

# cmm contentmarketing

(http://contentmarketingmanagement.nl)

## MANAGEMENT CAREER: NIEUWS

You are here: Home (http://contentmarketingmanagement.nl) / Algemeen (http://contentmarketingmanagement.nl/category/algemeen/) / Content Management (http://contentmarketingmanagement.nl/category/content\_management/) / Content Marketing (http://contentmarketingmanagement.nl/category/content-marketing/) / Content Strategie (http://contentmarketingmanagement.nl/category/content\_strategie/) / Online Leadgeneratie (http://contentmarketingmanagement.nl/category/online\_leadgeneratie/) / Online Marketing (http://contentmarketingmanagement.nl/category/online\_marketing/) / Social Media (http://contentmarketingmanagement.nl/category/social\_media/) / **5 ONMISBARE BASIS KPI'S VOOR JOUW CONTENT MARKETING**

★ **ALGEMEEN (HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/CATEGORY/ALGEMEEN/), CONTENT MANAGEMENT (HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/CATEGORY/CONTENT\_MANAGEMENT/), CONTENT MARKETING (HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/CATEGORY/CONTENT-MARKETING/), CONTENT STRATEGIE (HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/CATEGORY/CONTENT\_STRATEGIE/), ONLINE LEADGENERATIE (HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/CATEGORY/ONLINE\_LEADGENERATIE/), ONLINE MARKETING (HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/CATEGORY/ONLINE\_MARKETING/), SOCIAL MEDIA (HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/CATEGORY/SOCIAL\_MEDIA/)**

### **5 ONMISBARE BASIS KPI'S VOOR JOUW CONTENT MARKETING (HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/5-ONMISBARE-BASIS-KPIS-VOOR-JOUW-CONTENT-MARKETING/)**

3 May 2017 By Tribal Internet Marketing (http://contentmarketingmanagement.nl/author/paula-heesbeen/) 0 (http://contentmarketingmanagement.nl/5-onmisbare-basis-kpis-voor-jouw-content-marketing/#respond) 47



Op de hoogte blijven van alle trends en ontwikkelingen op het gebied van content marketing? Download dan nu een van onze white papers of e-books (http://contentmarketingmanagement.nl/category/downloads/) of abonneer u op onze wekelijkse nieuwsupdate (http://contentmarketingmanagement.nl/newsletter/)

Al een aantal jaar lees je overal dat content king is. Tegelijkertijd heeft content marketing te kampen met de hardnekkige mythe dat het onmeetbaar en dus niet interessant is. Onzin natuurlijk, als je maar de juiste KPI's kiest. In dit artikel zet ik 5 belangrijke basis KPI's die jouw content marketing meetbaar maken op een rij.

## cmm GRATIS E-BOOK

Download gratis e-book over contentstrategie 

(http://contentmarketingmanagement.nl/gratis-white-paper-contentstrategie-make-content-work/)



## (HTTP://VACATURES.CONTENTMA MEEST RECENTE VACATURES (HTTP://VACATURES.CONTENTMA

**Content en communicatie manager (Rotte (http://vacatures.contentmarketingmanag en-communicatie-manager)**

**Content Editor (Zwaagdijk-Oost) (http://vacatures.contentmarketingmanag editor-4)**

**Programma manager ('s-Hertogenbosch) (http://vacatures.contentmarketingmanag manager-14)**

**Online Marketeer (Amersfoort) (http://vacatures.contentmarketingmanag marketeer-369)**

**Marketing medewerker (Veenendaal) (http://vacatures.contentmarketingmanag medewerker-32)**

## cmm ACADEMY

Onze trainingen en cursu  
**Als incompany bij uw bedrijf organiseren?**  
 Dat kan! Bekijk het aanb  
  
(http://contentmarketingmanagement.nl/

## EVENEMENTENAGENDA

**Cursus Content Marketir Management (http://contentmarketing content-marketing-management/)**  
May 17, 15:00 - June 15, 21:00

**Post HBO Contentstrategie (http://contentmarketing hbo-contentstrategie/)**  
October 12, 15:00 - December 14, 21

## Meet het succes van je content marketing

In tegenstelling tot bijvoorbeeld AdWords (<http://contentmarketingmanagement.nl/2014/06/top-10-meest-gemaakte-fouten-in-adwords/>) advertenties draagt content in veel gevallen niet bij aan een directe conversie. Dit is meteen de reden dat veel bedrijven nog te weinig met content doen. Want het levert toch geen geld op? Fout! Content draagt wel degelijk bij aan online resultaat. Sterker nog, in veel gevallen is content een onmisbare pijler om een succesvolle customer journey te creëren.

De juiste KPI's hanteren is daarom essentieel om het effect, en dus het succes, inzichtelijk te maken. Onderstaand zet ik 5 belangrijke KPI's op een rij die jou (en de directie) inzicht geven in het effect van jouw content marketing inzet.

### KPI 1: verkeer uit de zoekmachine



(<http://contentmarketingmanagement.nl/category/downloads/>)

Als bedrijf wil je zoveel mogelijk organisch bezoek uit de zoekmachine

(<http://contentmarketingmanagement.nl/2014/06/hoekom-je-uit-het-doolhof-van-seo-mythes/>), het is tenslotte 'gratis' bezoek. Traffic uit de zoekmachine is daarom een belangrijke KPI die laat zien hoeveel mensen vanuit de zoekmachine doorklikken naar je website (<http://contentmarketingmanagement.nl/2014/06/social-buttons-waarom-ze-uw-website-kapot-kunnen-maken/>). Daarnaast betekent veel organische bezoekers dat je SEO-strategie goed werkt. Blijft het aantal bezoekers uit Google of Bing laag? Check dan de volgende zaken:

- Zijn de pagina's geoptimaliseerd met de juiste zoekwoorden?
- Zijn er pagina's 'overgeoptimaliseerd' waardoor er juist té veel zoekwoorden op staan?
- Kunnen de pagina's geïndexeerd worden door de zoekmachine?
- Zijn je title tag en descriptions helder en goed geformuleerd?

### KPI 2: bounce percentage

Bezoek naar je website halen is één ding. Een bezoeker op je website houden en de gewenste actie laten ondernemen is een tweede. Het bounce percentage laat zien hoeveel procent van jouw bezoekers na het bezoeken van één pagina direct de website weer verlaten. Over het algemeen wil je dus een zo laag mogelijk bounce percentage. Zie je pagina's met veel bouncers? Dan kan het volgende aan de hand zijn:

- De inhoud op de pagina sluit niet aan bij de verwachting van de bezoeker
- De inhoud is niet boeiend
- De pagina mist een duidelijke call-to-action
- Er spelen technische problemen

**Tip:** een hoog bounce percentage hoeft niet altijd slecht te zijn. Een bezoeker op een contactpagina is wellicht alleen op zoek naar een telefoonnummer of e-mailadres waarna de behoefte dus al vervuld is.

### KPI 3: tijd op pagina

De tijd die een bezoeker op een pagina spendeert is een belangrijke indicator of bezoekers de inhoud ook daadwerkelijk bekijken. Bij een pagina met een gemiddelde verblijfsduur van 15 seconden is de kans natuurlijk nihil dat een bezoeker de pagina goed heeft bekeken en gelezen. Een goede indicatie dus of de inhoud interessant en duidelijk genoeg is. Hoe langer een bezoeker op een pagina aanwezig is, hoe groter de interesse en de kans dat iemand de gewenste actie onderneemt.

Constateer je pagina's met een opvallend korte sessieduur? Controleer dan de volgende zaken:

- Sluit de inhoud op de pagina aan bij de informatiebehoefte van de bezoeker?
- Is de inhoud op de pagina interessant genoeg?
- Is de pagina goed opgebouwd qua techniek en leesbaarheid?

**Tip:** meet ook de scroll diepte op je website. Dit geeft je inzicht tot waar bezoekers een pagina bekijken, waardoor jij weet waar je de belangrijkste call-to-action moet plaatsen.

### KPI 4: terugkerende bezoekers

In de meeste gevallen ben je als bedrijf op zoek naar loyale bezoekers om een duurzame klantrelatie op te bouwen. De KPI terugkerende bezoekers geeft je hier inzicht in en laat zien hoeveel bezoekers jouw website of webshop meer dan één keer hebben bezocht. Een hoog percentage terugkerend bezoek kan erop duiden dat mensen jouw content als waardevol en betrouwbaar zien.

Ligt het aantal terugkerende bezoekers laag? Check dan de volgende zaken:

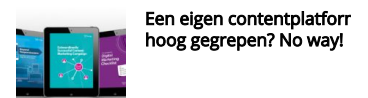
- Richt je content zich op de juiste doelgroep?
- Is de informatie die je biedt interessant genoeg?

View All Events  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>)



(<http://www.ubsbusiness.nl/cursus/content-inbound-marketing-post-hbo/>)

LATEST POPULAR COMM



(<http://contentmarketingmanagement.nl/eigen-contentplatform-te-hoog-gegrepen-way/>)

3 May 2017 By ContentXperience  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>)



(<http://contentmarketingmanagement.nl/onmisbare-basis-kpis-voor-jouw-content-marketing/>)

3 May 2017 By Tribal Internet Marketing  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>)



(<http://contentmarketingmanagement.nl/media-inzetten-gebruik-het-peso-model/>)

3 May 2017 By Happy Idiots  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>)



(<http://contentmarketingmanagement.nl/trends-en-niet-te-missen-tips-voor-content-marketing/>)

2 May 2017 By LBL  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>)



(<http://contentmarketingmanagement.nl/iedereen-zou-moeten-weten-linkbuilding-backlinking/>)

2 May 2017 By CMM Content Market  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>)

UBS: ONLINE EXECUTIVE LEARNING

- Zet een doordachte e-mail marketing strategie in om bijvoorbeeld ook bezoekers na een aankoop aan je bedrijf te binden

**Tip:** wil je de informatiebehoefte en tevredenheid van bezoekers achterhalen? Doe dan gebruikersonderzoek via bijvoorbeeld exit surveys. Een eenvoudige manier om snel feedback van jouw bezoekers te krijgen.

## KPI 5: social engagement



(<http://ubsbusiness.nl/cursus/content-marketing-management-cursus/>)

Zet je social media in voor jouw bedrijf? Duik dan zeker eens de statistieken van het platform in. Juist social media staat namelijk bekend om zijn dynamische karakter. Dit biedt de kans om (real-time) het effect van verschillende soorten content types te meten en te

zien wat wel of niet werkt. Mogelijke KPI's zijn hier de toename van het aantal volgers, likes en reacties op berichten en het aantal keer dat iets gedeeld.

Zie je dat je posts vrijwel geen interactie oproepen? Probeer dan (nogmaals) de informatiebehoefte van je doelgroep te achterhalen en experimenteer met andere soorten content.

## Metten en bijsturen op weg naar online succes

Moraal van het verhaal: content is wel degelijk meetbaar, als je maar de juiste KPI's hanteert. Zo weet je wat het effect is, wat wel en niet werkt en waar je eventueel moet bijsturen. Belangrijke data op weg naar meer online succes.

Share this Post:

**f** (<http://www.facebook.com/share.php?u=http%3A%2F%2Fcontentmarketingmanagement.nl%2F5-onmisbare-basis-kpis-voor-jouw-content-marketing%2F>)

**t** (<http://twitter.com/home?status=5+onmisbare+basis+KPI's+voor+jouw+content+marketing%3A%2F%2Fcontentmarketingmanagement.nl%2F5-onmisbare-basis-kpis-voor-jouw-content-marketing%2F>)

**g+** (<https://plus.google.com/share?url=http%3A%2F%2Fcontentmarketingmanagement.nl%2F5-onmisbare-basis-kpis-voor-jouw-content-marketing%2F>)

**in** (<http://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=http%3A%2F%2Fcontentmarketingmanagement.nl%2F5-onmisbare-basis-kpis-voor-jouw-content-marketing%2F&title=5+onmisbare+basis+KPI's+voor+jouw+content+marketing&summary=Al+een+aantal+jaar+lees+je+over+de+content+ing+in+regeneratie>)

**@** (<http://pinterest.com/pin/create/button/?url=http%3A%2F%2Fcontentmarketingmanagement.nl%2F5-onmisbare-basis-kpis-voor-jouw-content-marketing%2F&media=http%3A%2F%2Fcontentmarketingmanagement.nl%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F05%2Fkpi-content-150x150.jpg&description=5+onmisbare+basis+KPI's+voor+jouw+content+marketing>)

**✉** (mailto:?)

subject=Content%20Marketing%20Management%3A%205%20onmisbare%20basis%20KPI's%20voor%20jouw%20content%20marketing&body=1%20recommend%20onmisbare-basis-kpis-voor-jouw-content-marketing%2F)

### « Previous Article

(<http://contentmarketingmanagement.nl/verschillen-inzetten-gebruik-het-peso-model/>)

**VERSCHILLENDE MEDIA INZETTEN? GEBRUIK HET PESO-MODEL**  
([HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/VERSCHILLENDE-MEDIA-INZETTEN-GEBRUIK-HET-PESO-MODEL/](http://contentmarketingmanagement.nl/verschillen-inzetten-gebruik-het-peso-model/))

3 May 2017 By *Happy Idiots*

(<http://contentmarketingmanagement.nl/author/happy-idiots/>)

### Next Article »

(<http://contentmarketingmanagement.nl/een-eigen-contentplatform-te-hoog-gegrepen-no-way/>)

**EEN EIGEN CONTENTPLATFORM TE HOOG GEGREPEN? NO WAY!**  
([HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/EEN-EIGEN-CONTENTPLATFORM-TE-HOOG-GEGREPEN-NO-WAY/](http://contentmarketingmanagement.nl/een-eigen-contentplatform-te-hoog-gegrepen-no-way/))

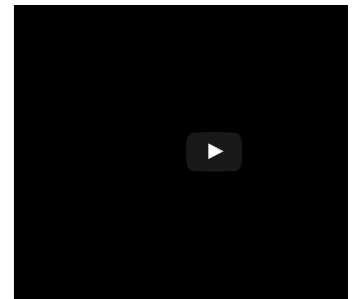
3 May 2017 By *ContentXperience*

(<http://contentmarketingmanagement.nl/author/say-x/>)

**ABOUT THE AUTHOR / TRIBAL INTERNET MARKETING** ([HTTP://CONTENTMARKETINGMANAGEMENT.NL/AUTHOR/PAULA-HEESBEEN/](http://contentmarketingmanagement.nl/author/paula-heesbeen/))

**tribal** (<http://contentmarketingmanagement.nl/author/paula-heesbeen/>)

Tribal Internet Marketing gelooft dat de vooruitgang van internet marketing wordt versneld door onderling vertrouwen. Wij streven daarom naar samenwerkingen met korte lijnen en zuivere communicatie. Samenwerken betekent voor Tribal: hard werken, aanspreekbaar zijn, volwassen dialogen kunnen voeren en vooral ook veel plezier maken. Tribal Internet Marketing is samen met AdChieve onderdeel van de Tribal Internet Group. Meer informatie over Tribal Internet Marketing vindt u hier. Tribal (<http://www.tribal.nl>).



Tweets by @contentmm

**CMM Contentmarketing**  
@contentmm

Elf useful tips voor het schrijven van een goet to... [bit.ly/29KMQFR](http://bit.ly/29KMQFR)  
[#contentmarketing](#) [#contentstrategie](#)  
[#inboundmarketing](#)

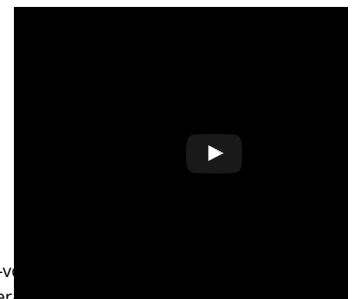


**Elf useful tips voor het schi**  
Om conversie te stimuleren e  
contentmarketingmanagemer

Embed

View on

TERUGBLIK MTC EVENT CMM ACA



CATEGORIES

**Algemeen**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (357)

**Big data**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/data/>) (15)

**Commercieel**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (25)

**Content Curatie**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (42)

**Content Management**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (134)

**Content Marketing**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/marketing/>) (282)

**Content Strategie**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (253)

**Downloads**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (18)

## LEAVE A REPLY

---

Your email address will not be published. Required fields are marked \*

Your comment (required):

Name (required):

Email (required):

Website

**Post Comment**

Yes, add me to your mailing list.

---

**Inbound Marketing**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/marketing/>) (191)

**Marketing Automation**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (88)

**Online Leadgeneratie**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (142)

**Online Marketing**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (187)

**Search**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (62)

**Social Media**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (109)

**Storytelling**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (77)

**Vacatures**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (3)

**Video**  
(<http://contentmarketingmanagement.nl/>) (11)