. Kies één actie.

Een eenvoudige contentweek

Maandag: expertise **Woensdag:** herkenning of visie **Vrijdag:** bewijs of aanbod

Herhalen mag

Niet iedereen ziet iedere post en niet iedereen is op hetzelfde moment klaar voor jouw boodschap. Herhaal belangrijke ideeën met een ander voorbeeld of een andere vorm.