

Focus en structuur in jouw content: zó werkt de 4P-methode

Donderdag 24 september 2026

Even voorstellen



Rico den Boer

- Senior communicatieadviseur/Managing partner
- Contentstrateeg
- Co-auteur ‘Aan de slag met je contentstrategie’
- Mede-initiatiefnemer ‘Tellr’ en ‘Publiscan’
- Frankwatching-auteur





Na deze workshop weet je...

- wat een contentstrategie is en waarom je met een contentstrategie zou moeten werken.
- wat de 4P-methode is en hoe je deze toepast op jouw contentaanpak.
- hoe pijlers, thema's en onderwerpen focus en structuur geven.
- hoe je jouw publiek beter leert kennen en daarop inspeelt.
- hoe je verschillende perspectieven inzet voor sterkere content.
- hoe je elk platform optimaal benut voor je boodschap.
- hoe je je strategie vertaalt naar een duidelijke contentkalender.
- hoe je content bedenkt rond mijlpalen en events.



Contentstrategie

‘Contentstrategie is het **gestructureerde proces** van het bedenken, creëren en distribueren van content die jouw missie ondersteunt en waarmee afgebakende doelgroepen hun voordeel kunnen doen.’

En wat is content...?

Alles behalve een 1-op-1 gesprek!

Het belang van een contentstrategie

- Er is structuur en overzicht voor jou, je team en de organisatie.
- Je sluit beter aan bij de ambities en prioriteiten van de organisatie.
- Je wordt interessanter voor je publiek en versterkt daarmee de relatie.
- Je gaat heldere resultaten boeken en je positie versterken.



Waar loop jij tegenaan in het proces van contentstrategie en -creatie?



Wat wij vaak horen:

"Ik mis inspiratie voor creatieve content."

"Ik heb weinig tijd om content te maken."

"Content levert weinig interactie op."

“Ik heb geen idee waar mijn content aan bijdraagt.”

“Ik plaats content ad hoc of op gevoel.”



De 4P-methode

Pijler

De inhoudelijke ordening van je content

Publiek

Beschrijving van wie je wil bereiken met je content



Platform

De plaatsen waar je jouw publieksgroepen kunt bereiken

Perspectief

De manier waarop je jouw publieksgroepen het beste bereikt



Pijler

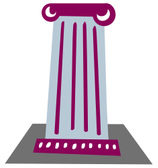
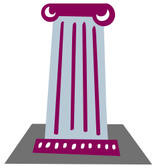
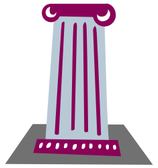
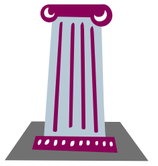
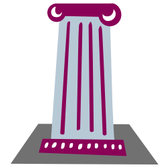
De inhoudelijke ordening van je content



P1: Pijler

- Vaste structuur: pijlers, thema’s, onderwerpen.
- Er is niet één juiste pijlerverdeling; hij moet duidelijk zijn, makkelijk toepasbaar en passend bij de organisatie.
- Géén kant-en-klare formule: resultaat van enerzijds ambities en prio’s onderwijsregio, anderzijds vragen en behoeften van jullie publieksgroepen.
- Sturen op pijlers zorgt ervoor dat thema’s en onderwerpen in de juiste verhouding aan bod komen in content. Als je dat niet doet, ben je afhankelijk van het contentaanbod en ontstaat mogelijk willekeur.

Voorbeeld: Isala

	35%	25%	20%	15%	5%
Pijlers					
	Patiëntgerichte zorg	**Isala als werkgever**	**Zorg van de toekomst**	**Organisatie en maatschappij**	**Positieve gezondheid**
Thema's	**Patiënt centraal** **Menselijke maat** **Veiligheid van zorg** **Uitkomsten van zorg** **Beleving van zorg**	**Boeien** **Binden** **Baan**	**Topklinisch zorgaanbod** **Opleiden en ontwikkelen** **Digitalisering** **E-health** **Innovatie** **Wetenschap** **Onderzoek**	**Topklinisch zorgaanbod** **Basiszorg** **Bestuur** **Netwerk** **Samenwerken** **Organisatiekoers** **Faciliteiten**	**Leefstijl** **Zelfredzaamheid** **Ouder worden** **Mentale gezondheid**
Onderwerpen	***Denk aan:*** *Bevalling op de parkeerplaats, maatjesproject, behandeling thuis krijgen, zelf afspraak maken voor bloedprikken, terugkomdag IC-patiënten en naasten, wensen bespreking laatste levensfase*	***Denk aan:*** *medewerkersverhalen, content over je missie, vacature(advertentie)s, interview met medewerkers, Anios werving samen met OOR-No, mogelijkheden voor startende artsen, samenwerking onderwijsinstellingen, eigen events, leerafdelingen en stages, Isala sociaal veilig, persoonlijk testimonials van medewerkers, opleidingsmogelijkheden, bijscholing*	***Denk aan:*** *Sneller van scan naar behandeling, virtuele fracture app, ondersteunende apps, monitoring van patiënten,nieuw radiotherapiecentrum, behandeling longkanker, onderzoek hand-pols centrum, innovaties pathologie, AI bij radiologie, Pilot SEH psychiatrie beeldbellen, metabole ziekten, ontwikkeling behandeling alvleesklierkanker, medicatiespuiten*	***Denk aan:*** *Nieuw bestuur, Isala behaalt JCI-accreditatie, samenwerking met partners onderwijs/ ouderenzorg/ thuiszorg, bezoek B&W/ ministeries, constructieve gesprekken over zinnige zorg, ondertekende raamovereenkomsten, investeren in nieuwbouw spoedafdeling, samenwerkingsverhalen*	***Denk aan:*** *Gezondere voeding, stoppen met roken, leefstijlloket voor patiënten, valpreventie ouderen, prematuren, diabetes, fatbike gevaren, gezondere voeding, column arts vanuit het perspectief van het ziekenhuis*

Voorbeeldcase: Compassion Nederland

bevrijdt kinderen van armoede
Compassion®
in Jezus' naam

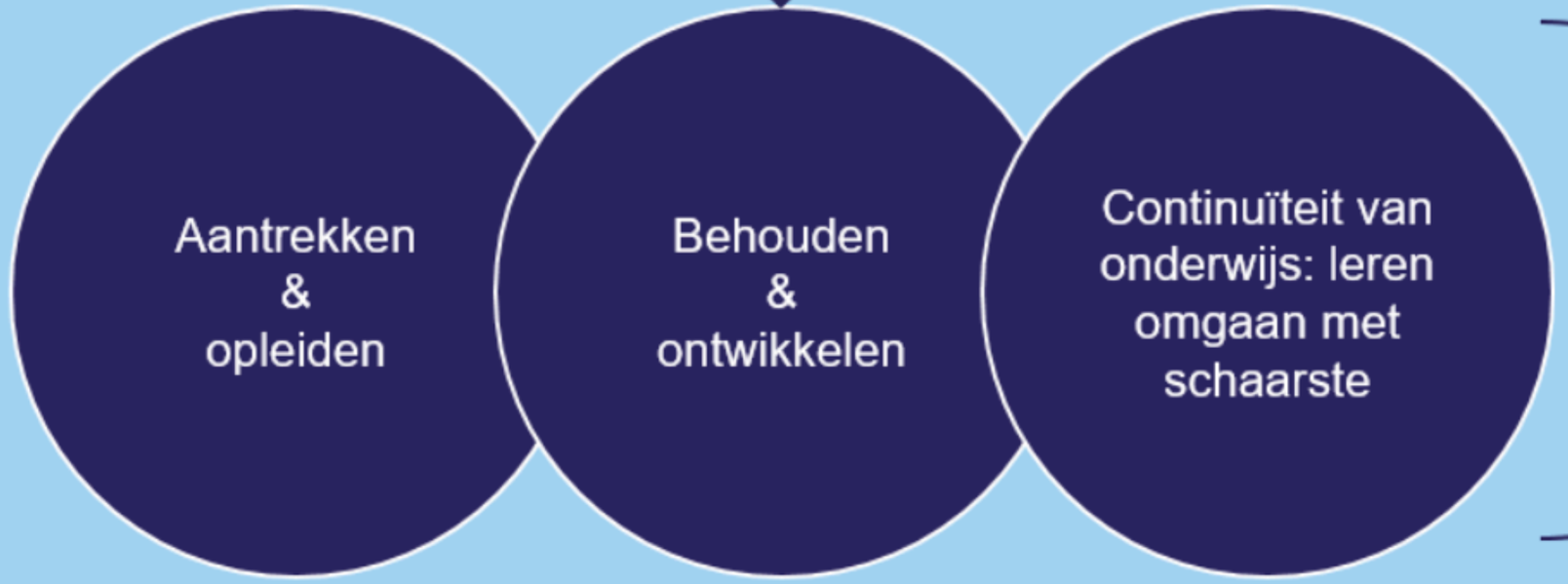


Pijlers, thema's & onderwerpen (vanuit de marketingfunnel)

	40%	25%	15%	15%	5%
Pijlers					
	Attention	**Empathy**	**Trust**	**Belief**	**Purpose**
Thema's	**Armoede en urgentie** **Kindsponsoring** **Hulpprojecten** **Christelijke drijfveer**	**Impact op kindontwikkeling** **Impact op gezin** **Impact op gemeenschap** **Lange termijnvisie**	**MVO** **Betrouwbaarheid** **Resultaten**	**Sponsoring** **Donatie** **Muskathlon** **Vrijwilligerswerk** **Kerk in beweging**	**Betrokkenheid met sponsorkinderen** **Wat zegt de bijbel?**
Onderwerpen	***Denk aan:*** *Bella uit Indonesië loopt elke ochtend één uur naar school, onveilige sloppenwijken Dominicaanse Republiek, Verhaal 17-jarige Esaïe uit Togo, actie Myanmar, inspirerend verhaal over christelijke drijfveer,*	***Denk aan:*** *Het inspirerende verhaal van Angel uit Peru, Familie van Michelle in Uganda, verhalen van hoop uit Haïti, van jongensdroom naar eigen boerderij, initiatief 'Hope for the future',*	***Denk aan:*** *Compensatie ecologische voetafdruk, verhaal van ambassadeur Willeke, Betekenisvol ondernemen door Niverplast, Gedragscode Child Protection*	***Denk aan:*** *Verhaal 17-jarige Esaïe uit Togo, Project onderwijs Uganda, athletenvlog Muskathlon, oormalig bendelid en nu voorganger Alfonso over zijn weg naar de kerk, themadienst Compassion in Nederland*	***Denk aan:*** *hoe schrijf je een brief naar een sponsorkind, Jesaja 58:10, medewerkersverhaal met persoonlijke drijfveer om bij Compassion te werken*

Het ABC van de onderwijsregio's

Meer en goed opgeleide leraren en onderwijspersoneel via regionale aanpak



Ambitieafspraken
We maken afspraken over:
- ✓ Aantallen (indicatoren)
- ✓ Beweging (wat is zichtbaar)

Werven | **Matchen** | **Opleiden** | **Professionaliseren** | **Begeleiden**

Onderwijsregio's

Pijlers op basis van ABC van onderwijsregio’s

Pijlers

Thema's

Onderwerpen

40%



Aantrekken & opleiden

30%



Behouden & ontwikkelen

20%



Continuïteit van onderwijs

10%



De onderwijsregio

Pijlers op basis van taken onderwijsregio’s

Pijlers

Thema's

Onderwerpen

30%



Werven

25%



Matchen

20%



Opleiden

15%



Professionaliseren

10%



Begeleiden

10%



Onderwijsregio

Onderwijsregio Midden-Nederland PO

Voldoende (toekomstige) vitale onderwijsprofessionals & leidinggevenden in Midden-Nederland PO

Onderwijs · Amersfoort · 1.000 volgers · 2-10 medewerkers

Onze 3 pijlers zijn:

✓ **Arbeidsmarktvraagstuk**
Matchen, werven en kansrijk organiseren
✓ **Opleiden en inductie**
Begeleiden
✓ **Loopbaanmogelijkheden en professionaliseren**
Duurzame ontwikkeling van onderwijsprofessionals en leidinggevenden

Onderwijsregio Rotterdam PO

Samen zorgen we voor voldoende, goed opgeleide en gemotiveerde leraren in het Rotterdamse primair onderwijs.

Onderwijs · Rotterdam, South Holland · 554 volgers · 2-10 medewerkers

De Onderwijsregio Rotterdam PO is een samenwerkingsverband van schoolbesturen, lerarenopleidingen, de gemeente Rotterdam en andere partners. Gezamenlijk werken we aan een sterke onderwijsarbeidsmarkt, waarin voldoende, goed opgeleide en gemotiveerde onderwijsprofessionals voor het primair onderwijs in Rotterdam worden geworven, begeleid en behouden.

We maken afspraken over een solidaire arbeidsmarkt, waarin talent optimaal wordt benut en ontwikkelkansen voor leraren centraal staan. Onze focus ligt op vier thema's:
✓ Werven, Matchen en Opleiden – Zorgen voor een continue instroom van nieuwe leraren.
✓ Behouden en Professionaliseren – Investeren in duurzame loopbanen en ontwikkelkansen.
✓ Anders Organiseren – Onderwijs anders inrichten om tekorten op te vangen.
✓ Solidaire Arbeidsmarkt – Samenwerking tussen scholen versterken voor een toekomstbestendig personeelsbeleid.

Publieksgroep

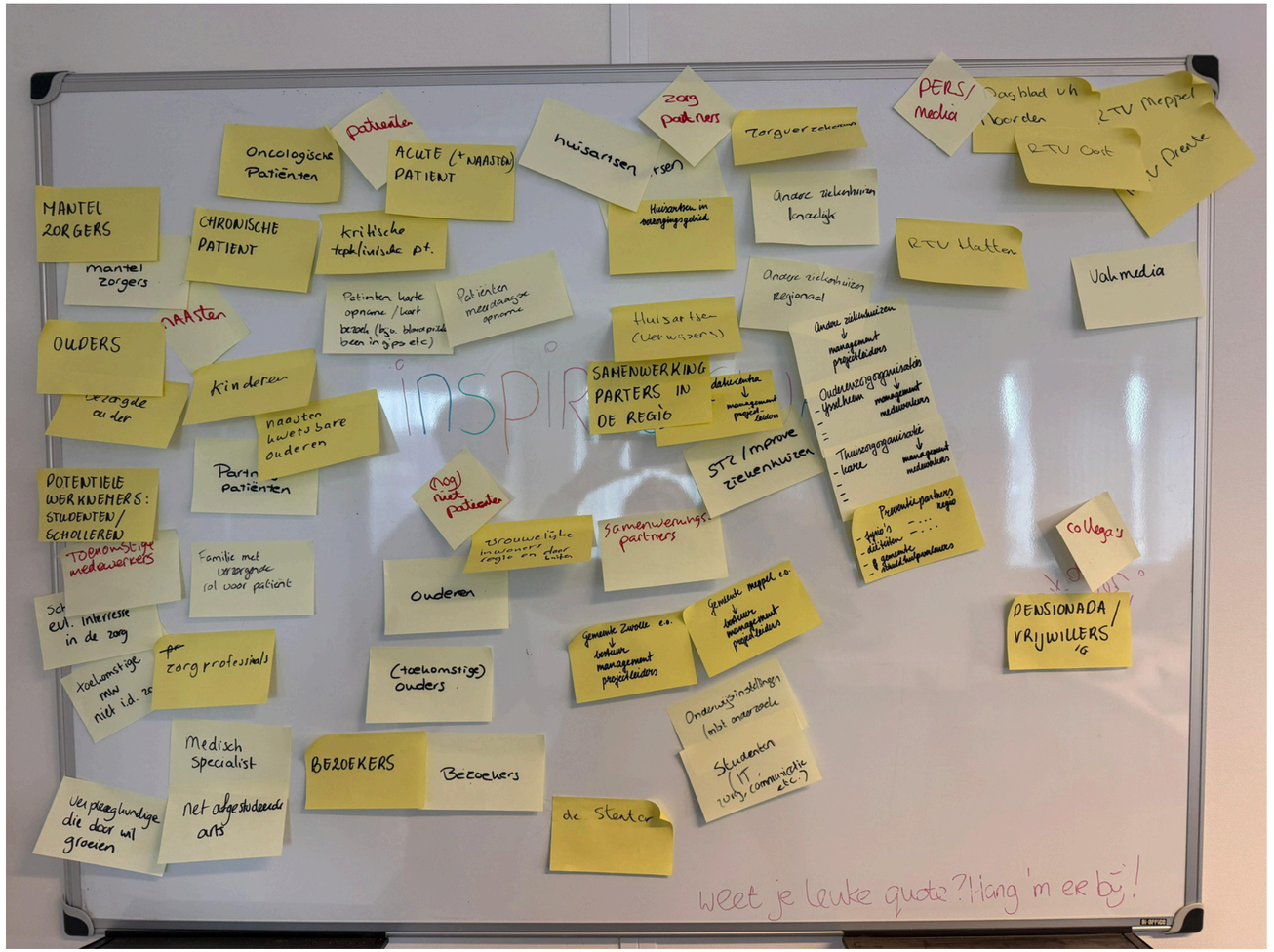
Beschrijving van wie je wil bereiken
met je content



P2: Publieksgroep

- Méér dan een opsomming van doelgroepen.
- Er is niet één juiste segmentatie; hij moet duidelijk zijn, makkelijk toepasbaar en passend bij de organisatie.
- Door in kaart te brengen wat vragen en behoeften van je publieksgroepen zijn, sluit je met je content beter bij hen aan.
- Data kan je helpen bij segmentatie, maar soms doe je dit ook op basis van eigen inzicht en inschatting.

- Patiënten en hun naasten
- Potentiële werknemers
- Partners
- Bewoner regio
- Pers en media



Patiënten en hun naasten

Wat wil deze publieksgroep van Isala?

- Betrouwbare, toegankelijke zorg
- Duidelijke informatie en verwachtingen
- Regie over hun eigen zorg

Wat wil Isala voor deze doelgroep betekenen?

- Passende zorg en vertrouwen bieden
- Goed bereikbaar en toegankelijk zijn
- Helder communiceren en begeleiden
- Diepgaande kennis via afdelingskanalen delen

Overige relevante zaken/eigenschappen

- We communiceren patiëntgericht en transparant
- Patiënten met een specifieke ziekte kunnen terecht bij het desbetreffende afdelingskanaal voor specifieke content



Potentiële werknemers

Wat wil deze publieksgroep van Isala?

- Inzicht in werk/privébalans, sfeer en doorgroeikansen
- Duidelijke info over arbeidsvoorwaarden en faciliteiten
- Een baan waar ze zingeving ervaren

Wat wil Isala voor deze doelgroep betekenen?

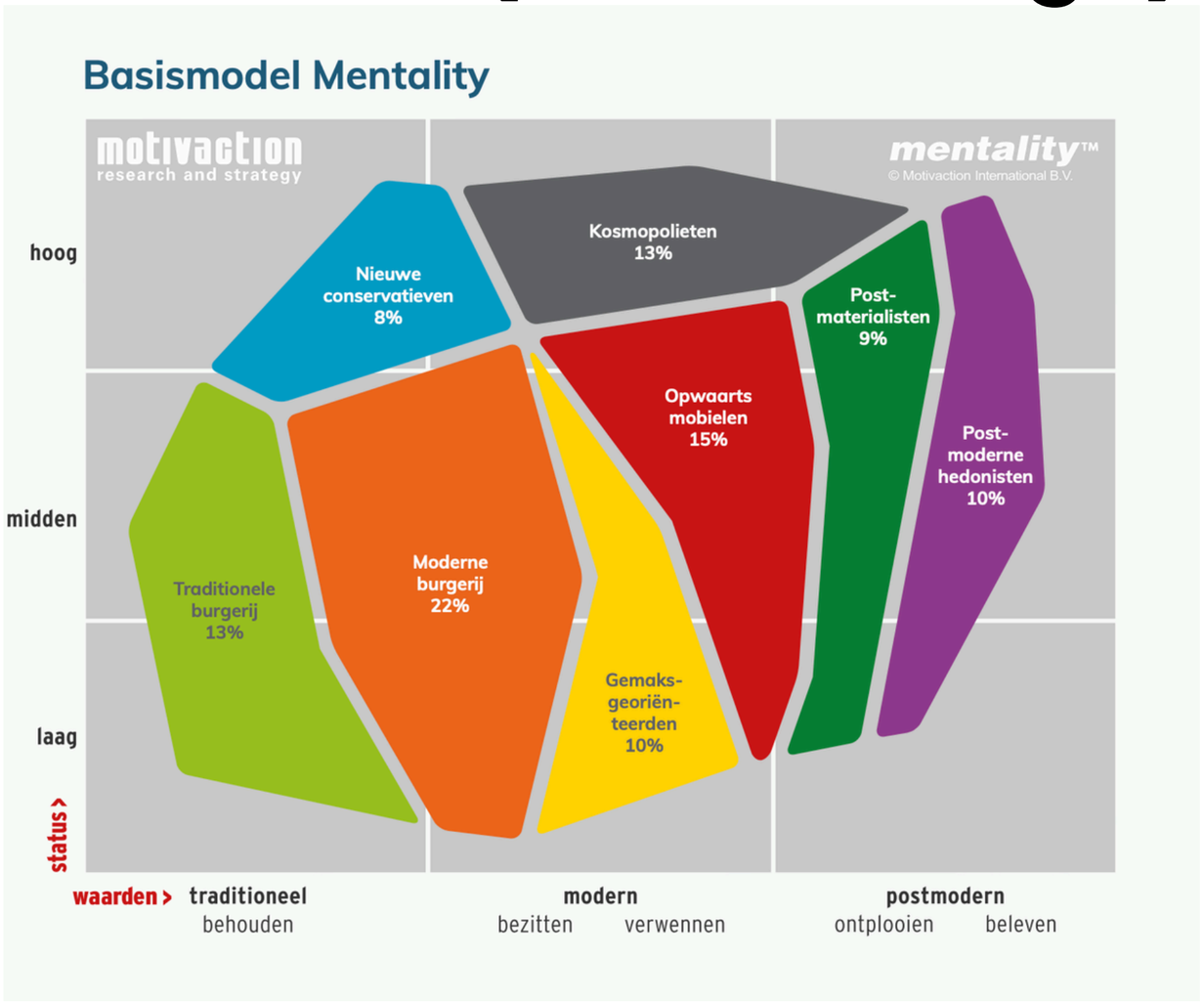
- Aantrekkelijke, betrouwbare en stabiele werkgever zijn
- Authentieke verhalen en heldere info delen
- De vacaturedruk aanpakken

Overige relevante zaken/eigenschappen

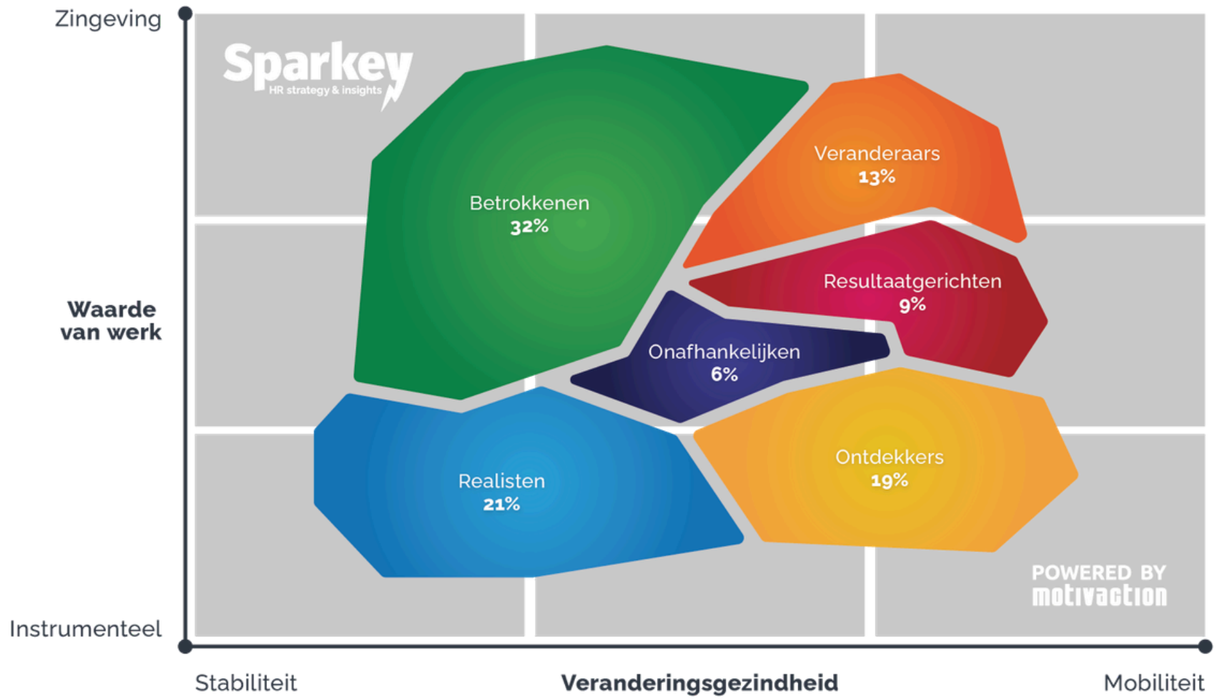
- We richten ons op scholieren tot 40+ switchers
- Extra aandacht gaat uit naar het behoud van medewerkers



Dé (toekomstige) docent bestaat niet!



Werknemersprofielen



Wie zijn jouw publieksgroepen als onderwijsregio? (En welke niet?)

- Studiekiezer
- Student
- Young professional
- Carriereswitcher
- Ervaren professional

- Huidig docenten
- Schoolleiding

- Opleidingen
- Partners, o.a. overheid

Young Professional

Dit zijn jonge academici aan het begin van hun loopbaan. Na een studie in de sociale of geesteswetenschappen en enkele jaren werkervaring bij grote bedrijven of organisaties, merken ze dat hun huidige baan weinig voldoening geeft. Ze missen maatschappelijke betekenis en directe impact.

In hun achterhoofd speelde de gedachte aan onderwijs altijd al, maar nu komt het moment om de stap te zetten. Ze zijn ambitieus, nieuwsgierig en willen iets betekenen voor de volgende generatie. Ze vragen zich wel af of het onderwijs uitdagend en toekomstbestendig genoeg is: “Getuigt het wel van voldoende ambitie?” en “Heeft het wel voldoende sociale status?”.

Ondanks deze onzekerheid zien ze onderwijs als waardevol, mooi en impactvol werk dat beter past bij wie ze willen zijn. Daarnaast staan ze nog relatief dicht bij de leerling/schoolsysteem waardoor ze realistische verwachtingen hebben.



Carrière Switcher

Deze groep bestaat vaak uit dertigers en veertigers, veelal met jonge kinderen op de basisschool. Ze hebben een carrière opgebouwd in bijvoorbeeld de financiële sector, zorg of dienstverlening, maar ervaren dat hun werk steeds minder aansluit bij hun privéleven en waarden.

Door de schoolervaring van hun kinderen komt de latent aanwezige interesse in onderwijs tot leven. Ze willen maatschappelijk bijdragen en tegelijkertijd voldoende waardevolle tijd met hun gezin kunnen doorbrengen. Ze zijn overtuigd dat ze het kunnen (“Ik ben namelijk goed met kinderen”), maar hebben soms een te rooskleurig beeld van wat werken in het onderwijs inhoudt (zelfoverschatting). Daarnaast zijn werk-studie-privébalans en financiële zekerheid erg belangrijk voor deze doelgroep. De overstap moet haalbaar zijn naast hun drukke privé- en/of gezinsleven.

Voor deze doelgroep is de tijd aangebroken om het anders te gaan doen. Ze willen meer het verschil maken en ze denken dat ze dit relatief makkelijk in het onderwijs kunnen vinden. Echter, wanneer zij zich realiseren dat het toch meer behelst, kan de onzekerheid juist toeslaan. Daarbij is deze groep genoodzaakt om de werk-studie-privé balans voorop te zetten.



Ervaren professional

Dit zijn 50-plussers die hun kinderen al groot hebben gebracht en hun loopbaan grotendeels hebben afgerond. Ze hebben kennis, levenservaring en zelfvertrouwen, en zien nu ruimte om een oude droom te verwezenlijken: lesgeven.

Sommigen hebben in hun carrière al veel betekend in andere sectoren, anderen waren lange tijd thuis voor het gezin. Voor hen voelt dit als “nu is het mijn tijd!”. Ze kiezen bewust voor betekenisvol werk in de laatste fase van hun loopbaan. Geld speelt beperkt een rol en tijd hebben ze voldoende. Hun kracht ligt in kennisoverdracht, rust en zelfstandigheid. Ze zijn vaak veerkrachtiger tijdens het zware omscholingstraject en vallen minder snel uit. Wel vragen ze zich af: “Zit het onderwijs echt op mij te wachten?” en “Moet ik nu nog studeren?”.

Toch kunnen ze, juist door hun stabiliteit en ervaring, een grote verrijking zijn voor scholen. Daarbij moet gezegd worden dat deze groep vaak ook het vo en mbo overweegt: ze vinden het namelijk mooi om hun opgedane expertise direct over te brengen op jongeren.



Perspectief

De manier waar op je jouw publieksgroepen het beste bereikt



P3: Perspectief

- Van 1 of 2, naar 9 of 10 contentopties.
- Maak iedere keer weer bewuste keuzes voor perspectief, invalshoek, vorm en format.
- Zorgt voor gezonde afwisseling in je content.
- Perspectief kun je vandaag al toepassen op jouw content!

Van binnen naar buiten

Meld je nu aan voor Congres Anders Organiseren op 11 februari

Samenwerken aan toekomstbestendig en eigentijds onderwijs?
Welkom bij het congres 'Anders Organiseren' in Midden-Nederland!

Voor wie?
Leraren, OOP, schoolleiders, bestuurders, HR-professionals en iedereen die wil bijdragen aan sterk, duurzaam en aantrekkelijk onderwijs (in onze regio).

Wat kun je verwachten?
- ✔ Inspiratie en concrete inzichten voor jouw onderwijspraktijk
- ✔ Gesprekken met collega's over vernieuwende en grensverleggende oplossingen
- ✔ Ruimte om te leren van anderen en mee te nemen wat bij jou past
- ✔ Video's met praktijkvoorbeelden van scholen in de regio

Bekijk alvast een voorproefje van de praktijkvoorbeelden: https://lnkd.in/e-V5Pytv

🗓️ Woensdag 11 februari 2026
🕐 12.00 – 18.00 uur
🚩 Theater Gooiland in Hilversum
👥 Deelname is gratis

Zorg dat je erbij bent!
🖍️ Meld je nu aan: https://lnkd.in/e4r-kxNg

Het congres organiseren we samen met Midden Nederland Leert - Onderwijsregio vo-mbo.

#onderwijsregio #middennederland #congres #andersorganiseren #basisonderwijs #



Van buiten naar binnen

Onderwijsregio Zwolle e.o.
1.597 volgers
2 w • + Volgen

"Doe ik het eigenlijk wel goed genoeg?" – Lisa begint vol enthousiasme aan haar eerste baan in het onderwijs. Haar eigen klas, leuke collega's en enthousiaste leerlingen. Maar na een paar maanden merkt ze dat het werk toch anders is dan ze had verwacht.

Lesvoorbereidingen, oudermails, toetsen, lastige situaties in de klas... Ze begint te twijfelen aan zichzelf. "Doe ik het wel goed genoeg? Iedereen lijkt zo ervaren. Misschien ben ik toch niet geschikt voor dit vak."

Juist op zo'n moment kan goede begeleiding het verschil maken. Met de juiste ondersteuning van een Starterscoach kreeg Lisa weer vertrouwen in haar eigen kunnen. Ze ontdekte haar kernwaarden en hoe ze deze in lastige situaties kan inzetten en dat ze niet alles meteen perfect hoeft te kunnen, ze is tenslotte nog aan het leren. En het belangrijkste: ze leerde om weer werkplezier te ervaren.

Goede begeleiding helpt starters om met vertrouwen te groeien en plezier te houden in hun vak. Daarom biedt Onderwijsregio Zwolle e.o. de Starterscoachtraining aan. Een praktische training voor begeleiders en coaches die starters in het onderwijs ondersteunen. Je leert werken met het model 'Van prachtmens naar prachtprofessional' en krijgt goede handvatten om starters te begeleiden in hun ontwikkeling.

📅 De eerstvolgende training bestaat uit drie dagdelen (maandagen): 28 september, 26 oktober en 9 november 2026. Er zijn nog enkele plekken beschikbaar.

Help jij de Lisa's binnen jouw organisatie om met vertrouwen én plezier te groeien in hun vak?

👉 Informatie: https://lnkd.in/e3aCE3ah

#Starterscoach #Onderwijs #OnderwijsregioZwolle #Werkplezier #Begeleiding



Welke invalshoeken, vormen en formats passen bij de ambities?

INVALSHOEKEN

- Informerend
- Activerend
- Educatief
- Amuserend
- Inspirerend

VORMEN

- Tekst
- Beeld
- Carroussel
- Slider
- Externe link
- Video
- Infographic
- Artikel
- Podcast
- Webinar
- Brief
- Combinatie van vormen

FORMATS

- Nieuwsbericht
- Interview
- Voorbeeldcase
- Beeldreportage
- Vacature
- Column
- Verslag
- Enquête
- Oproep/uitnodiging
- Q&A
- Patiënt verhalen
- Werknemersverhalen
- Statement
- Rubrieken

Welke invalshoek is hier gekozen?

- Informerend
- Activerend
- Educatief
- Amuserend
- Inspirerend

⚽ In zijn allereerste wedstrijd voor voetbalclub S.V.S.'65 scoorde Fahad meteen. Inmiddels is hij één van de topscorers én jeugdvoetbaltrainer. "Het is heerlijk om bezig te zijn en in beweging te blijven," vertelt hij enthousiast.

In Syrië voetbalde Fahad al veel, vooral op straat met vrienden en buren. Nu hij in Nederland is, geniet hij ervan zijn passie weer op te kunnen pakken. Fahad zal ook het juniorenteam van zijn zoon Mohammed begeleiden.

Hoewel hij eerst twijfelde vanwege zijn Nederlands, besloot hij toch ja te zeggen toen de club hem opnieuw vroeg. De voetbaltaal is voor Fahad namelijk geen probleem. Links, rechts, scoren, buitenspel: dat begrijpt hij al prima. Hij hoopt ook snel met taalles te kunnen starten.

Kijk op www.bewegeninwestbetuwe.nl voor zijn verhaal en sport- en beweegtips in jouw buurt!



Ondernemersplatform Spanje
1.496 volgers
6 mnd •

+ Volgen • • •

Het ochtendprogramma van deze 1e dag van de #handelsmissie staat in het teken van kennis opdoen. Sprekers van #PWC, de branchevereniging #AEAS en de gemeente Valladolid vertellen over de besteding van het NGEU-fonds in #Spanje, uitdagingen en #kansen in de 🇪🇸Spaanse #watersector, en het werken met publieke bedrijven en organisaties.

Vóór aanvang van de presentaties geven de 15 🇳🇱Nederlandse deelnemende bedrijven een korte pitch!

Water Alliance
NWP (Netherlands Water Partnership)
Netherlands Enterprise Agency (RVO)

#watertechnologie
#RVO
#internationaalondernemen
#EconomischNetwerkSpanje
#handelmetspanje



Ondernemersplatform Spanje
1.496 volgers
6 mnd •

+ Volgen • • •

5 economische kansen in de Spaanse watersector
Tijdens de handelsmissie staat kennis opdoen centraal. Daarom vertellen sprekers van #PWC, de branchevereniging #AEAS en de gemeente Valladolid over de besteding van het NGEU-fonds in 🇪🇸#Spanje, uitdagingen en #kansen in de Spaanse #watersector, en het werken met publieke bedrijven en organisaties.

Bekijk de belangrijkste lessen over de watersector in de slider!
Water Alliance
NWP (Netherlands Water Partnership)
Netherlands Enterprise Agency (RVO)

#watertechnologie #RVO #internationaalondernemen #economischnetwerkspanje #handelmetspanje



Perspectief

Hoe zou dit eruitzien in een ander perspectief?
Denk aan:

- van buiten naar binnen/ van binnen naar buiten
- invalshoeken
- contentvormen
- formats

Op 16 oktober vond de tweede HR-bijeenkomst van Onderwijsregio Rijnmond plaats. Met een select gezelschap van HR-professionals gingen we aan de slag met onze positionering in de rol van HR-businesspartners.

Er werd waardevolle input gedeeld, ervaringen uitgewisseld en met elkaar gekeken hoe we elkaar kunnen versterken in deze rol.
Een fijne, betrokken groep om mee te bouwen.

We kijken nu al uit naar de volgende bijeenkomst op 15 januari.

#onderwijsregiorijnmond #samenprofessionaliseren #hr #onderwijsontwikkeling

Perspectief

Hoe zou dit eruitzien in een ander perspectief?

Denk aan:

- van buiten naar binnen/ van binnen naar buiten
- invalshoeken
- contentvormen
- formats

✨ Trots moment voor onze onderwijsregio!
Recent verscheen het nieuwe Voion-rapport “Vo-leerlingen interesseren voor het leraarschap”. Een waardevolle inventarisatie van wat scholen kunnen doen om jongeren warm te maken voor een toekomst in het onderwijs. Het rapport laat zien hoe belangrijk het is om leerlingen vroeg en realistisch kennis te laten maken met het onderwijs: van meeloopdagen en stages tot peer-to-peer ondersteuning.

💡 Vanuit onze onderwijsregio heeft Nicolle vanuit de #opleidingsschool van Quadraam hieraan meegewerkt. Dankzij haar inzet en vakkennis is onze regionale praktijk zichtbaar geworden in het landelijke overzicht. Heel mooi om terug te zien! Dankjewel Nicolle, voor jouw bijdrage én voor het verbinden van onze scholen met onderzoek en ontwikkeling. 🌟

#orienteren #werkeninhetonderwijs #werkenmetdetoekomst



Platform

De plaatsen waar je jouw publieksgroepen kunt bereiken



P4: Platform

- Méér dan een opsomming van kanalen.
- Zowel offline als online.
- Maak keuzes in publieksgroep, kansrijke invalshoeken, vormen, formats, frequentie, organisch/betaald.

Kanaalstrategie

Newsfeed

- Nadruk op invalshoeken *inspirerend* en *educatief* om vanuit de patient verhalen te delen en te vertellen hoe het bij Isala werkt.
- Facebook is het eerst aangewezen (social media) kanaal voor interactie. Niet geschikt voor eenrichtingsverkeer/zenden.
- Content over preventie moet vanuit de patient of vanuit medische experts geframed worden voor optimaal resultaat
- 3-4 berichten per week aanbevolen.
- Advertenties voor potentiële patienten, specifieke publieksgroepen en belangrijke campagnes.

Stories

- Alleen voor korte aankondigingen en content met interactie als voornaamste doel.
- Minimaal 2 reeksen per week.
- Advertenties voor potentiële patienten, specifieke publieksgroepen en belangrijke campagnes.

Newsfeed

- Beeldmateriaal is leidend, tekst is secundair.
- Focus op videocontent en stories. Reels kunnen worden doorgeplaatst op YouTube als shorts.
- Focus op pijler patiënt centraal en Isala als werkgever (kijkje achter de schermen)
- Géén activerende en informerende content (zoals landelijke campagnes).
- Advertenties voor potentiële patienten, specifieke publieksgroepen en belangrijke campagnes.
- Kanalen van afdelingen voor behandeling-specifieke content (diepgaander) en werkgeverschap.
- Collab-posts met andere accounts wanneer de content relevant/leuk en toegankelijk is voor een breed publiek.

Stories

- Alleen voor korte updates en content met interactie als voornaamste doel.
- Minimaal 2 reeksen per week.
- Advertenties voor potentiële patienten, specifieke publieksgroepen en belangrijke campagnes.

Isala werkt

Buzzzle adviseert om de Isalawerkt-kanalen apart te houden en niet samen te voegen met de corporate kanalen. Deze kanalen bereiken een specifiek publiek dat via de corporate kanalen minder gericht te bereiken is. Bovendien hebben de Isalawerkt-accounts al een aanzienlijk bereik opgebouwd. Gezien de grote uitdagingen op de arbeidsmarkt bieden deze kanalen een kansrijke manier om het werkgeversmerk van Isala te versterken. Dit sluit aan bij de pijlerverdeling, waarin *Isala als werkgever* 25% van de focus heeft.

- Focus op potentiële werknemers en partners in de communicatie
- Inzet sponsored updates bij iedere vacature. Linkedin jobs voor lastig invulbare vacatures. €
- Ieder content item voor arbeidsmarktcommunicatie vindt plaats in de boeien, binden, of baan fase. Er is aandacht voor iedere fase.
- Minimaal 1 bericht per week aanbevolen voor optimaal bereik. Contentvormen afwisselen.
- Voor kennisdeling richting partners is de slider geschikt als contentvorm.

- Centrale informatiebron (alle pijlers)
- Dienstverlening
- Nieuwsberichten (alle pijlers)

- Geen verzameling van nieuwsberichten: alleen patiëntgerichte content waarbij de contentstrategie leidend is.

Huis-aan-huisbladen:
- Advertenties voor ouder publiek €
- Content binnen de pijler 'positieve gezondheid' is kansrijk voor dit platform

- TikTok kan een geschikt kanaal zijn voor videocontent binnen de pijler *Isala als werkgever*, met name voor de subdoelgroep scholieren. Het voordeel is dat veel bestaande content hier al geschikt voor is. Onderwerpen uit de pijler *Positieve gezondheid* zijn mogelijk ook geschikt, mocht je dit kanaal hiervoor willen inzetten.
- Buzzzle adviseert om eerst de bestaande kanalen te optimaliseren, om daarna te kijken welke rol TikTok kan spelen voor doelen/publieksgroepen die nog onvoldoende worden bereikt. Momenteel speelt er een hoop op het gebied van privacy bij TikTok, en is het raadzaam om af te wachten wat voor gevolgen dit heeft. De keuze om wel of niet TikTok in te zetten is ook een ethisch vraagstuk, aangezien er zorgen zijn dat gebruiksgegevens door worden gestuurd naar de Chinese overheid.

Begin waar je wilt

- Soms begin je bij de keuze van je publieksgroep.
- Soms kies je eerst de inhoudelijke richting (pijler).
- Soms denk je: ik moet iets hebben voor Facebook… (platform).
- En soms denk je: nu eens iets vanuit vragen en behoeften van de doelgroep (perspectief).

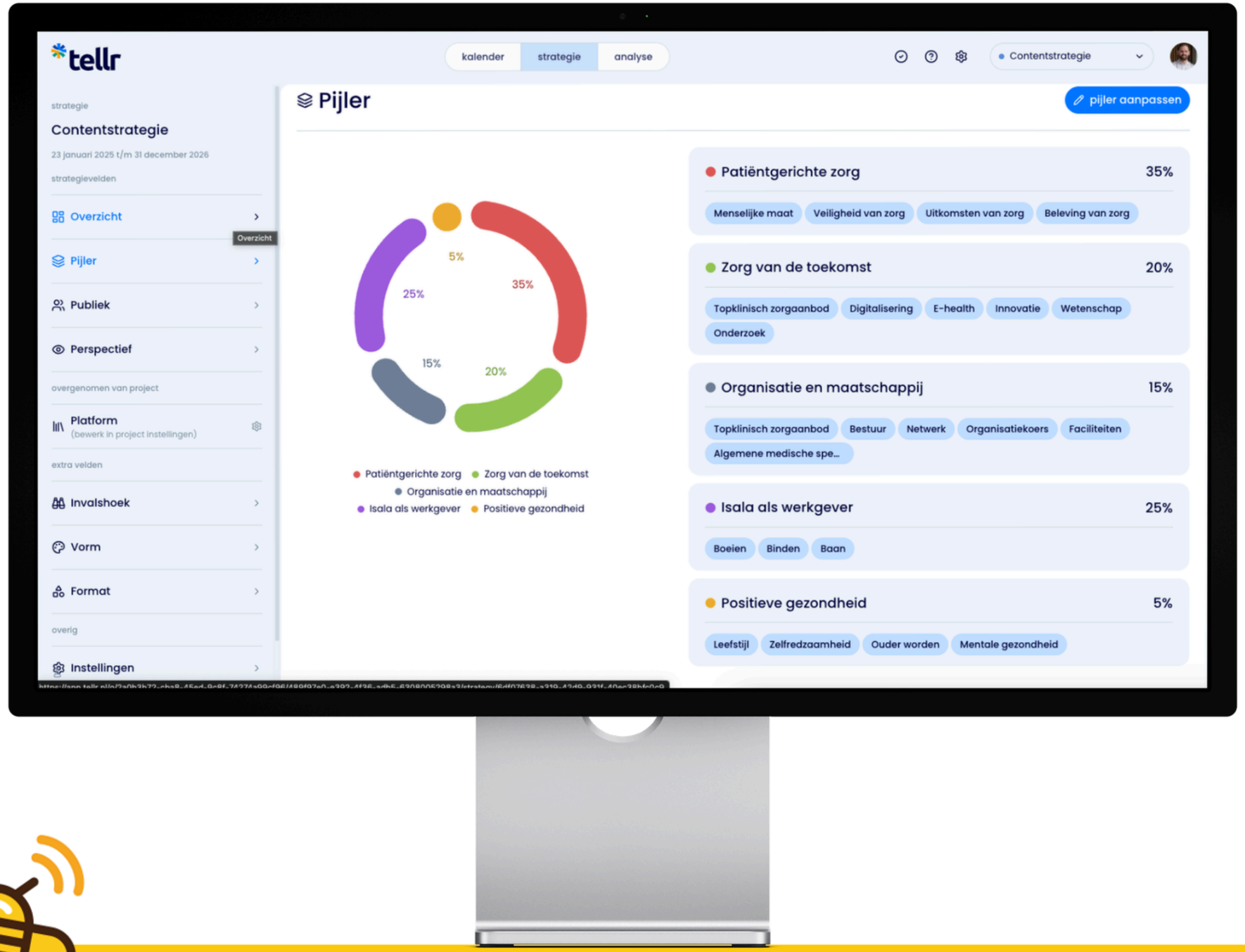


Hoe vertaal je de contentstrategie naar een contentkalender?



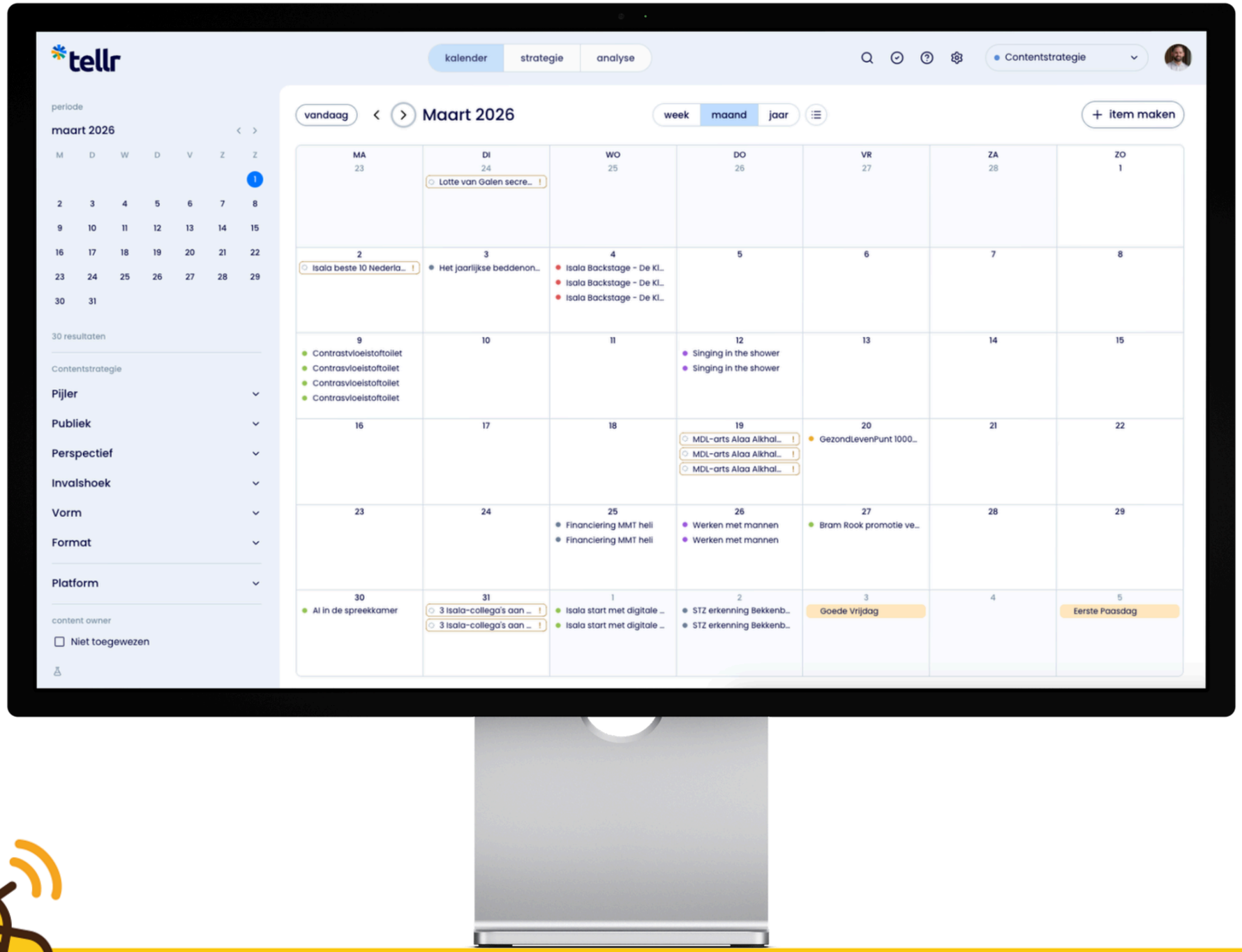
"Een contentkalender is méér dan een kalender met content."

- Overzicht en structuur in je contentplanning
- Je zorgt dat je elke dag je strategie toepast
- Samenwerken met je team
- Gezonde balans tussen geplande content en ad-hoc
- Inzicht in je resultaten en sterkere positie binnen je organisatie


tellr
kalender
strategie
analyse
Contentstrategie
strategie
Contentstrategie
23 januari 2025 t/m 31 december 2026
strategievelden
Overzicht
Overzicht
Pijler
Publiek
Perspectief
overgenomen van project
Platform
(bewerk in project instellingen)
extra velden
Invalshoek
Vorm
Format
overig
Instellingen
Pijler
pijler aanpassen
5%
35%
25%
15%
20%
Patiëntgerichte zorg
Zorg van de toekomst
Organisatie en maatschappij
Isala als werkgever
Positieve gezondheid
Patiëntgerichte zorg 35%
Menselijke maat
Veiligheid van zorg
Uitkomsten van zorg
Beleving van zorg
Zorg van de toekomst 20%
Topklinisch zorgaanbod
Digitalisering
E-health
Innovatie
Wetenschap
Onderzoek
Organisatie en maatschappij 15%
Topklinisch zorgaanbod
Bestuur
Netwerk
Organisatiekoers
Faciliteiten
Algemene medische spe...
Isala als werkgever 25%
Boeien
Binden
Baan
Positieve gezondheid 5%
Leefstijl
Zelfredzaamheid
Ouder worden
Mentale gezondheid

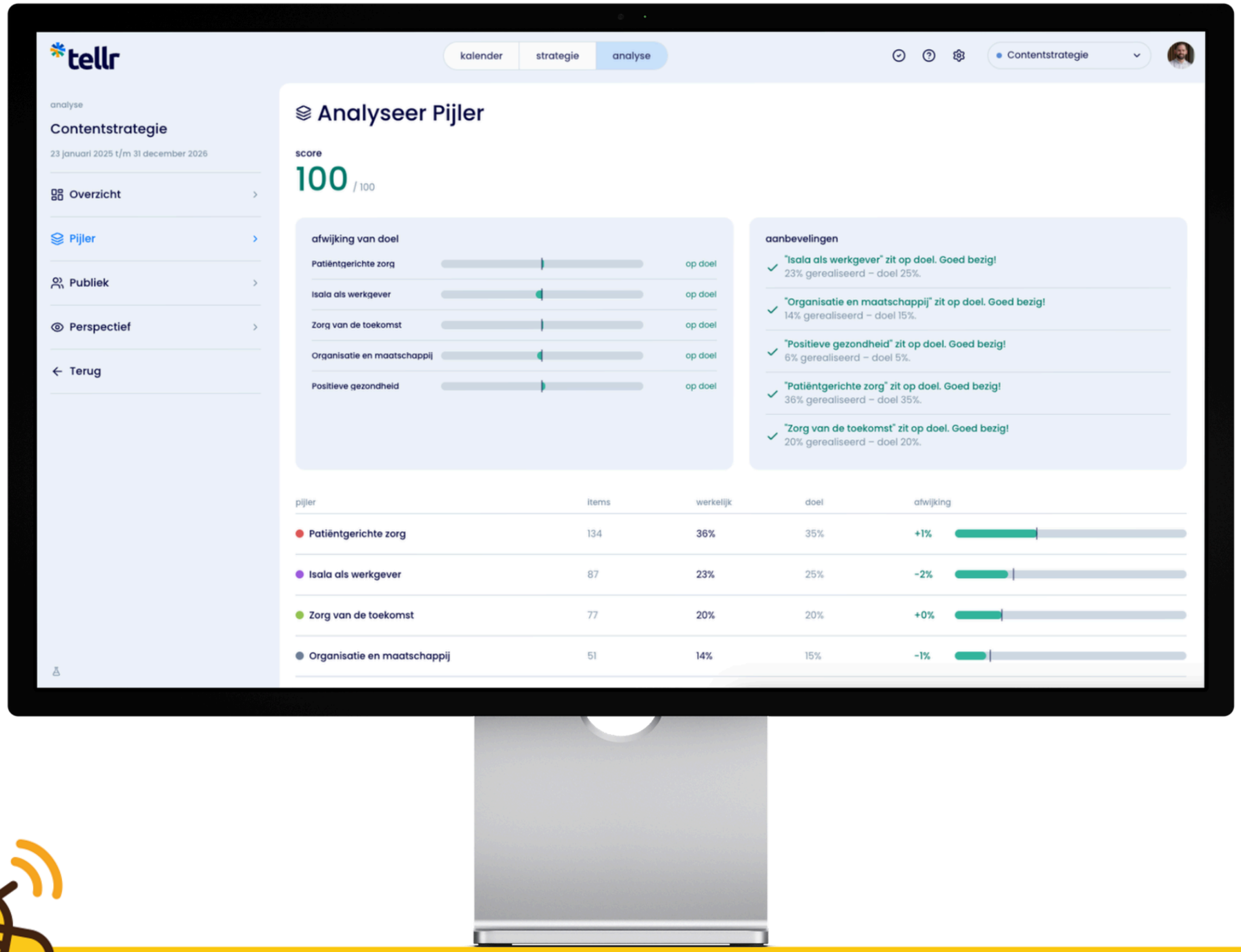
tellr

isala


tellr
kalender
strategie
analyse
Contentstrategie
periode
maart 2026
M D W D V Z Z
1
2 3 4 5 6 7 8
9 10 11 12 13 14 15
16 17 18 19 20 21 22
23 24 25 26 27 28 29
30 31
30 resultaten
Contentstrategie
Pijler
Publiek
Perspectief
Invalshoek
Vorm
Format
Platform
content owner
Niet toegewezen
vandaag
Maart 2026
week
maand
jaar
item maken
MA 23
DI 24
Lotte van Galen secre...
WO 25
DO 26
VR 27
ZA 28
ZO 1
2
Isala beste 10 Nederla...
3
Het jaarlijkse beddenon...
4
Isala Backstage - De Kl...
Isala Backstage - De Kl...
Isala Backstage - De Kl...
5
6
7
8
9
Contrastvloeistoftoilet
Contrasvloeistoftoilet
Contrasvloeistoftoilet
Contrasvloeistoftoilet
10
11
12
Singing in the shower
Singing in the shower
13
14
15
16
17
18
19
MDL-arts Alaa Alkhal...
MDL-arts Alaa Alkhal...
MDL-arts Alaa Alkhal...
20
GezondLevenPunt 1000...
21
22
23
24
25
Financiering MMT heli
Financiering MMT heli
26
Werken met mannen
Werken met mannen
27
Bram Rook promotie ve...
28
29
30
AI in de spreekkamer
31
3 Isala-collega's aan ...
3 Isala-collega's aan ...
1
Isala start met digitale ...
Isala start met digitale ...
2
STZ erkenning Bekkenb...
STZ erkenning Bekkenb...
3
Goede Vrijdag
4
5
Eerste Paasdag

tellr

isala


tellr
kalender
strategie
analyse
Contentstrategie
analyse
Contentstrategie
23 januari 2025 t/m 31 december 2026
Overzicht
Pijler
Publiek
Perspectief
Terug
Analyseer Pijler
score
100 / 100
afwijking van doel
Patiëntgerichte zorg op doel
Isala als werkgever op doel
Zorg van de toekomst op doel
Organisatie en maatschappij op doel
Positieve gezondheid op doel
aanbevelingen
"Isala als werkgever" zit op doel. Goed bezig!
23% gerealiseerd – doel 25%.
"Organisatie en maatschappij" zit op doel. Goed bezig!
14% gerealiseerd – doel 15%.
"Positieve gezondheid" zit op doel. Goed bezig!
6% gerealiseerd – doel 5%.
"Patiëntgerichte zorg" zit op doel. Goed bezig!
36% gerealiseerd – doel 35%.
"Zorg van de toekomst" zit op doel. Goed bezig!
20% gerealiseerd – doel 20%.
pijler items werkelijk doel afwijking
Patiëntgerichte zorg 134 36% 35% +1%
Isala als werkgever 87 23% 25% -2%
Zorg van de toekomst 77 20% 20% +0%
Organisatie en maatschappij 51 14% 15% -1%

tellr

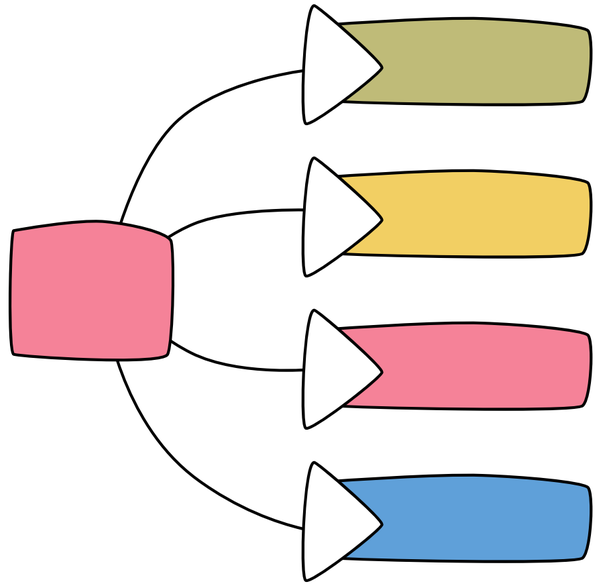
isala

Hoe ontwikkel je content rond events of mijlpalen?



Content mapping

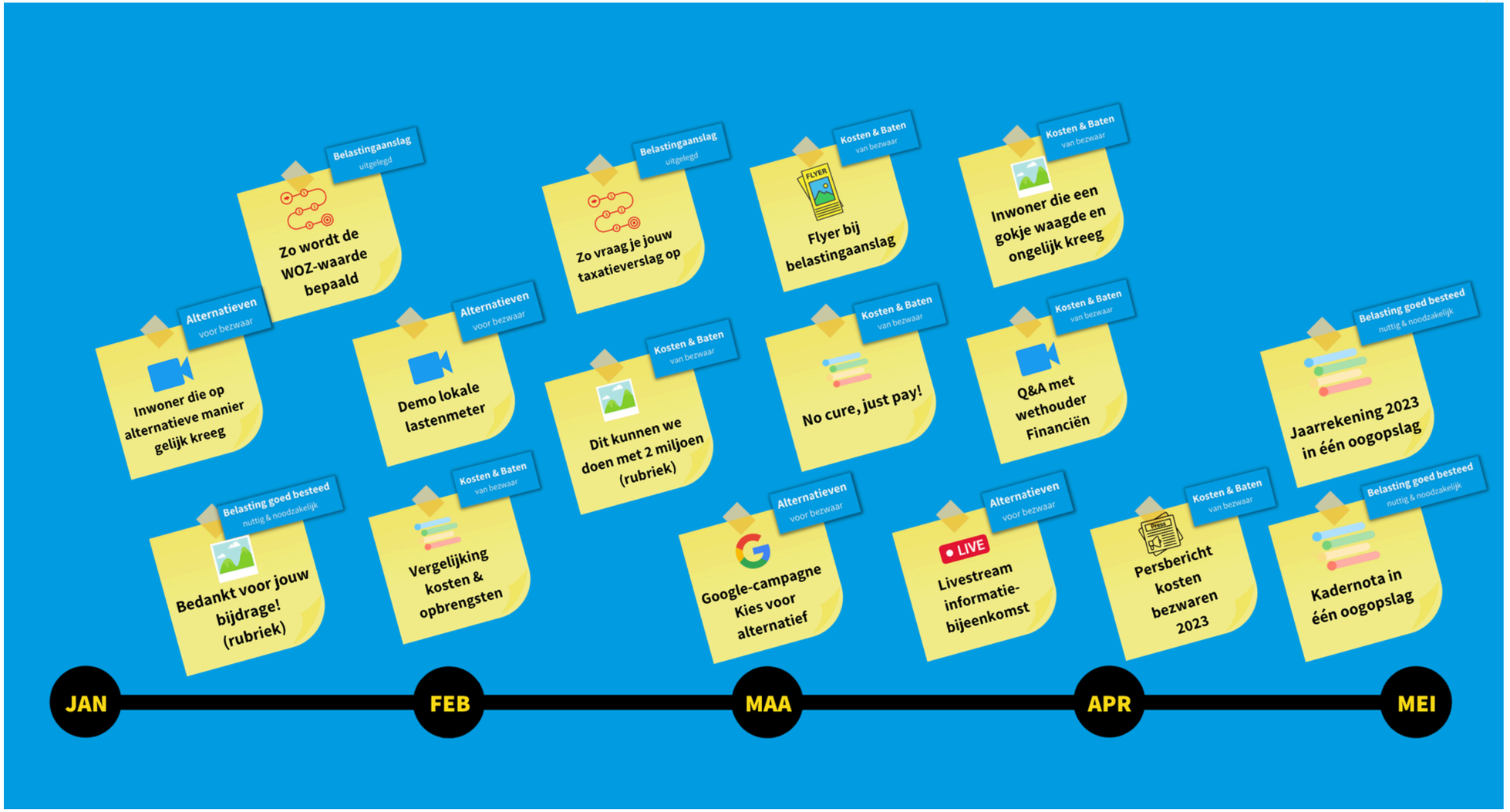
Met één onderwerp meerdere contentitems maken voor diverse publieksgroepen op verschillende momenten.



’1001 verhalen over lokale lasten’

- Nieuwsbericht: ‘Gemeentelijke belastingaanslag valt deze week op de mat’
- Live Q&A met de wethouder financiën op Facebook.
- Hoe wordt de OZB berekend?
- Wat is er afgelopen jaar met uw belastinggeld gedaan?
- Vergelijking met omliggende gemeenten.
- Portret van een inwoner die na contact met de gemeente vorig jaar een gewijzigde aanslag kreeg.
- Portret van de mensen die jouw bezwaar behandelen.
- Quiz: wat weet jij van lokale lasten?
- Explainer: waarom is het niet slim om met een 'no cure no pay'-bureau in zee te gaan?
- Infographic: hoe is het totaalbedrag van de aanslag opgebouwd?

Kalender | januari-mei 2024



West Betuwe
28 februari 2024 ·

Deze week ontvang je de aanslag gemeentelijke belastingen 2024 op je deurmat. Of digitaal in de berichtenbox van MijnOverheid. Voor vrijwel iedereen zijn de lasten in 2024 hoger dan in 2023. Hieronder leggen we uit hoe dat komt: 👇

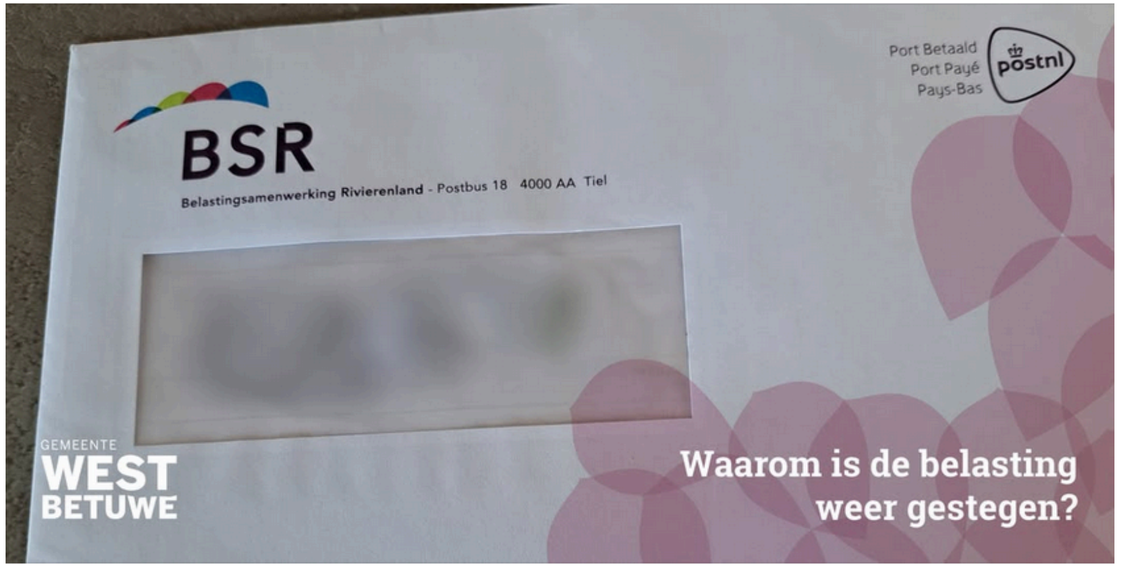
Een gemiddeld huishouden in West Betuwe heeft qua gemeentelijke belastingen te maken met Onroerendezaakbelasting (Ozb), rioolrechten en afvalstoffenheffing.

🏠 De stijging wordt veroorzaakt door hogere kosten en de gestegen WOZ, de waardering onroerende zaken. Deze is in de afgelopen jaren flink gestegen in het kielzog van de huizenprijzen. Hoe hoger die zijn, hoe meer vastgoed (op papier) waard is. En hoe hoger de WOZ en dus de Ozb. Voor woningen in West Betuwe is een gemiddelde stijging van de WOZ-waarden vastgesteld van 5%.

🗑️ Wij zijn als gemeente verantwoordelijk voor het inzamelen van het huishoudelijk afval. Hiervoor betaal je afvalstoffenheffing. De stijging van de afvalstoffenheffing is te verklaren doordat de inzamelings- en verwerkingskosten zijn toegenomen en de opbrengsten door afvalstromen zijn afgenomen. Daarnaast willen we investeren in het recyclen en scheiden van afval en daar betaal je als burger ook aan mee.

🚽 Onder de naam rioolheffing wordt belasting geheven voor de kosten voor de inzameling, het transport en zuivering van huishoudelijk afval- en hemelwater. Daarnaast de kosten voor het op peil houden van de grondwaterstand.

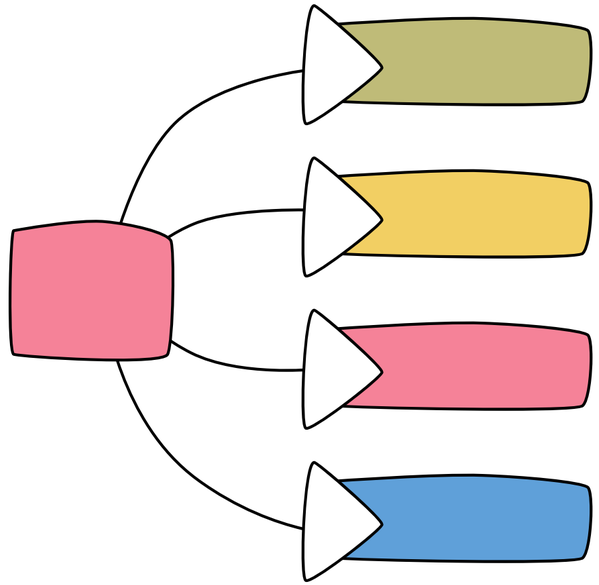
❓ Heb je vragen over de belasting? Of wil je kwijtschelding aanvragen? Kom op 14 maart naar het inloopspreekuur of neem contact op met Belastingsamenwerking Rivierenland: https://www.westbetuwe.nl/uw-aanslag-gemeentelijke...



8 70 opmerkingen 2 keer gedeeld

Wanneer is je onderwerp geschikt voor content mapping?

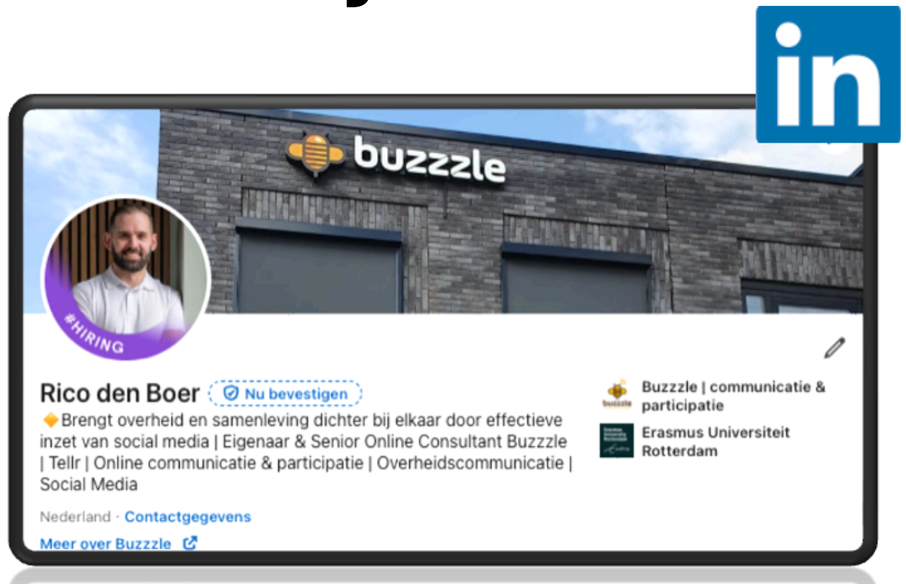
- Speelt gedurende een langere periode
- Meerdere belangrijke momenten/mijlpalen
- Voor meerdere publieksgroepen interessant

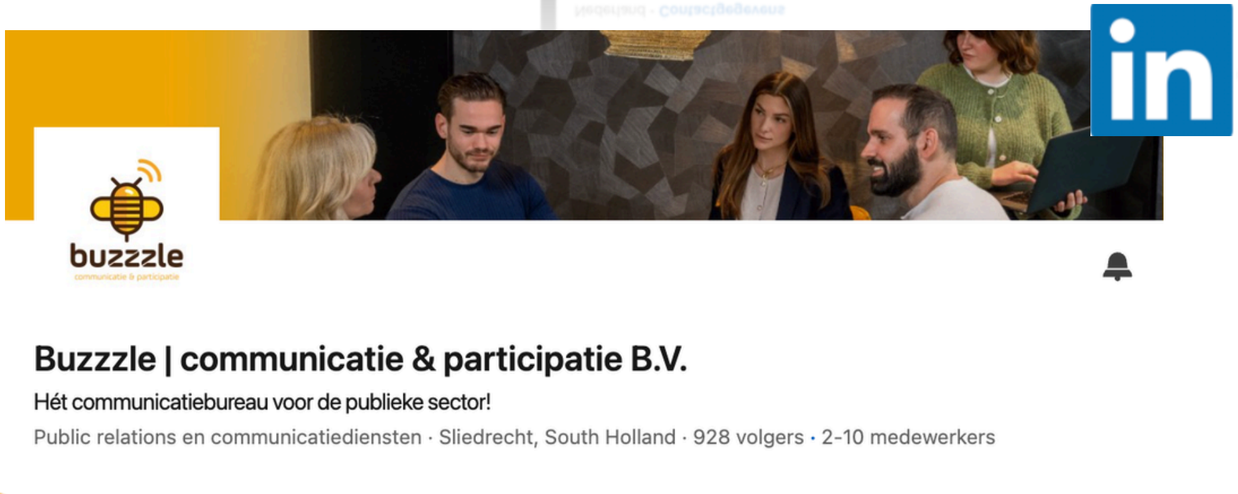


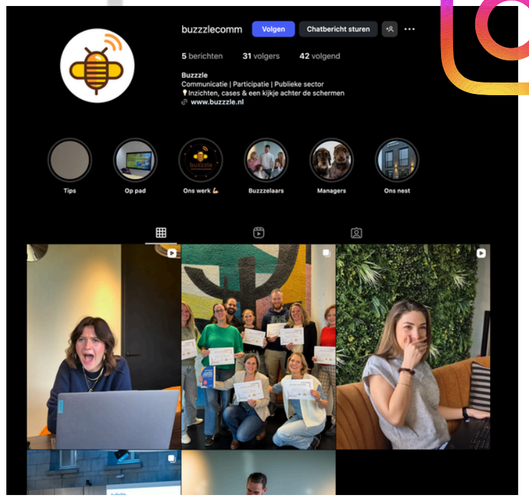
Denk aan:

- Een (loopbaan)event
- Een wervingsprogramma voor zij-instromers
- Innovatieve lesoplossingen
- Zomervakantieperiode

Bedankt voor jouw deelname!







Volg ons op LinkedIn en Instagram voor meer tips!