



CYPRES
CONTENT / CONNECT

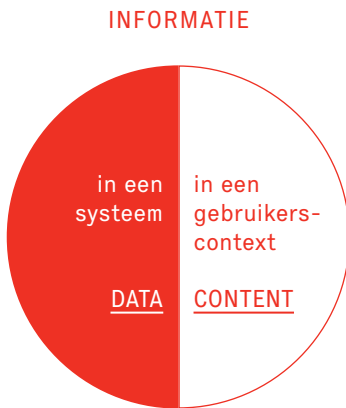
Cypres plant, maakt en beheert voor u crossmediale content bestemd voor uw klanten, medewerkers en andere belanghebbenden. In dit boekje vertellen we u:

5. Waarom sterke content belangrijk is
9. Hoe sterk uw content is
11. Hoe wij content voor u maken
14. Over de kerndisciplines van Cypres
17. Over een duurzame aanpak
19. Wie wij zijn
21. Over The Content Room

“Uw publiek is
het vertrekpunt.
Wat telt, is de juiste
content op het juiste
moment bij de juiste
mensen brengen.”

Waarom sterke content belangrijk is.

Vroeger sprak men over 'inhoud', vandaag heeft men het over 'content'. Content is voor ons echter meer dan een modieus *buzzword*.



Content is informatie die relevant is voor de context van uw klanten, medewerkers of andere stakeholders.

Goede content is informatie in context: u speelt ermee in op de vragen, problemen en interesses van mensen. U toont ermee dat u relevant bent voor uw doelgroep. Gevolg: mensen zoeken en vinden u op het internet, blijven aandacht aan u besteden en spreken over u via sociale media en elders.

Goede content werkt dus als een magneet. U investeert ermee in uw imago en in duurzame relaties. Hij verbetert uw geloofwaardigheid, verhoogt uw zichtbaarheid en versterkt de band met uw publiek.

Voor marketeers is content vandaag belangrijker dan ooit tevoren, want

- × de traditionele tell-and-sell-aanpak werkt niet meer
- × door de informatieovervloed worden mensen selectiever. Als uw boodschap niet relevant is, wordt ze genegeerd
- × uw klanten zoeken actief naar informatie. U moet zorgen dat ze bij u een antwoord op hun vragen vinden.



OPEN APPLE
Zomer 1986



Hoe het voor ons allemaal begon

In 1986 brachten we ons allereerste klantenmagazine uit, voor Apple Belgium. Daarin stonden niet de computers van Apple centraal, maar wel wat mensen ermee deden. Het magazine werd helemaal ontworpen op een Apple Macintosh 512K met een klein zwart-wit schermje! Vandaag bestaat een groot deel van ons werk uit digitale projecten. Maar nu digitaal de norm is, kan een zorgvuldige printpublicatie u sterker doen opvallen dan ooit tevoren. Daarom combineren wij vaak print en digitaal werk.

Wat sterke content voor uw organisatie kan doen, is vrijwel eindeloos:

- × Gesprekken op gang brengen in sociale media
In sociale netwerken wordt nuttige of opmerkelijke informatie snel gedeeld. Uw zichtbaarheid en reputatie varen er wel bij.
- × Vertrouwen en loyaliteit bevorderen
Goede content die op het juiste moment en op de juiste plaats aan de juiste mensen wordt bezorgd, bevordert het vertrouwen en de loyaliteit.
- × Communities met een hart voor uw organisatie opbouwen
Bouw een gemeenschap op van klanten met verhalen en thema's die zij interessant vinden. Of gebruik content om het contact tussen werknemers van verschillende afdelingen of landen aan te moedigen.
- × Inspelen op het dagelijkse leven van de mensen
Sterke content zorgt voor nieuwe, soms zelfs onvergetelijke ervaringen. Met technologieën als augmented reality speelt u in real time in op de levensomstandigheden van de mensen.
- × Klanten tot merkambassadeurs maken
Met inspirerende verhalen, relevant advies en digitale tools kunt u van uw klanten echte ambassadeurs maken. Mensen die uw content waarderen, zullen hem graag doorspelen aan anderen. Ze zullen uw verhalen gebruiken en zo uw visie, uw merk en uw producten promoten.
- × Thought leadership bieden
Als u waardevol advies geeft dat nergens anders te vinden is, wordt u snel erkend als een deskundige in uw sector. Wellicht telt uw onderneming heel wat specialisten die hun kennis graag met uw doelgroep delen.
- × Mensen helpen bij aankoopbeslissingen
We worden overspoeld met koopopties, producten, prijschema's, serviceniveaus, Combineer content met interactiviteit om mensen ondanks deze overdaad snel naar de juiste beslissing te leiden.
- × Aanmoedigen van user-generated content en dialoog
Laat uw publiek reageren met eigen inhoud: ideeën, tips, feedback, ervaringen, ... Het kan u helpen besparen op productinformatie, helpdesks, onderhoud, opleidingen, En u leert veel bij over uw doelgroep.
- × Best practices promoten
Promoot de beste werkmethoden, zet belangrijke thema's op de agenda, herinner werknemers aan de veiligheidsvoorschriften, ...

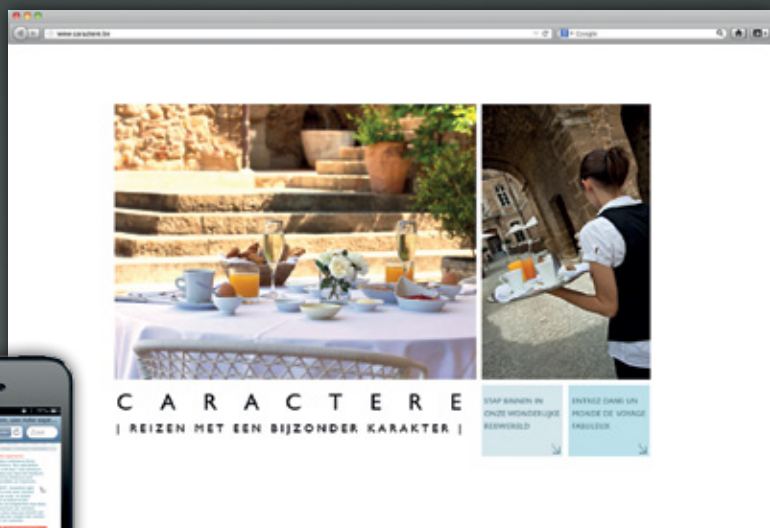


Hoe sterk is uw content?

- × Hoe relevant is de inhoud van uw boodschap voor uw doelgroep?
- × Welke problemen en vragen van uw publiek lost u op in uw communicatie?
- × Maakt u enkel inhoud voor uw stakeholders of ook mét uw stakeholders?
- × Hoe vaak en hoe intensief luistert u naar uw publiek?
- × Realiseert u uw doelstellingen door in te spelen op de informatiebehoeften van uw doelgroep?
- × Weten uw stakeholders uw informatie altijd te vinden?
- × Hebt u informatie die nuttig is voor uw doelgroep, maar die u nog niet gebruikt?
- × Is uw content vlot toegankelijk, ook via tablets en smartphones?
- × Communiceert u op een interactieve manier met uw doelgroep?
- × Van welke aard is uw marketing-communicatie: vooral 'push' of ook 'pull'?
- × Hoe vaak keren bezoekers terug naar uw website. Met andere woorden: hoe interessant vinden ze uw website?
- × Gebruikt u content om uw publiek een bijzondere ervaring te bezorgen?

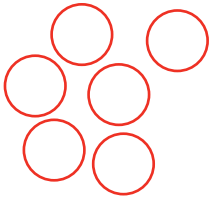
Content to connect

Onze baseline is *Content to connect* omdat we geloven dat u een relatie met uw publiek opbouwt en versterkt door informatie in te zetten die uw publiek als waardevol ervaart.

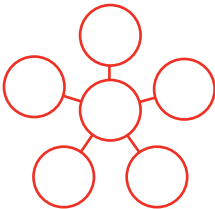


Hoe wij content voor u maken

Onze werkwijze hangt grotendeels af van wat u precies nodig hebt. We kunnen een losstaand contentproject opzetten, een volledige contentcampagne bedenken of een groot contentprogramma ontwikkelen. Daarbij volgen we altijd enkele basisprincipes. Ons vertrekpunt is altijd uw doelgroep en niet een medium of een technologie. Bovendien is content voor ons een dynamisch gegeven, dus nooit helemaal 'af'.



Losstaande contentprojecten
(geen integratie, weinig consistentie)



Contentcampagnes:
(integratie, beperkt in de tijd)



Contentprogramma's:
(integratie, onbeperkt in de tijd)

Drie benaderingen:

1. Losstaande contentprojecten
Denk bijvoorbeeld aan eenmalige brochures, catalogi, nieuwsbrieven, rapporten, websites, ... We stemmen ze af op uw doelgroep en maken ze nuttig, bruikbaar en aantrekkelijk met een sterke vormgeving. Maar losstaande projecten hebben hun beperkingen. U communiceert consistent en effectiever als u integreert in een ruimer geheel. Daarbij kunnen wij u helpen.
2. Contentcampagnes
Campagnes zijn effectiever dan losstaande projecten omdat ze bestaan uit verschillende contentproducten en kanalen die elkaar versterken, bijvoorbeeld banners, een microsite of een e-mailing. Maar vermits campagnes beperkt zijn in de tijd, verdwijnt hun effect toch vrij snel.
3. Contentprogramma's
Dergelijke programma's lopen het hele jaar door en integreren alle media die u nodig hebt om permanent te communiceren met uw doelgroep. Zij zorgen ervoor dat uw klanten, medewerkers of andere stakeholders op elk moment toegang hebben tot de juiste informatie. Content wordt een instrument dat alle dagen bijdraagt tot de ontwikkeling van uw organisatie.



Drie principes

1. Uw doelgroep is het vertrekpunt
Alleen door goed naar uw doelgroep te luisteren, kunnen we content maken die aan hun verwachtingen beantwoordt of ze zelfs overtreft. We verwerven inzicht in uw doelgroep via interviews, focusgroepen, enquêtes, etnografisch onderzoek en analyses van websites en sociale media. Wij zijn geen experts in al die domeinen, maar werken nauw samen met partners die dat wel zijn.
2. Media en technologieën komen op de tweede plaats
We promoten geen specifieke media of technologieën. Wat telt, is de juiste inhoud op het juiste moment bij de juiste mensen brengen.
3. Content moet men plannen, maken en onderhouden
Nadat we voor u content gepland en gemaakt hebben, is ons werk nog niet af. We zorgen er ook voor dat uw informatie up-to-date blijft of dat u zelf over de nodige software beschikt om uw content up-to-date te houden.

De kerndisciplines van Cypres

1. Contentstrategie

Een contentstrategie is een plan voor het maken, verspreiden en promoten van inhoud die relevant is voor uw doelgroep. Ze brengt uw doelstellingen in overeenstemming met de behoeften van uw doelgroep. De strategie zorgt ervoor dat uw publiek de geschikte content krijgt, waar en wanneer het nodig is en op een consistente manier. Bij het ontwikkelen van een contentmarketingstrategie gaan we voor elke fase van de aankoopcyclus op zoek naar de juiste content en conversies.

Een volledige contentstrategie omvat een analyse van

- × uw stakeholders
- × uw organisatie
- × uw doelstellingen
- × uw markt
- × uw huidige content
- × de beschikbare technologieën en media

Op basis van deze analyse doen we aanbevelingen voor de creatie, de distributie en het beheer van content en media.



Sterke content ondersteunt uw doelstellingen en is relevant voor uw doelgroep.

2. Redactionele diensten

Content maken, publiceren en beheren is een langdurig en complex proces. Door dit volledig – of gedeeltelijk – aan ons uit te besteden, houdt u meer tijd over voor uw eigen kernactiviteiten. Wij stellen een dedicated editorial team samen, dat gewoonlijk bestaat uit mensen van uw organisatie naast content solutions managers, projectmanagers en redacteurs van bij ons en externe experts in de materie waarover u het met uw doelpubliek wilt hebben.

Onze redactionele dienstverlening omvat:

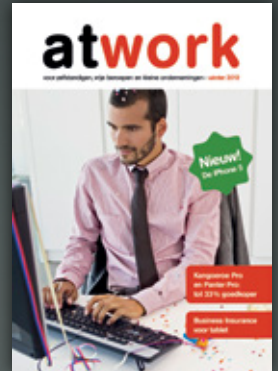
- * creatie van inhoud: teksten, beelden, video's, ...
- * ontwikkeling van formats en platformen: websites, apps, magazines, ...
- * tools en workflows om uw content, formats en platformen te beheren.

We maken onder meer content voor:

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| * blogs | * podcasts |
| * brochures | * product-informatiebladen |
| * casestudies | * rapporten |
| * catalogi | * social media |
| * demo's | * video's |
| * handleidingen | * webcasts |
| * leermaterialen | * webinars |
| * magazines | * websites |
| * microsites | * whitepapers |
| * nieuwsbrieven | |
| * onlinehulpsystemen | |

3. Digitaal en printdesign

Design is belangrijk omdat het de content nuttiger, beter bruikbaar en aantrekkelijker maakt. Maar toch is ons vertrekpunt altijd de content zelf. Door vanuit een design of medium te vertrekken, legt men content automatisch vast in een formaat. Dezelfde inhoud in een ander formaat hergebruiken, wordt dan moeilijk of zelfs onmogelijk, en te duur. Het is vaak voordeliger een contentlaag te bouwen, die u dan voor verschillende media en diverse platformen kunt inzetten.



Een duurzame aanpak

Met sterke content investeert u in duurzame relaties met uw stakeholders: klanten, medewerkers, aandeelhouders, burgers, ...

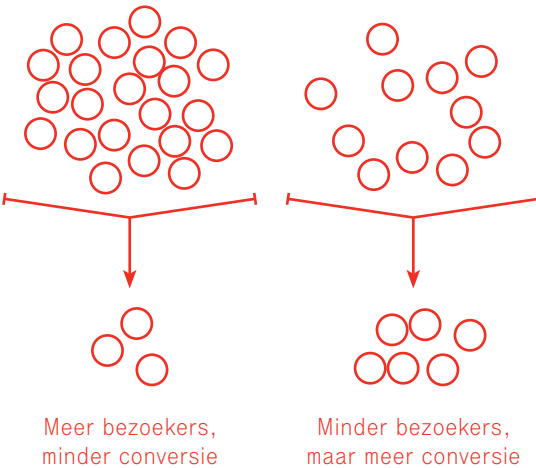
Sterke content is niet hetzelfde als veel content. Content farms produceren een grote hoeveelheid *search engine optimized copy* om zoveel mogelijk surfers naar websites te lokken. Maar veel bezoekers levert u niet noodzakelijk veel resultaat op.

Waar het echt op aankomt, is de *juiste* bezoekers aantrekken én doen terugkeren.

Bij ons draait dan ook alles rond het creëren van inhoud die echt waardevol is voor uw doelgroep.

Als u de juiste content aanbiedt, zullen uw bezoekers u graag en vaak opzoeken. Misschien zullen ze ook zelf waardevolle content voor u willen creëren. Sterker nog: ze zullen die inhoud in hun eigen sociale netwerk verspreiden.

Op die manier werkt u op een duurzame, kwaliteitsvolle en kostenefficiënte manier. Goede content verspreidt zich als het ware vanzelf.





Wie zijn we?

Wij zijn een team van een twintigtal contentprofessionals.

Onze **account managers** zijn uw aanspreekpunt. U bespreekt met hen uw vragen over content, productieprocessen, budgetten en timings. Zij delen graag hun kennis met u, geven advies en zorgen ervoor dat uw verwachtingen worden ingelost.

Onze **contentstrategen** weten wat sterke content is en wat content voor u kan doen. Ze analyseren uw behoeften, verwerven inzicht in uw doelgroep, plannen uw content en helpen u het maximum te halen uit uw communicatie. En het spreekt vanzelf dat zij de resultaten van uw communicatie ook nauwgezet opvolgen.

Onze **contentontwikkelaars** produceren de teksten, lay-outs, grafieken, video's, foto's, demo's, ... die u nodig hebt. Naast eigen schrijvers en vormgevers beschikken we over een ruim netwerk van freelancers. Zo kunnen we elke vraag beantwoorden.

Onze **projectmanagers** zorgen ervoor dat uw opdracht correct en tijdig wordt uitgevoerd. Wanneer het nodig is, schakelen zij de juiste technische experts en specialisten in.



The Content Room

Cypres nodigt u graag uit in The Content Room, ons open kenniscentrum en creatief laboratorium waarin we nadenken over en experimenteren met nieuwe manieren om content te maken, te gebruiken en te verspreiden.

Regelmatig komen er specialisten uit binnen- en buitenland spreken over alles wat met content en content publishing te maken heeft. We snijden thema's aan als contentstrategie, content governance, social content en co-creatie van content.

Wenst u op de hoogte te blijven van de activiteiten van Cypres en The Content Room? Schrijf u in op onze e-newsletter: www.cypres.com.

Cypres *Content to connect*

Fotografie: Douglas Moors en David Balhuizen.

Redactie: Cypres – Ontwerp: Thomas Leon

Copyright © 2013 Cypres

—

Cypres nv

Vaartstraat 131, 3000 Leuven, België

T +32.16.29.77.37 – F +32.16.31.71.89

www.cypres.com

