



Uw publicatie in de kijker



Wegwijs in onze marketingstrategie voor auteurs



Auteurschap in een snel veranderende wereld

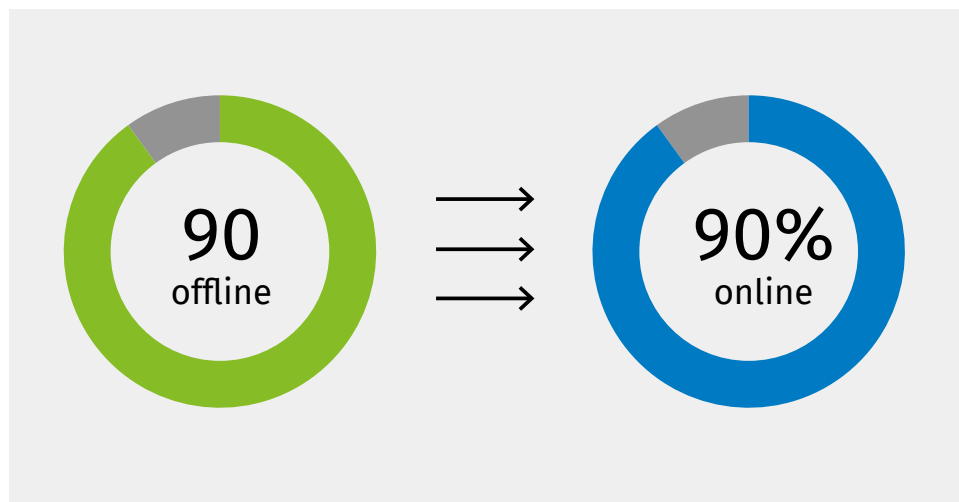
De manier waarop we naar informatie zoeken en hoe we die consumeren is grondig veranderd. Dankzij technologie en de digitale transformatie hebben we steeds sneller en makkelijker toegang tot informatie.

Voor ons staan de kennis en expertise van u als auteur centraal. Ons gemeenschappelijk doel blijft: ervoor zorgen dat professionals beschikken over de juiste informatie op het juiste moment en in de juiste vorm. Dat vraagt een andere aanpak dan vroeger. Onze lezers zijn vandaag niet alleen lezers, maar ook kijkers en luisteraars. Bovendien komen er voortdurend nieuwe kanalen en nieuwe contentvormen bij.

We passen onze marketingstrategie daarom continu aan aan de digitale evoluties. Ontdek in de volgende pagina's hoe we ervoor blijven zorgen dat uw expertise de aandacht krijgt die ze verdient.

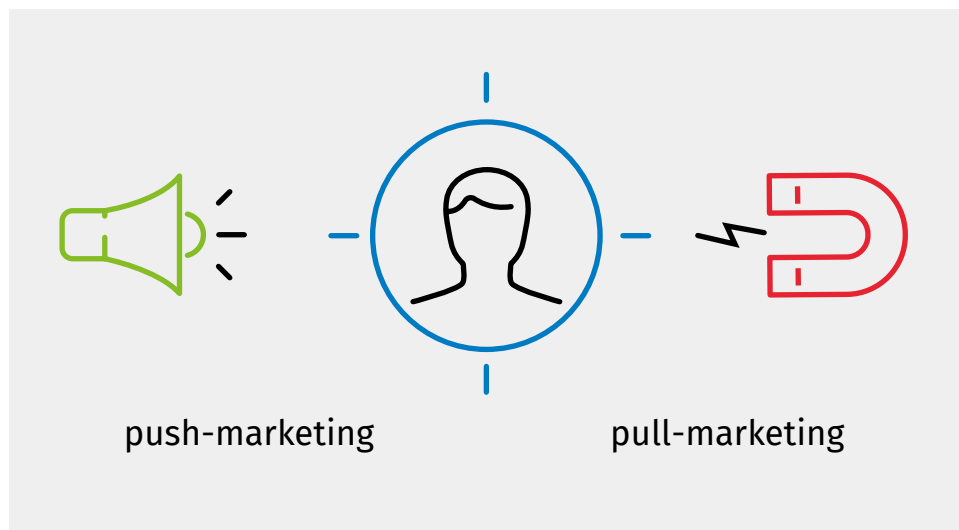


Van offline naar online



Wat betekent deze veranderende wereld voor u als auteur? Het voornaamste verschil is dat uw expertise via meerdere kanalen en in meerdere vormen bij uw publiek belandt. De promotie van uw publicatie verschuift van offline naar online kanalen.

Van push naar pull



Een ander belangrijk verschil is dat marketing vandaag vertrekt vanuit de klant. Vroeger bereikten we ons publiek met advertenties, flyers of directmail. Vandaag starten we vanuit de informatiebehoefte van de professional zelf. Dankzij moderne marketingtechnologieën kunnen we die behoefte online detecteren en zorgen dat we op het juiste moment en in het juiste kanaal de meest relevante informatie aanbieden. We gaan dus van een **'push-marketing'**- naar een **'pull-marketing'**-model. Pull-marketing is minder zichtbaar bij het grote publiek, maar is zeer doelgericht en veel effectiever qua respons en resultaten.



“Professionals helpen door hen snel en efficiënt toegang te geven tot de kwaliteitsvolle content van onze auteurs op het moment dat het ertoe doet. Dat is de reden van ons bestaan. De manier waarop onze klanten informatie zoeken en delen is voortdurend in beweging. Daarom zetten we volop in op een wendbare marketing-strategie die snel kan inspelen op verandering.”

Ivy Vanderheyden - VP Marketing Legal & Regulatory Division



SEO en contentmarketing

We zeiden het al, ons doel is om een zo relevant mogelijk antwoord te geven op de vragen van professionals. Alleen zo kunnen we zorgen dat uw werk de aandacht krijgt die het verdient. Om hierin te slagen zetten we volop in op SEO en contentmarketing als belangrijke pijlers van onze marketingstrategie.



Search engine optimization

Dit is de techniek om webcontent zo te schrijven en te structureren dat zoekmachines de inhoud makkelijk kunnen vinden en rangschikken. Ons team van SEO-experts zorgt ervoor dat uw publicatie altijd zo hoog mogelijk in de zoekresultaten verschijnt. Dat is echt specialistenwerk dat voortdurend moet worden bijgestuurd omdat zoekalgoritmes wijzigen. De autoriteit van een sterk merk als Wolters Kluwer helpt bovendien om een hoge plaats in de zoekresultaten te krijgen.

Contentmarketing

Dit is de kunst om precies die informatie te creëren en te delen waar de doelgroep naar op zoek is en dat in elke fase van het aankoopproces.

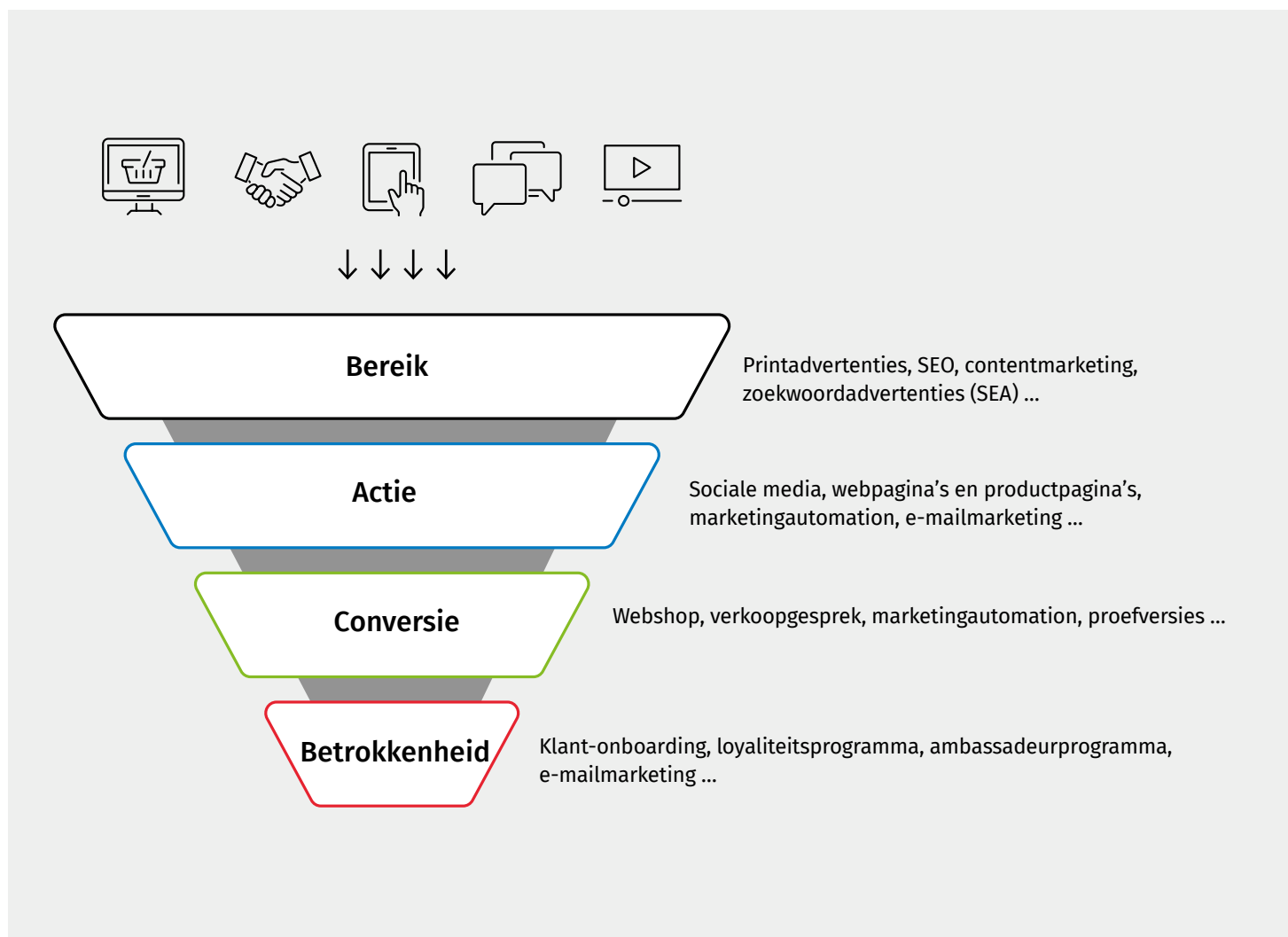
Een voorbeeld*:

Vaak begint een aankoop met een online zoekopdracht. SEO zorgt er in die fase voor dat uw content vindbaar is en vooraan in de zoekresultaten verschijnt (Bereik). Zodra de prospect zicht heeft op mogelijke oplossingen worden aanbieders met elkaar vergeleken (Actie). Referenties en klantverhalen kunnen in die fase helpen om in overweging genomen te worden. Vervolgens gaat de prospect over tot de aankoop (Conversie) en wordt later een trouwe klant (Betrokkenheid).

Om dat proces te automatiseren investeren we volop in **marketingautomation-technologie**, die toelaat om te detecteren waar een prospect zich in de aankoopcyclus bevindt en welke content het meest geschikt is om hem naar de volgende stap te begeleiden.

Zo maken we van een prospect een klant, van een klant een trouwe klant en van een trouwe klant een fan.

* Dit voorbeeld volgt het RACE-marketingmodel model van dr. Dave Chaffey. RACE staat voor: Reach (bereik), Act (actie), Conversion (conversie), Engagement (betrokkenheid). Uiteraard zijn er meerdere modellen om een aankoopcyclus te beschrijven. De verschillende fases lopen echter grotendeels gelijk.





Uw content herwerkt tot marketingcontent

In elke fase van het koopproces worden er dus specifieke marketingtechnieken en kanalen ingezet.

Daarvoor kiezen we altijd minutieus de gepaste boodschap, vormgeving, het moment, de aansluiting op de volgende fase ...

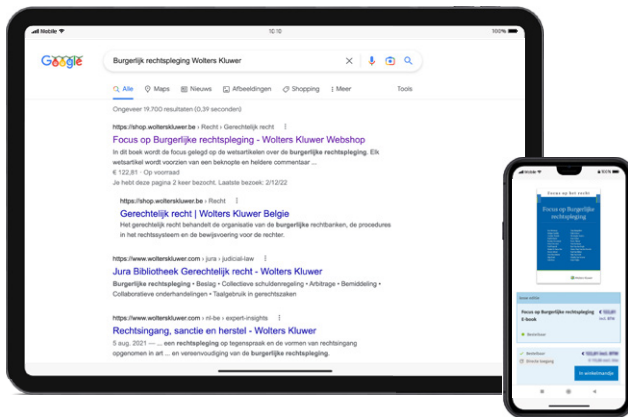
Dankzij onze auteurs beschikken we over een oneindige bron van informatie. Zo verwerken we uw content tot marketingcontent die makkelijk gevonden én graag gedeeld wordt.

Via welke kanalen bereiken we uw publiek?

We spraken al over SEO en contentmarketing en hoe we uw content herwerken tot marketingcontent. Maar hoe brengen we uw verhaal tot bij uw publiek? Vandaag zien we een explosie van online kanalen, die afhankelijk van het thema en de doelgroep relevant kunnen zijn. Onze marketingexperts zoeken daarom altijd het meest passende kanaal voor uw boodschap en publiek.

Enkele voorbeelden

Zoekmachines



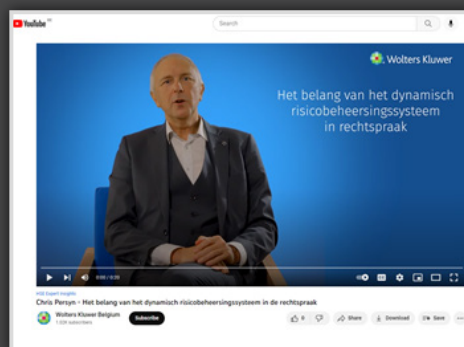
SEO: dankzij geoptimaliseerde webteksten en het sterke Wolters Kluwer-merk zorgen we dat uw publicatie bovenaan komt te staan in de zoekresultaten.

SEA: we adverteren uw content via zoekmachines zoals Google of Bing. We koppelen zoekwoorden aan een advertentie zodat uw artikel direct kan worden gelezen of uw publicatie onmiddellijk kan worden aangekocht in onze webshop. Dat heet *Search Engine Advertising* of SEA in het kort.

Sociale media



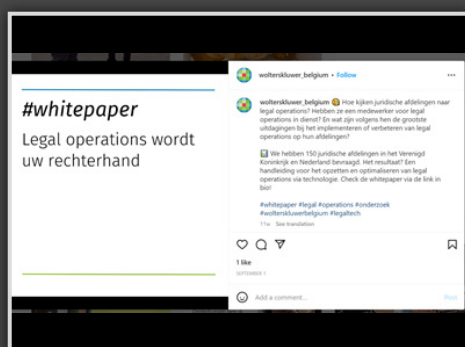
LinkedIn



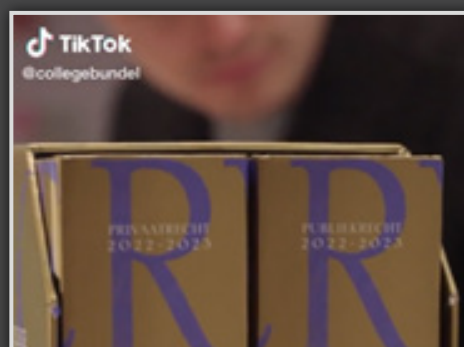
YouTube



Facebook

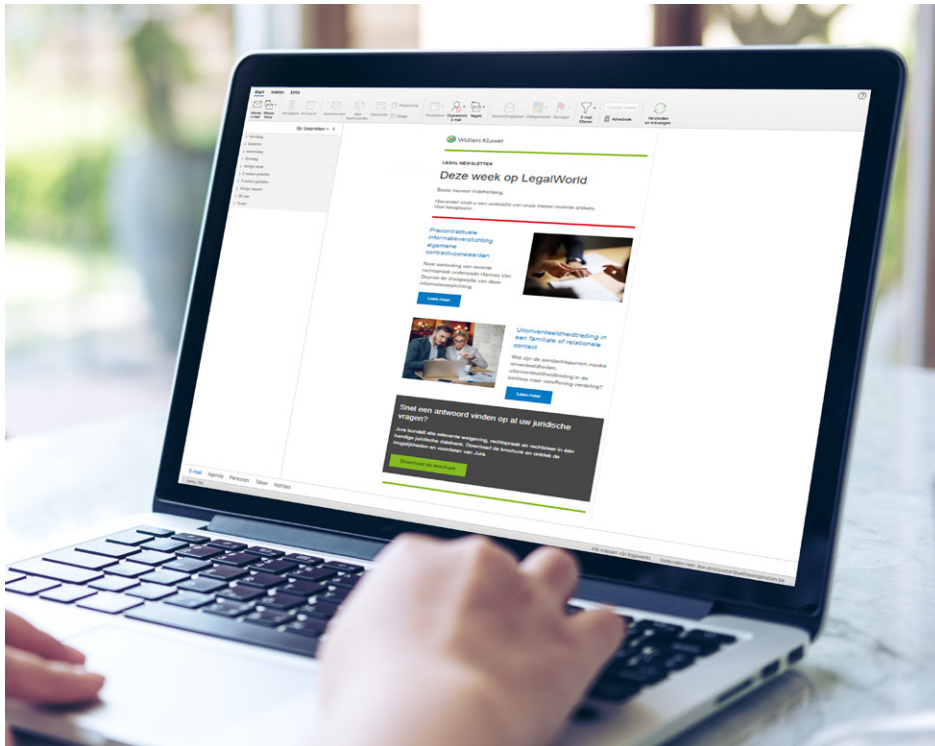


Instagram



TikTok

Sociale media zijn niet meer weg te denken uit ons leven. Ook hier promoten we uw expertise bij uw doelgroep via zeer gerichte campagnes en contentmarketingacties.



E-mailmarketing & nieuwsbrieven

E-mail blijft een erg belangrijk kanaal om nieuwe uitgaven te promoten of speciale aanbiedingen in de kijker te plaatsen. Bovendien gebruiken we e-mailcampagnes zeer gericht in de verschillende fases van een aankoopcyclus.



Print

Naast online kanalen gebruiken we – waar het relevant en rendabel is – nog offline kanalen zoals advertenties of flyers met verwijzing naar onze website of webshop.



Evenementen

We organiseren eigen evenementen of nemen deel aan beurzen en congressen.



Verkoopkanalen

Een handige webshop

Onze webshop blijft een van onze belangrijkste verkoopkanalen. Gebruiksgemak voor onze klanten staat hierbij centraal. Welke voordelen biedt de webshop voor u als auteur?

- ✓ **Gebruiksvriendelijke navigatie en SEO**
 Onze webshop is makkelijk doorzoekbaar en bovendien SEO-geoptimaliseerd. Dat betekent dat uw publicatie online nog makkelijker en beter vindbaar is.
- ✓ **Marketingpagina's**
 Op marketingpagina's publiceren we artikels, interviews, downloads en video's ... om uw werk te promoten. Die teksten worden ook gedeeld met onze retailers en andere *marketplaces*.
- ✓ **SEA**
 We adverteren in zoekmachines als Google en Bing door zoekopdrachten aan advertenties te koppelen. Die advertenties linken door naar onze webshop, waar uw publicatie met een klik op de knop kan worden aangekocht.

Een omvangrijk retailnetwerk

Investeren in een sterke beschikbaarheid van uw publicaties bij onze retailpartners is een topprioriteit:

- ✓ sterke online aanwezigheid door optimalisatie van de metadata
- ✓ beschikbaarheid van uw publicaties bij de voornaamste retailers in België, zowel online als offline

Standaard
Boekhandel

acco

ciaco

Club

Xod
CAMPUSSHOP

Marketing, dat doet Wolters Kluwer toch?

In deze gids kon u lezen hoe wij voor u aan de slag gaan. Maar ook uzelf, als auteur en contentexpert, kan een belangrijke rol spelen in de promotie van uw eigen werk. Uw persoonlijke (sociale) netwerken zijn daarin cruciaal en uw ambassadeursrol mag hierbij niet onderschat worden.

Vanuit onze jarenlange ervaring met sociale media delen we graag een aantal tips met u.



→ [Download 'Versterk uw eigen merk'](#) en ontdek hoe u LinkedIn slim en succesvol kan inzetten.



Succes maken we samen

- ✓ Wij hebben een gemeenschappelijk doel: zorgen dat professionals over de juiste informatie beschikken. Op het juiste moment en in de juiste vorm.
- ✓ We zetten volop in op uw zichtbaarheid en die van uw werk. Hiervoor gebruiken we SEO, contentmarketing en de laatste marketingtechnologieën.
- ✓ Wolters Kluwer helpt zo ook uw *personal brand* en uw positie als autoriteit in uw domein te versterken.

Volg onze kanalen

Maak een goede start door onze kanalen te volgen. Zo blijft u op de hoogte van het laatste nieuws en houdt u uw netwerk op de hoogte!

- in** → Wolters Kluwer Belgium
 - Wolters Kluwer Belgium – HSE
 - Wolters Kluwer Belgium – Legal
 - Wolters Kluwer Belgium – Tax
- f** → Wolters Kluwer Belgium
- 🐦** → @WoltersKluwerBE
 - @HSE_World
 - @LegalWorld_nl
 - @TaxWorld_nl
- 📷** → Wolters Kluwer Belgium

Nog vragen?

Ga naar onze [auteurspagina](#) of [stuur een mail](#).

