

# INFOBROCHURE **ZAKELIJK BLOGGEN & COPYWRITING**

De juiste woorden voor meer resultaat

Nood aan overtuigende online teksten?  
Of heb je ze zelf al geschreven, maar zijn ze niet naar  
je zin? Of missen ze gewoon alle effect?

[ONTDEK VERDER](#)



# INHOUD

## ONLINE COPYWRITING

Wat is dat?	05
Wat kost dat?	09
Waarvoor kan ik je inschakelen?	12

## ZAKELIJK BLOGGEN

3 kant-en-klare blogpakketten	17
Blogcredits	23
Populaire optie	26





**DE KWALITEIT VAN  
JE WEBSITE VALT  
OF KNALT MET  
KWALITEITSVOLLE  
CONTENT...**



# **...EN MET HELDER GESCHREVEN TEKSTEN**



## **HAPKLARE TEKSTEN DIE JE BEZOEKER INFORMEREN**

**Maar die tegelijkertijd ook leuk zijn om te lezen.  
En die aanzetten tot actie.**





**WA IS DA,**



**COPYWRITING?**

**En online copywriting, is dat iets anders?**

## **ONLINE COPYWRITING**

Is het schrijven van aantrekkelijke & wervende teksten voor commerciële doeleinden.

Bij Social Media Content specialiseren we ons in online copywriting. We schrijven in zo weinig mogelijk woorden hapklare en informatieve teksten die bovendien ook nog eens goed scoren op Google. Het uiteindelijke doel? Da's altijd mensen aanzetten tot een specifieke actie.

**EEN PROFESSIONELE COPYWRITER DOET ECHTER  
MEER DAN DAT...**



- **Wij brainstormen:**

Wij denken mee over jouw marketing en communicatie. En wij denken strategisch mee over de doelstellingen die jij wil bereiken. Deze bepalen immers de structuur en inhoud van je teksten.

- **Wij interviewen & researchen:**

We leven ons helemaal in, stellen ontzettend veel vragen en verzamelen alle informatie die nodig is voor een sterke tekst.

- **Wij schrijven...uiteraard:**

En ieder heeft zo z'n eigen specialiteiten. Die van Social Media Content is zakelijk bloggen, webteksten schrijven (SEO-Copywriting), nieuwsbrieven & social media.





# VERLEID JE **ONLINE-LEZER**

**Investeer elke dag opnieuw in de kwaliteit en effectiviteit van je teksten.**

**Doe aan SEO - vergroot de vindbaarheid van je teksten.**

**Maak je teksten vlotter, actiever en korter.**

**Verleid je lezer om te reageren!**







**WA KOST DA,**



**COPYWRITING**

**bij Social Media Content?**

## TERECHTE VRAAG...

Als ik voor jou schrijf, doorlopen we samen dit proces:

- Jij **brieft** mij
- Ik doe **research** & bereid de opdracht voor
- Ik **schrijf**, creëer en publiceer
- Jij geeft **feedback**
- Ik schaaft bij tot we de **finale versie** hebben.

## SOCIAL MEDIA CONTENT

hanteert een uurprijs van 50 euro (excl. btw)  
(incl. vlotte communicatie)



## **DE ENE OPDRACHT IS NIET DE ANDERE...**

Het kost een copywriter soms meer of minder tijd om magische verhalen te creëren die jouw lezer bij het nekvel grijpen.

**OP VOORHAND MAAK IK EEN INSCHATTING &  
GEEF IK JE EEN PROJECTPRIJS.**

Alles hangt helemaal af van de aard van je project: welke diensten wil je, is er veel research nodig, heb je al bronmateriaal of niet, heb je veel of weinig tekst nodig.



**CALL ME**

**JE KRIJGT OP VOORHAND  
EEN SUPER-HELDERE  
PROJECTPRIJS!**

Oh ja, hiervoor schakelen starters,  
zelfstandigen en KMO's mij in:



# HIERVOOR KAN JE BIJ **SOCIAL MEDIA CONTENT** TERECHT.



- **Webpagina's tekstcreatie**  
oplapwerk

Social Media Content schrijft alle teksten voor jouw website of webshop.

Voor wanneer de menukaart van de plaatselijke Chinees vlotter leest dan jouw webteksten.

- **Zakelijk bloggen**

- **Social Media captions, advertentiecampaagnes, Facebook-events,...**

Fun & visibility gecombineerd met handige technieken om je fans helemaal in te pakken.

## - Nieuwsbrieven & Mailings

ik optimaliseer ook jouw Mailchimp-account & template



## - Whitepapers & Ebooks



Een e-book is een mooi opgemaakt, goed leesbaar en liefst interactief document. Het is gericht op een concept, thema, onderwerp of idee en heeft een meer informele toon.



Een whitepaper is een wat serieuzer document. Het gaat meer de diepte in dan een e-book. Een whitepaper heeft een meer formele toon en kan vakjargon bevatten. Het maken van een whitepaper kost over het algemeen aanzienlijk meer tijd dan een e-book. Het wordt ook wel gezien als naslagwerk, niet alleen voor potentiële klant, maar ook voor je eigen team.



**Ik schrijf je teksten**



**Ik herschrijf ze**



**Ik redigeer ze**



**Ik lees je teksten & formuleer feedback**







# ZAKELIJK BLOGGEN

## BLOG-PAKKETTEN



Ontdek de maandelijkse blog-pakketten  
van Social Media Content

Een vast aantal blogs per maand, lekker makkelijk!



## **PAKKET 1** **'READY TO START'**

2 blogartikels / maand

300-600 woorden

Ik vertrek vanuit jouw contentthema

Dat we bij aanvang samen bepalen

SEO-proof

Jij reikt mij jouw zoekwoorden aan. Ik verwerk ze in je blog.

Per blog een metatekst

Meta-title & Meta-Description voor Google

2 rechtenvrije afbeeldingen / blog

1 feedbackronde / blog

Prijs/maand:  
**300 euro (excl. btw)**

Een pakket?

Da's sowieso 15% - 20% korting



Elk pakket is er ook voor blogs tot 300 woorden & voor blogs tot 1000 woorden.



## PAKKET 2 'ON MY WAY'

4 blogartikels / maand

300-600 woorden

Ik vertrek vanuit jouw contentthema

Dat we bij aanvang samen bepalen

SEO-proof

Jij reikt mij jouw zoekwoorden aan. Ik verwerk ze in je blog.

Per blog een metatekst

Meta-title & Meta-Description voor Google

2 rechtenvrije afbeeldingen / blog

1 feedbackronde / blog

Prijs/maand:  
600 euro (excl. btw)

Een pakket?

Da's sowieso 15% - 20% korting



Jouw eigen privé  
WhatsApp-groepje.

Vlotte communicatie  
Vlot alle content, inspiratie  
& al je vragen delen.



## PAKKET 3 'REAL BLOGGING-POWER'

6 blogartikels / maand

300-600 woorden

Ik vertrek vanuit jouw contentthema

Dat we bij aanvang samen bepalen

SEO-proof

Jij reikt mij jouw zoekwoorden aan. Ik verwerk ze in je blog.

Per blog een metatekst

Meta-title & Meta-Description voor Google

2 rechtenvrije afbeeldingen / blog

1 feedbackronde / blog

Prijs/maand:  
950 euro (excl. btw)

Een pakket?

Da's sowieso 15% - 20% korting



Geen gedoe voor jou

Ik contacteer je voor elke blog automatisch even kort om af te stemmen & lever je jouw blog tijdig af.



Gaan we samen aan de slag met  
een blogpakket?  
Dan starten we met 3 maanden.

**‘EN WEET JE WAT?’**

**Daarna zijn alle  
pakketten maandelijks  
& volledig kosteloos  
opzegbaar.**



## **EENMALIGE OPSTARTKOST**

250 euro

brainstormsessie 1 u  
bepalen contentstrategie  
zoekwoordenonderzoek  
basic concurrentie-analyse  
toegang website & socials (optioneel)



# KIES ÉÉN VAN ONZE KANT-EN-KLARE PAKKETTEN



**Of ga voor ons handige  
systeem van blog-credits**

Ik maak een kant-en-klare blogpost voor jouw website,  
maar dan op het tempo dat jij verkiest.



# HOE DA WERKT?



Jij koopt credits. Elke credit is één blog.  
Jij hebt de vrijheid jouw credits te  
spreiden over een periode naar keuze.

2 maanden? 6 maanden?  
2 jaar?  
**Jij kiest & ik sta klaar.**



## HOEVEEL CREDITS WIL JIJ?

	Blog tot 300 woorden	Blog tot 600 woorden	Blog tot 1000 woorden
<b>5 credits</b>	425 euro	750 euro	1100 euro
<b>10 credits</b>	850 euro	1500 euro	2200 euro
<b>20 credits</b>	1700 euro	3000 euro	4400 euro

### Verskil tussen Blogpakketten en credits?

Bij credits krijg je dezelfde voordelige prijs als bij onze pakketten.  
Blogpakketten zijn per maand (ik neem alle initiatief).  
Credits zijn te gebruiken over een periode naar keuze  
(jij neemt het initiatief & vervolgens ga ik voor je aan de slag)



**POPULAIRE**



**OPTIE**





**POPULAIRE OPTIE**  
**PLAATSEN VAN BLOG OP**  
**JOUW WEBSITE &**  
**MAXIMAAL 2 SOCIAL MEDIA**

Prijs / blog:  
50 euro (excl. btw)



Ik schrijf niet alleen je blog, maar plaats hem ook op je website & promoot hem via social media.

Inclusief pakkende visual en social captions.

Indien gewenst boosten we blogpost bij je huidige fans.  
Of we sturen een heuse social add de wereld in (om zo je fanbase te vergroten).

**‘IK HEB NOG ÉÉN VRAAG’**



**ZO EEN BLOG VAN  
300/600/1000 WOORDEN,  
HOELANG IS DAT PRECIES?**

Dat ga ik je heel precies  
tonen aan de hand van  
één en dezelfde blog, speciaal voor jou.



# BLOG 300 WOORDEN:

## TOP-TIP VOOR HET SCHRIJVEN VAN EEN TOP-BLOG



Mijn allereerste blog was allesbehalve een succes. Maar in zeker zin was dat best wel een bevrijding voor me. Bij de volgende blogs was ik er niet meer op gebrand om me interessant voor te doen. Langzaam maar zeker ging ik meer blogs schrijven over problemen waarmee ik worstel: langdradigheid in mijn teksten, woorden die ik te vaak gebruikte en concentratieproblemen. Ik zette mezelf niet meer neer als 'expert' maar als worstelende journalist en schrijver. Kortom: als iemand die fouten maakt, net als iedereen.

Vanaf dat moment werden de blogs beter gewaardeerd. Een stuk over 11 woorden die ik van mezelf vaker moest schrappen, werd bijna 80.000 keer gelezen en kreeg ruim 4.000 likes. Artikelen over zinsdelen die je kunt weglaten, mijn concentratieproblemen en saaie werkwoordsvormen trokken bij elkaar meer dan 150.000 lezers.

Ik geloof niet dat een blog schrijven een kwestie is van één succesformule. Wel hebben mijn meest gelezen posts een paar ingrediënten met elkaar gemeen qua inhoud, structuur, opbouw en vooral qua toon. Als ik terug zou kunnen reizen in de tijd en mezelf bij het schrijven van mijn eerste blog op LinkedIn had kunnen adviseren, zou ik mezelf de volgende tips geven. Dus: hoe schrijf je een blog?

### **Blog schrijven tip 1 – Begin met een blunder.**

Als je een ander wilt inspireren met je inzichten in een blog, laat dan eerst zien hoe je die zelf hebt opgedaan. Niemand leert zonder eerst zelf op zijn bek te gaan. Deel dit verhaal in de vorm van een korte anekdote, ongeveer zoals je hem ook in de kroeg aan iemand zou vertellen.

Een blog schrijven waarin je jezelf in de eerste alinea voor gek zet, is een goede manier om het ijs te breken en de lezer in je verhaal te trekken.

# BLOG 600 WOORDEN:

## 4 TIPS VOOR HET SCHRIJVEN VAN EEN TOP-BLOG

Mijn allereerste blog was allesbehalve een succes. Maar in zeker zin was dat best wel een bevrijding voor me. Bij de volgende blogs was ik er niet meer op gebrand om me interessant voor te doen. Langzaam maar zeker ging ik meer blogs schrijven over problemen waarmee ik worstel: langdradigheid in mijn teksten, woorden die ik te vaak gebruikte en concentratieproblemen. Ik zette mezelf niet meer neer als 'expert' maar als worstelende journalist en schrijver. Kortom: als iemand die fouten maakt, net als iedereen.

Vanaf dat moment werden de blogs beter gewaardeerd. Een stuk over 11 woorden die ik van mezelf vaker moest schrappen, werd bijna 80.000 keer gelezen en kreeg ruim 4.000 likes. Artikelen over zinsdelen die je kunt weglaten, mijn concentratieproblemen en saaie werkwoordsvormen trokken bij elkaar meer dan 150.000 lezers.

Ik geloof niet dat een blog schrijven een kwestie is van één succesformule. Wel hebben mijn meest gelezen posts een paar ingrediënten met elkaar gemeen qua inhoud, structuur, opbouw en vooral qua toon. Als ik terug zou kunnen reizen in de tijd en mezelf bij het schrijven van mijn eerste blog op LinkedIn had kunnen adviseren, zou ik mezelf de volgende tips geven. Dus: hoe schrijf je een blog?

### **Blog schrijven tip 1 – Begin met een blunder.**

Als je een ander wilt inspireren met je inzichten in een blog, laat dan eerst zien hoe je die zelf hebt opgedaan. Niemand leert zonder eerst zelf op zijn bek te gaan. Deel dit verhaal in de vorm van een korte anekdote, ongeveer zoals je hem ook in de kroeg aan iemand zou vertellen.

Een blog schrijven waarin je jezelf in de eerste alinea voor gek zet, is een goede manier om het ijs te breken en de lezer in je verhaal te trekken.



## Blog schrijven tip 2 – Schrijf een notendop-alinea met herkenbaarheid

Je anekdote staat als het goed is symbool voor een groter probleem waarmee meer mensen worstelen. In de tweede alinea laat je dat zien door je persoonlijke verhaal breder te trekken en een vraag op te werpen. Bijvoorbeeld: mijn eerst blogs waren geen succes. Dat trek je breder door je af te vragen: hoe schrijf je nu eigenlijk een goede blog waarop mensen wél zitten te wachten?

Zo'n alinea wordt in de journalistiek ook wel de notendop-alinea genoemd. Je kondigt ermee aan welke vraag je gaat beantwoorden in je artikel, zodat mensen meteen weten wat ze te weten gaan komen wanneer ze doorlezen. Een blog schrijven is vooral: denken vanuit de lezer.

## Blog schrijven tip 3 – Geef tips, maar doe jezelf niet voor als expert

Blogs zijn vaak populair als er tips in staan waarmee lezers direct hun voordeel kunnen doen, bijvoorbeeld bij het schrijven van e-mails, zakelijke teksten of motivatiebrieven.

Maar dat betekent niet dat je jezelf op een voetstuk hoeft zetten als expert. Je bent waarschijnlijk eerder ervaringsdeskundige. Je liep tegen een probleem aan en gebruikt nu een andere aanpak die voor jou beter werkt. Maar dat betekent niet dat het de enige juiste aanpak is.

## Blog schrijven tip 4 – Maak de tips concreet met heldere taal

Probeer je tips vooral niet te groots en zweverig te brengen, zoals 'schrijf met meer gevoel' of 'leef meer in het moment.' Dat zijn clichés die je op veel manieren kunt uitleggen.

Tips werken vooral als ze praktisch zijn en in heldere taal worden opgeschreven, het liefst zonder veel lijdende vormen en tangconstructies.

Wanneer je zegt: deze 11 woorden kun je beter schrappen, of deze software kan je helpen om je beter te concentreren, is er geen discussie over wat dat precies inhoudt. Iedereen kan het proberen en zelf beoordelen of het voor hem of haar werkt.



# BLOG 1000 WOORDEN:

## 7 TIPS VOOR HET SCHRIJVEN VAN EEN TOP-BLOG



Mijn allereerste blog was allesbehalve een succes. Maar in zeker zin was dat best wel een bevrijding voor me. Bij de volgende blogs was ik er niet meer op gebrand om me interessant voor te doen. Langzaam maar zeker ging ik meer blogs schrijven over problemen waarmee ik worstel: langdradigheid in mijn teksten, woorden die ik te vaak gebruikte en concentratieproblemen. Ik zette mezelf niet meer neer als 'expert' maar als worstelende journalist en schrijver. Kortom: als iemand die fouten maakt, net als iedereen.

Vanaf dat moment werden de blogs beter gewaardeerd. Een stuk over 11 woorden die ik van mezelf vaker moest schrappen, werd bijna 80.000 keer gelezen en kreeg ruim 4.000 likes. Artikelen over zinsdelen die je kunt weglaten, mijn concentratieproblemen en saaie werkwoordsvormen trokken bij elkaar meer dan 150.000 lezers.

Ik geloof niet dat een blog schrijven een kwestie is van één succesformule. Wel hebben mijn meest gelezen posts een paar ingrediënten met elkaar gemeen qua inhoud, structuur, opbouw en vooral qua toon. Als ik terug zou kunnen reizen in de tijd en mezelf bij het schrijven van mijn eerste blog op LinkedIn had kunnen adviseren, zou ik mezelf de volgende tips geven. Dus: hoe schrijf je een blog?

### **Blog schrijven tip 1 – Begin met een blunder.**

Als je een ander wilt inspireren met je inzichten in een blog, laat dan eerst zien hoe je die zelf hebt opgedaan. Niemand leert zonder eerst zelf op zijn bek te gaan. Deel dit verhaal in de vorm van een korte anekdote, ongeveer zoals je hem ook in de kroeg aan iemand zou vertellen.

Een blog schrijven waarin je jezelf in de eerste alinea voor gek zet, is een goede manier om het ijs te breken en de lezer in je verhaal te trekken.



## Blog schrijven tip 2 – Schrijf een notendop-alinea met herkenbaarheid

Je anekdote staat als het goed is symbool voor een groter probleem waarmee meer mensen worstelen. In de tweede alinea laat je dat zien door je persoonlijke verhaal breder te trekken en een vraag op te werpen. Bijvoorbeeld: mijn eerst blogs waren geen succes. Dat trek je breder door je af te vragen: hoe schrijf je nu eigenlijk een goede blog waarop mensen wél zitten te wachten?

Zo'n alinea wordt in de journalistiek ook wel de notendop-alinea genoemd. Je kondigt ermee aan welke vraag je gaat beantwoorden in je artikel, zodat mensen meteen weten wat ze te weten gaan komen wanneer ze doorlezen. Een blog schrijven is vooral: denken vanuit de lezer.

## Blog schrijven tip 3 – Geef tips, maar doe jezelf niet voor als expert

Blogs zijn vaak populair als er tips in staan waarmee lezers direct hun voordeel kunnen doen, bijvoorbeeld bij het schrijven van e-mails, zakelijke teksten of motivatiebrieven.

Maar dat betekent niet dat je jezelf op een voetstuk hoeft zetten als expert. Je bent waarschijnlijk eerder ervaringsdeskundige. Je liep tegen een probleem aan en gebruikt nu een andere aanpak die voor jou beter werkt. Maar dat betekent niet dat het de enige juiste aanpak is.

## Blog schrijven tip 4 – Maak de tips concreet met heldere taal

Probeer je tips vooral niet te groots en zweverig te brengen, zoals 'schrijf met meer gevoel' of 'leef meer in het moment.' Dat zijn clichés die je op veel manieren kunt uitleggen.

Tips werken vooral als ze praktisch zijn en in heldere taal worden opgeschreven, het liefst zonder veel lijdende vormen en tangconstructies.

Wanneer je zegt: deze 11 woorden kun je beter schrappen, of deze software kan je helpen om je beter te concentreren, is er geen discussie over wat dat precies inhoudt. Iedereen kan het proberen en zelf beoordelen of het voor hem of haar werkt.



## **Blog schrijven tip 5 – Breng structuur aan in je alinea's**

Ook op alinea-niveau is het prettig als je tekst een goede structuur heeft en een beetje spanning opwekt. Daarbij kun je gebruik maken van **topische** zinnen. Dat zijn zinnen die het centrale idee van je alinea samenvatten. Meestal staan ze aan het begin van een alinea, zodat de lezers weten wat ze ongeveer in het volgende stukje tekst kunnen verwachten.

Het werkt goed om niet alles al te verklappen in de topische zin, zodat er wat spanning wordt opgewekt. Een voorbeeld van een topische zin die spanning opwekt.

**“Als je niet weet hoe je een artikel moet beginnen, heb je veel aan de kroegpraat-regel.”**

De lezer weet door deze zin dat hij in de komende alinea gaat lezen over een schrijfmethode die iets te maken heeft met kroegpraat, maar meer niet. Zo moedig je aan om door te lezen. Het helpt ook om tussenkopjes te gebruiken, waarmee je aangeeft waar verschillende alinea's over gaan.

## **Blog schrijven tip 6 – Overdrijf het effect van je tips niet**

Doe niet net alsof je leven radicaal veranderd is door je inzichten. Niemand heeft het recept voor succes. Wees niet bang om te zeggen dat je nog steeds wel eens in de fout gaat. Zo heb ik in de afgelopen maanden veel geleerd over bloggen, maar dat is niet altijd een garantie voor lezers. Een paar weken geleden schreef ik bijvoorbeeld deze blog op LinkedIn die door nog geen honderd mensen is bekeken, ook al paste ik daar veel van deze technieken toe. Soms heb je gewoon niet het juiste onderwerp te pakken.

## **Blog schrijven tip 7 – Vraag je lezers om hulp**

Daar is helemaal niets mis mee.

Zo kreeg mijn artikel met concentratietips op LinkedIn meteen veel likes, maar het werd nauwelijks gedeeld. Als experiment voegde ik dit zinnetje toe: 'Deel dit bericht zodat we ons meer concentreren op ons werk en tijd over houden voor leuke dingen, zoals concentratie op elkaar.'

Als je meer goede blogs wilt lezen, deel dit bericht dan ook, zodat een blog schrijven straks voor iedereen eenvoudiger wordt





**WHATSAPP:** 0473 74 33 48

**MAILEN:** [INFO@SOCIALMEDIA-CONTENT.BE](mailto:INFO@SOCIALMEDIA-CONTENT.BE)

**WEB:**



*Scan me*

