

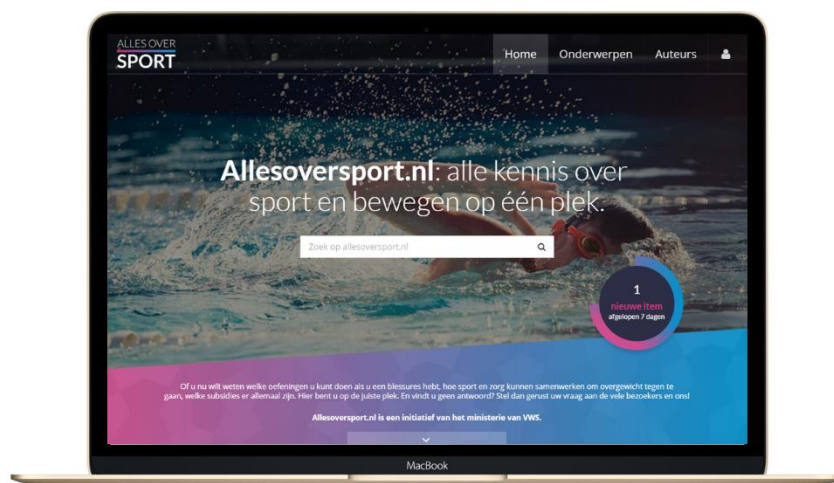
8 praktische tips om net zo succesvol te worden als Allesoversport

Alles over Sport, hét platform waarop [Kenniscentrum Sport](#) met vele partners kennis over sport en bewegen beschikbaar stelt, heeft sinds de start op 1 januari 2016 al meer dan 1 miljoen bezoeken ontvangen. Deze mijlpaal is op 5 december 2017 bereikt.

Adviseurs van Kenniscentrum Sport vormen de kern van het auteursteam en leveren zo met hun kennis van wetenschap, beleid en praktijk een onmisbaar aandeel aan het succes van Allesoversport. En natuurlijk is de groei te danken aan de vele bezoekers die steeds weer terugkeren op www.allesoversport.nl voor nieuwe informatie.

Er staan inmiddels ruim 2000 artikelen van 400 auteurs op het platform voor professionals en publiek. Via social media als [YouTube](#), [Instagram](#), [Twitter](#) en [Facebook](#) worden specifieke groepen geattendeerd op interessante verhalen over alle facetten van sport en bewegen.

Yard Internet is als online partner ontzettend trots op dit resultaat en deelt graag 8 lessen met jou!



8 tips

Een miljoen bezoeken krijg je niet door rustig achterover te leunen na livegang van je website. Het is hard werken, slim nadenken en goede relaties leggen. Wij delen graag 8 praktische tips met je over hoe je net zo succesvol kunt worden!

1. De gebruiker centraal

De gebruiker is het uitgangspunt bij dit kennisportaal. Tijdens workshops is de doelgroep, met haar wensen en behoeften, zorgvuldig in kaart gebracht. Om inzicht te krijgen in de informatiebehoeften van de sporters en niet-sporters is een marktonderzoek uitgezet onder de Nederlandse bevolking. Een online enquête gaf inzicht in de informatiebehoeften van de professionals binnen het werkveld sport en bewegen. Deze input is verwerkt in persona's en resulteerde in een lijst met toptaken. Dit is de basis voor content ontwikkeling en de inrichting.



Praktische tips:

- Bestudeer statistieken uit google analytics. Welke zoekopdrachten worden uitgevoerd op je website? En bied je al informatie over die onderwerpen of liggen er kansen voor het oprapen?
- Werk je belangrijkste doelgroepen uit in persona's. Ga met je doelgroep in gesprek en bekijk welke behoeften, verlangens en vragen ze hebben.
- Stel je doelgroep de vraag; 'naar welke informatie ben je op onze website op zoek?' Cluster en analyseer de uitkomsten en ontdek de toptaken van je website. [Gerry McGovern](#) heeft over deze onderzoeksmethode veel gepubliceerd.

2. Maak het persoonlijk

Allesoversport.nl heeft een potentiële doelgroep van 17 miljoen mensen. Al deze mensen hebben diverse informatiebehoeften. Hoe ga je daar op een slimme manier mee om? Bezoekers van Allesoversport.nl worden uitgenodigd een profiel aan te maken. In dit profiel geven mensen hun voorkeuren op. Zo kunnen

ze trefwoorden, onderwerpen, auteurs en organisaties naar keuze volgen. In de nabije toekomst krijgen ze dan indien gewenst een persoonlijke nieuwsbrief met daarin vooral de items van hun voorkeur. Op basis van de voorkeuren worden relevante dynamische content blokken getoond op het portaal.

Doel van Allesoversport is om uiteindelijk op N=1 niveau met haar bezoekers te communiceren. Dit is mogelijk door big data te analyseren en klantprofielen op te bouwen. Met deze inzichten ben je in staat effectief kennis te verspreiden en om keuzes te maken qua content ontwikkeling.

Nanette Hagedoorn, online adviseur bij Kenniscentrum Sport, deelt haar datavisie met ons:

Data op slimme wijze inzetten

Nanette Hagedoorn gelooft in de kracht van big data en is bij Kenniscentrum Sport aanjager van datacapturing en -analyse. "Als je echt relevant wilt zijn als organisatie, dan is het van belang dat je weet wat er leeft en speelt onder je doelgroep. Hier kom je achter door goed online te luisteren en het gedrag van je websitebezoekers te analyseren."



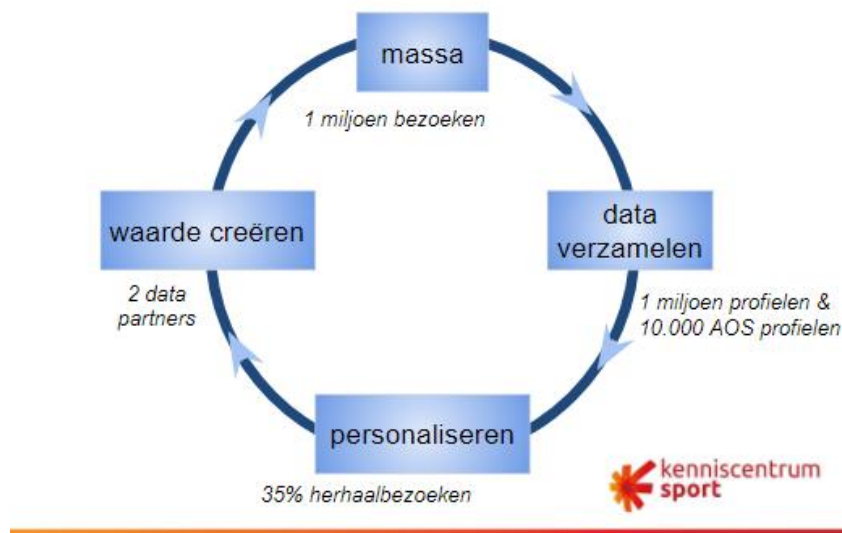
In 2016 lanceerde Kenniscentrum Sport Allesoversport.nl. Een platform voor professionals en het algemeen publiek. Een plek waar ze antwoorden vinden op prangende vragen over sport en bewegen. "In principe behoren alle Nederlanders tot onze doelgroep en iedereen heeft andere vraagstukken. Hoe zorgen we ervoor dat we op het juiste moment, de juiste kennis publiceren? Dat gemeenteambtenaren binnen een paar klikken toegang hebben tot de voor hen relevante beleidsinformatie? En dat mensen met goede voornemens tips vinden om het gewenste gedrag vol te houden? We kwamen al snel tot de conclusie dat als we echt van meerwaarde willen zijn we moeten weten wat iemand bezig houdt, waar zijn interesses liggen. Door klikgedrag te analyseren zijn we in staat om klantprofielen op te bouwen. We ontdekken wat iemand bezig houdt en welke thema's iemand interessant vindt. We verleiden bezoekers hun e-mailadres achter te laten, zodat we op basis van deze klantprofielen persoonlijke mailings kunnen versturen. Mailings boordevol met voor hen relevante artikelen.

Op de website maken we gebruik van dynamische content blokken. Als je een van de pagina's bezoekt over bijvoorbeeld afvallen en beweegprogramma's voor jongeren, dan presenteren we linkjes naar andere

artikelen die ook aan deze criteria voldoen. Op deze manier vergroten we de relevantie en zijn we van meerwaarde voor de bezoeker. We verlengen hiermee de bezoekduur en we zorgen voor kennisoverdracht, het hoofddoel van het portaal.

We luisteren niet alleen op onze eigen websites. We kijken ook wat er gebeurt op social media. Waar wordt over welke onderwerpen gesproken? En op welk moment. Zo ontdekten we dat als je aandacht wilt voor het onderwerp afvallen je vooral in januari en april kennis over dit onderwerp moet verspreiden. Op andere momenten in het jaar, is dit absoluut geen topic. Daarnaast kwamen we erachter dat volleybal op social media een populair onderwerp is. Wij hadden hier tot voor kort geen enkel artikel over online staan. In samenwerking met de NeVeBo zijn artikelen ontwikkeld, zodat we ook op deze behoeften inspelen.

(Data) strategie Allesoversport



Allesoversport.nl is niet alleen een manier om kennis te verspreiden. Het geeft ons ook nieuwe inzichten over de voorkeuren en interesses van de bezoekers. Deze inzichten gebruiken we bij het bepalen waarover we schrijven en welke kennis ontwikkeld wordt. Populaire onderwerpen vertalen we naar kennissessies en workshops. Dankzij deze inzichten maken we valide keuzes en geven we invulling aan vraaggericht werken. Het heeft effect op de gehele organisatie, het maakt ons doelgerichter en effectiever.”

Praktische tips:

- Bedenk manieren om data te verzamelen. Bied interessante whitepapers aan of nodig mensen uit voor (gratis) webinars. Deze personen kun je

vervolgens blijvend informeren over interesses, hier moeten ze wel toestemming voor geven. Lees onze artikelen over de nieuwe [privacywetgeving](#) en over [Cookies](#).

- Maak van je website een slimme website en zorg er voor dat bezoekers altijd tot actie over kunnen gaan. Publiceer bijvoorbeeld bij iedere pagina relevante andere items of een download.

3. Zoek de samenwerking

Als je de ambitie 'Alles over Sport' wilt waarmaken dan moet je over veel onderwerpen kennis hebben. Niet alle kennis is 'in huis' om antwoord te kunnen geven op de prangende vragen van (potentiële) bezoekers. Samenwerkingen moeten worden gesmeed. Zo schrijft het [Voedingscentrum](#) artikelen over sport in relatie tot voeding. En een expert van [Bewegen voor je brein](#), publiceert regelmatig over de rol van sport in relatie tot burn-outs en depressie. Dit mes snijdt aan meerdere kanten. Deze partijen realiseren hun doelstellingen op het gebied van kennisverspreiding en kunnen zich profileren als expert bij een groot publiek. En Allesoversport maakt haar belofte waar.

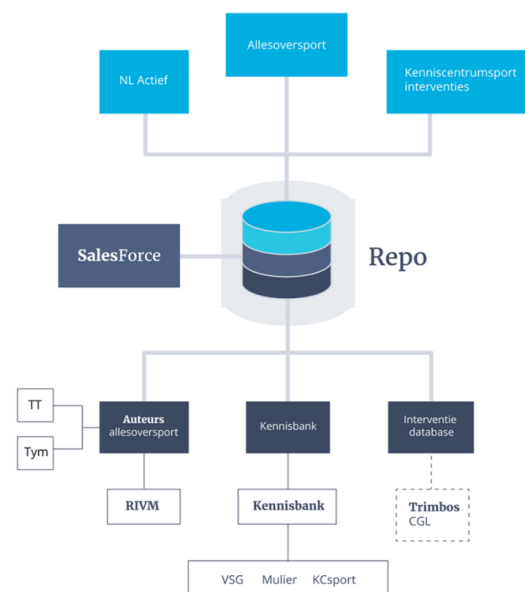
Praktische tip:

- Zoek naar de win/win. Wat heb je nodig en wat kun je bieden?

4. Centrale data opslag

Alle partners hebben eigen databases en informatiebronnen. Onder andere daarom is gekozen om alle informatie te bundelen in een centrale data opslag, de content repository. In deze repository wordt informatie uit diverse bronnen samengebracht en voorzien van specifieke kenmerken. Denk daarbij aan auteurs, trefwoorden, categorieën. Dankzij de repository ontsluit je informatie op een uniforme manier op allesoversport.

Relaties tussen verschillende items en bronnen worden gelegd. Bij auteurs zie je alle door de auteur geschreven artikelen, ongeacht de bron.



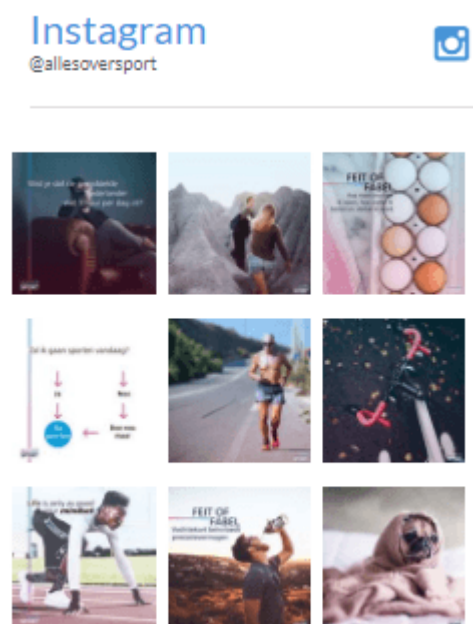
Een ander voordeel van centrale dataopslag is dat je een goede zoekfunctie kunt maken en de laadtijd daarmee beperkt. Ook maakt de content repository het mogelijk informatie op diverse applicaties te ontsluiten, bijvoorbeeld in apps of nieuwsbrieven.

Praktische tips:

- Wil je informatie uit diverse bronnen via meerdere kanalen ontsluiten dan kan het slim zijn om te werken met een content repository. Je webbouwer kan meedenken en je adviseren over de mogelijkheden.
- Bij een content repository is het belangrijk dat wijzigingen in het oorspronkelijke bestand worden doorgevoerd. Alleen op die manier worden de aanpassingen overal doorgevoerd.

5. Online marketing voor maximaal bereik

Het bereiken van een miljoen bezoekers is hard werken. Het eerste jaar kampte Allesoversport met een slechte google ranking. De domeinnaam was overgenomen en had in het verleden diverse strafpunten gescoord. Er is veel tijd geïnvesteerd in het verbeteren van de online vindbaarheid. Er werd een zoekwoordenanalyse uitgevoerd en op basis van deze resultaten werden artikelen geoptimaliseerd. Ook facebook en twitter werd ingezet bij het vergroten van het bereik. Een troef bleek ook de ANBI status van Kenniscentrum Sport. Deze status maakt het mogelijk toe te treden tot het Google Non-Profit programma, dat o.a. bestaat uit gratis advertentietegoed ter waarde van 10.000 dollar per maand.



Praktische tips

- Kijk of je in aanmerking komt voor het [Google programma voor Non-Profits](#).
- Werk aan een social strategie. Kijk waar je doelgroep zich online bevindt en waarover ze praten. Sluit aan bij die gesprekken. Lees ook ons artikel over [social listening](#)

- Stel een contentkalender op en plan waarover je op welk moment gaat publiceren.
- Voer een [zoekwoordenanalyse uit en optimaliseer](#) je content.
- Je online vindbaarheid is van vele factoren afhankelijk. De mate waarin je content gedeeld wordt is van groot belang bij het vergroten van je vindbaarheid in de zoekmachines.



6. Content visueel en aantrekkelijk

Kennisintensieve organisaties zijn van oorsprong gewend complexe en lange artikelen vol wetenschappelijke termen te schrijven. Kenniscentrum Sport en haar partners zijn daarop geen uitzondering. Alle potentiële auteurs werden tijdens de creatieweek getraind in het goed schrijven van titels, inleidingen en webvriendelijke teksten. Maar ook in hoe je informatie kunt visualiseren. Kenniscentrum Sport heeft daarnaast een eindredacteur in dienst die alle content beoordeeld alvorens het gepubliceerd wordt.

Diverse voorbeelden:

- [In één oogopslag alle sport in verkiezingsprogramma's 2017](#)
- [Vrouwen in de sport](#)
- [Terugkijken webinar: Binden en behouden van jongeren.](#)

Praktische tips

- Denk in tekst en beeld. Welke informatie leent zich voor een vlog? Of voor een infographic? Er zijn diverse handige tools waarmee je op eenvoudige wijze visuele content kunt produceren: [Piktochart](#), voor infographics en bijvoorbeeld [powtoon](#) voor animaties. Professionele grafieken kun je maken met [highcharts](#).
- Vergroot het bewustzijn over de kracht van visuele content en investeer daarin door of je medewerkers te trainen of door externe deskundigheid in te huren.
- Vloggen is niet zo moeilijk als het lijkt. Bedenk een onderwerp, bepaal het script en zoek iemand die voor de camera wil staan. Houd het kort en gebruik het als inleiding voor een onderwerp.

Bekijk het [Youtube-kanaal van Allesoversport](#)



7. Gedeelde visie

Vaak wordt de website als 'iets' van de afdeling communicatie beschouwd. Kenniscentrum Sport en haar samenwerkingspartners hebben als voornaamste doel kennis op een effectieve manier te verspreiden. Dit is een taak van iedereen. Allesoversport is dan ook iets van iedereen. Alleen werd dat in het begin niet zo ervaren. Om drempels weg te nemen hebben medewerkers diverse workshops gevolgd. Ook werden ambassadeurs binnen de organisatie gezocht. Deze mensen zijn enthousiast over de online mogelijkheden en willen dit uitdragen. Samen met deze ambassadeurs zijn dashboards ingericht met interessante statistieken. Resultaten van de inspanningen werden op deze

manier zichtbaar. Dit werkte enthousiasmerend. En dankzij datacapturing en -analyse levert Allesoversport interessante inzichten op die richtinggevend kunnen zijn voor kennisontwikkeling.



Praktische tips

- Maak een online visie met diverse medewerkers uit de organisatie. Zowel mensen van de afdeling communicatie als adviseurs. Op basis van deze visie kun je keuzes maken en het helpt je om inzichtelijk te maken welke competenties je nodig hebt in je team. Goede input voor de strategische personeelsplanning.
- Ga op zoek naar ambassadeurs binnen je organisatie.
- Kijk hoe je kunt ondersteunen bij bestaande processen, zodat het niet iets 'extra's' wordt.

8. Testen en verbeteren

Een doel van allesoversport is o.a. het inspireren van mensen. Aan dit doel wordt gewerkt door mensen continu te attenderen op andere relevante artikelen. Uit onderzoek bleek dat de gerelateerde content onderaan de pagina niet de gewenste kliks behaalde. Besloten is om de positie van deze berichten te veranderen, met meer conversie als resultaat.

Ook kun je [google tag manager](#) inzetten om het gebruik van specifieke functionaliteiten te meten. Doen bezoekers wat je verwacht? Of heb je wellicht overbodige functionaliteiten gebouwd? Realiseer je dat een website nooit af is.

Allesoversport is continu in beweging, gebruikersonderzoeken bepalen vernieuwingen en inzichten uit de statistieken dwingen om keuzes te maken of aanpassingen door te voeren. Een voorbeeld hiervan is de positie van de gerelateerde content.

Praktische tips

- Doe [UX onderzoek](#). Nicol Nijland schreef een artikel voor Frankwatching over hoe je dit aanpakt.
- Duik in de statistieken en installeer en configureer [google tag manager](#). [Measureschool](#) heeft een aantal goede online video tutorials, die stapsgewijs uitleggen hoe je google tag manager in kunt stellen.
- Ga aan de slag met AB testen. Benieuwd hoe je dit aanpakt? [Lees dit artikel](#).

Over Yard Internet

Benieuwd naar wat Yard Internet kan betekenen in het oplossen van uw online vraagstuk? Neem vrijblijvend contact op met [Martin Donk](#), om onder het genot van een kopje koffie te sparren.

