

Brancheblad Uitvaartzorg schrijft dit jaar elk nummer over onlinemarketing. Online koplopers vertellen over hun strategie en we gaan wat dieper in op enkele onlinekanalen en -portalen. Deze keer:

Merel Brans (Dela) en **Mireille Schram** (Mireille Schram Uitvaartzorg, Ermelo) over verhalen die gelezen moeten worden, ofwel: blogs.

“Het schrijven van een blog is echt een vak”

TEKST INGEBORG VAN DEN WIJNGAART



Zowel bij het grote Dela als bij zzp'er Schram is de reden om blogs te publiceren: het echte verhaal vertellen. Informatie geven waar behoefte aan is.

Mireille Schram: “Ik wil mensen een inkijkje geven in mijn werk. Laten zien hoe het echt is. En daarbij weg- blijven van ‘u moet’ of van borstklopperij. Daarom schrijf ik vanuit mijn gevoel: wat ik ruik, zie en voel tijdens mijn werk.”

Ook Dela geeft ‘een kijkje achter de schermen’, waarin medewerkers van de verschillende afdelingen vertellen over hun werk. Daarnaast deelt Dela actuele onderwerpen, zoals corona of duurzaamheid. Het team contentmarketing van Dela bestaat uit zes specialisten, die zich ook bezighouden met onder andere de mercampagne, sponsoring en



e-mailmarketing. “Het schrijven van blogs is echt een vak”, aldus **Merel Brans**. Bron van inspiratie zijn voor hen bijvoorbeeld de vragen van leden en niet-leden die bij de klantenservice binnenkomen.

EMPATHIE

Schram schrijft haar blogs zelf en laat ze redigeren door een contentspecialist. “En die is streng”, lacht Schram, “want als ik een keer ‘zomaar wat oplepel’ stuurt ze me terug naar de tekentafel, dan ontbreekt de empathie. Ik moet een gebeurtenis echt voelen om erover te kunnen schrijven.” De Ermelose weet dat blogs waarin kinderen een rol spelen tranentrekkers zijn, maar het mag van haar niet voelen als ‘willen scoren’: “Ik haak ook aan bij de actualiteit, zoals natuurbegraven. Als ik dan een uitvaart heb op een natuurbegraafplaats, stel ik op die manier het onderwerp aan de orde.”

Gemiddeld besteedt het Dela-team zo’n 20 uur per maand aan het creëren van nieuwe content en nog eens 35 uur aan het verspreiden ervan via de online kanalen. Daarbij werkt het team nauw samen met corporate communicatie voor bijvoorbeeld de persberichten. “Een mooi voorbeeld hiervan is de communicatie rondom de Uitvaartmuziek Top 100 van Dela, die is via al onze kanalen verspreid”, licht Brans toe.

Schram doet ongeveer drie uur over het schrijven van een blog. Ze publiceert elk kwartaal op haar site en in de lokale krant. Online verspreidt ze haar blogs als advertentie op Facebook en als post op LinkedIn. “Mijn redacteur is ook contentspecialist en samen met haar volg ik de bezoekersaantallen op alle kanalen”, licht Schram haar monitoring toe. Het bezoekersaantal op haar site stijgt flink als ze een blog heeft gepost. “Dan heb ik toch zo’n zeven- tot achthonderd unieke bezoekers per maand.”

Voor Dela is de belangrijkste reden om de online-activiteiten te monitoren: de informatiebehoefte van leden. Brans: “Op basis daarvan maken we de content. Die bron is voor ons het allerbelangrijkst. Daarnaast zijn de prestaties van ons blog belangrijk. We meten onder andere het aantal bezoekers, de leestijd van een artikel, of men doorklikt op de pagina en hoe het artikel scoort binnen Google.” Voor Schram zijn de blogs een belangrijk middel om haar reputatie hoog te houden. “Een Facebook-advertentie is niet zo duur, maar een publicatie in de lokale krant kost best wat. Toch blijf ik het doen, want het levert me veel rechtstreeks contact op. Ik word op straat aangesproken en zie bij menig familie mijn krantencolumn op tafel liggen.”

“Mijn man was graag dwars. Dus toen ik nadacht over wat we aan zouden trekken op de dag van de uitvaart, moest het tegen de gebruiken ingaan en niet zijn wat iedereen doet. Het liefst was ik in een rode jurk gegaan, maar dan had ik anderen misschien voor het hoofd gestoten. Zodoende kwamen we op het idee om alle vrouwen te vragen om zwarte kleding met rode accenten te dragen. Sommigen hadden een rode tas, anderen een rode hoed of rode schoenen. Het was een prachtig gezicht om alle vrouwen in zwart en rood bij elkaar te zien.”

– Fragment uit blog Dela (een afscheid met christelijke en Surinaamse rituelen)

Op pag. 29 een blog van Mireille Schram