

03 MODULE 3 - LES 2

Branding content

Allereerst onderscheid ik **branding content**.
Branding content is content die jouw merk
als politicus onderschrijft.





Branding content

Het helpt jouw volgers om jou en jouw (politieke) verhaal beter te leren kennen en te onthouden.

Denk aan een post over waarom je de politiek in bent gegaan, een post waarin je je voorstelt aan je volgers of een post met een inspirerende quote waaronder je uitlegt waarom de betreffende quote veel voor je betekent.





Persoonlijke touch

Deze content heeft bijna altijd een **persoonlijke touch**. Dit zal je ook zien in de voorbeelden die ik verderop in deze les ga delen. Ik onderscheid twee soort branding content: evergreen content en content waarin je de actualiteit koppelt aan je merk of verhaal.



Evergreen verhalen

Evergreen verhalen zijn verhalen die los staan van de actualiteit. Dat betekent dat je niet perse afhankelijk bent van je agenda (of van het nieuws) om ze te posten. Niet alleen onmisbaar in je contentkalender, maar ook ideaal tijdens recesperiodes of wanneer de agenda wat leger is dan normaal.

Een paar voorbeelden...



Een post of instagramstory waarin je het verhaal deelt over **waarom jij de politiek in bent gegaan.**



Een post of instagramstory waarin je het verhaal deelt over **hoe jij de wereld achter wil laten voor de volgende generatie.**



Een post of instagramstory waarin je meer vertelt over wie je bent en wat je doet. Heb je er weer 100 nieuwe volgers bij? **Stel je eens opnieuw voor.**

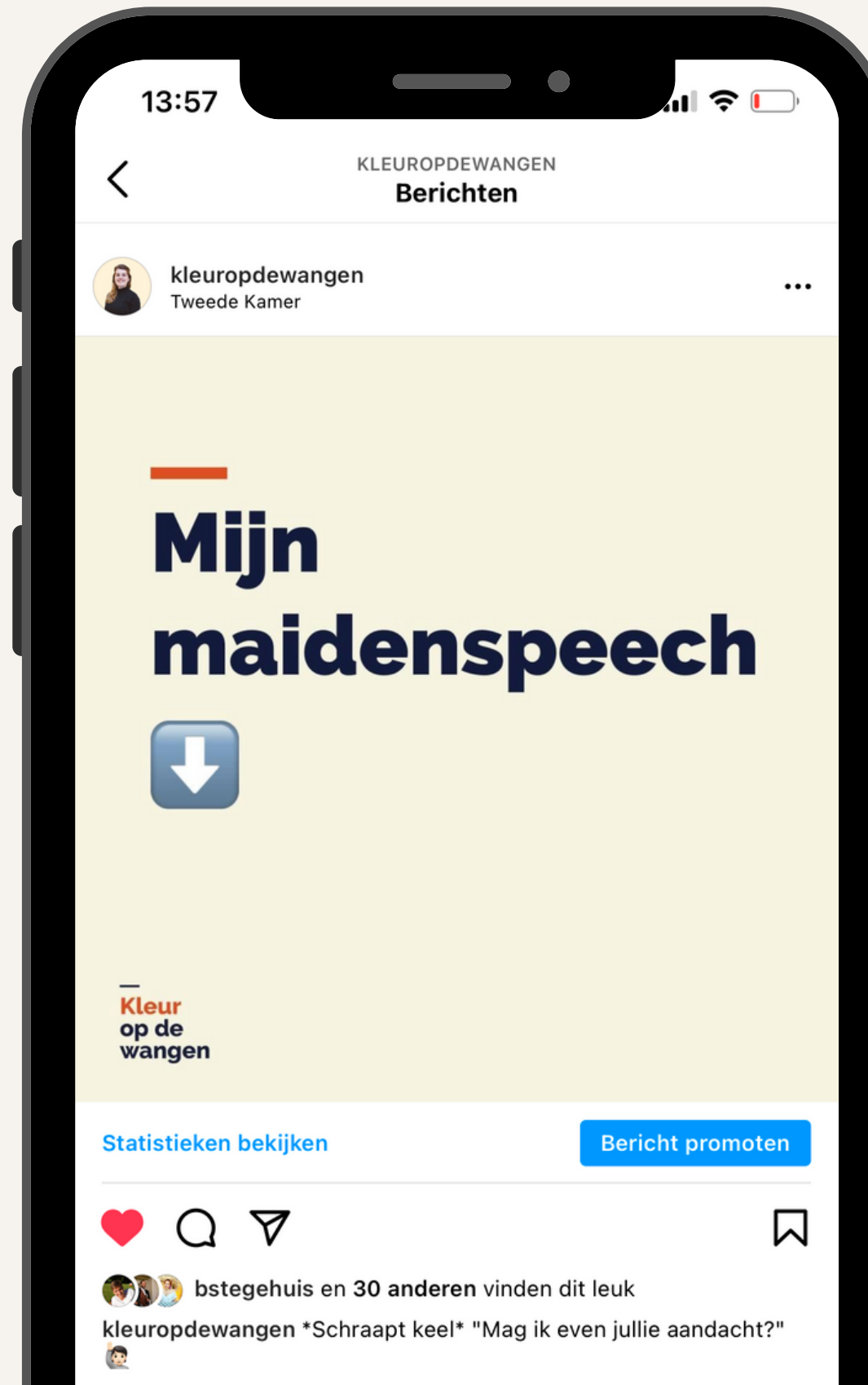
VOORBEELDEN

Carline van Breugel, kandidaat Tweede Kamerlid D66. In deze post deelt ze hetgeen waar zij zich hard voor wil gaan maken in de Tweede Kamer. Ze maakt dit persoonlijk door te vertellen over haar relatie en koppelt haar ambities en speerpunten zo aan haar eigen verhaal.



VOORBEELDEN

Het voorbeeld is een post van **mijzelf**. In deze post deel ik wat mijn drijfveer is om mijn bedrijf te starten. Dit koppel ik aan mijn persoonlijke verhaal. Met deze post onderschrijf ik mijn persoonlijke merk en dat van mijn bedrijf. Dit is evergreen omdat ik het eigenlijk op ieder moment van het jaar zou kunnen delen.



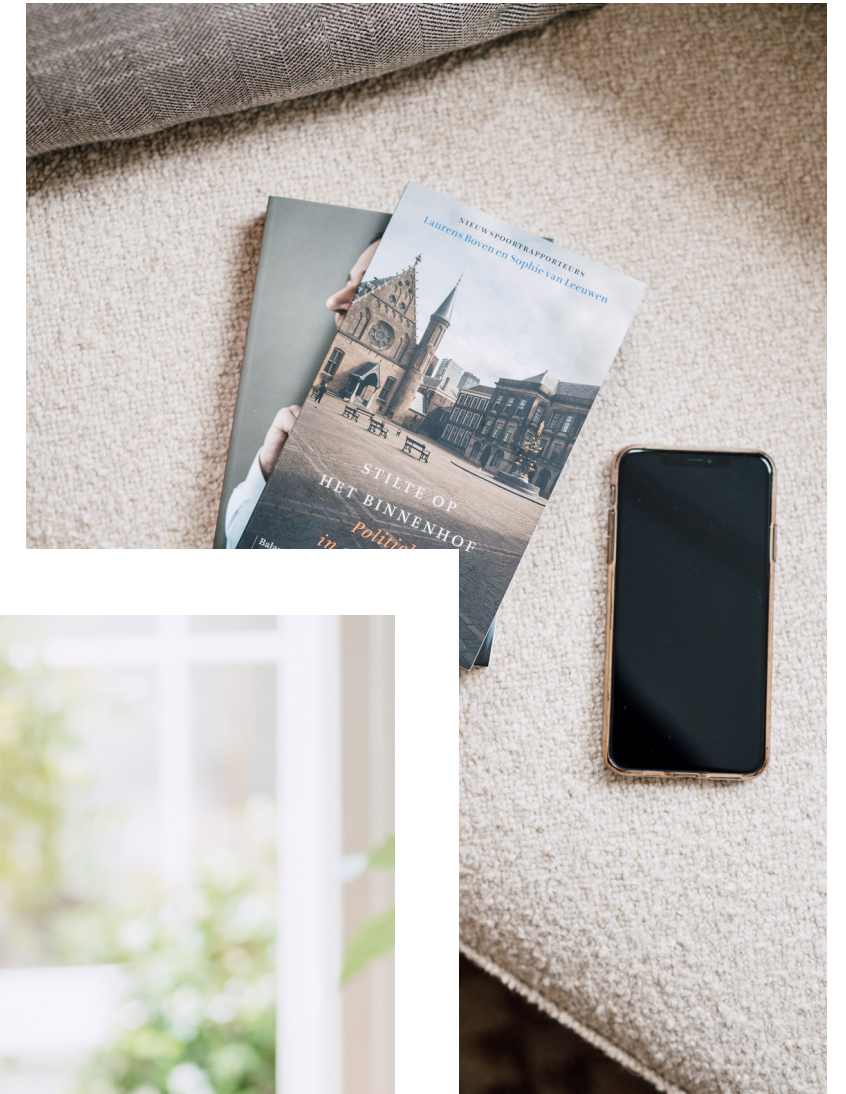


Actualiteit koppelen aan merk

Een andere manier om je brand te onderschrijven op Instagram is om actuele onderwerpen te koppelen aan je eigen verhaal.

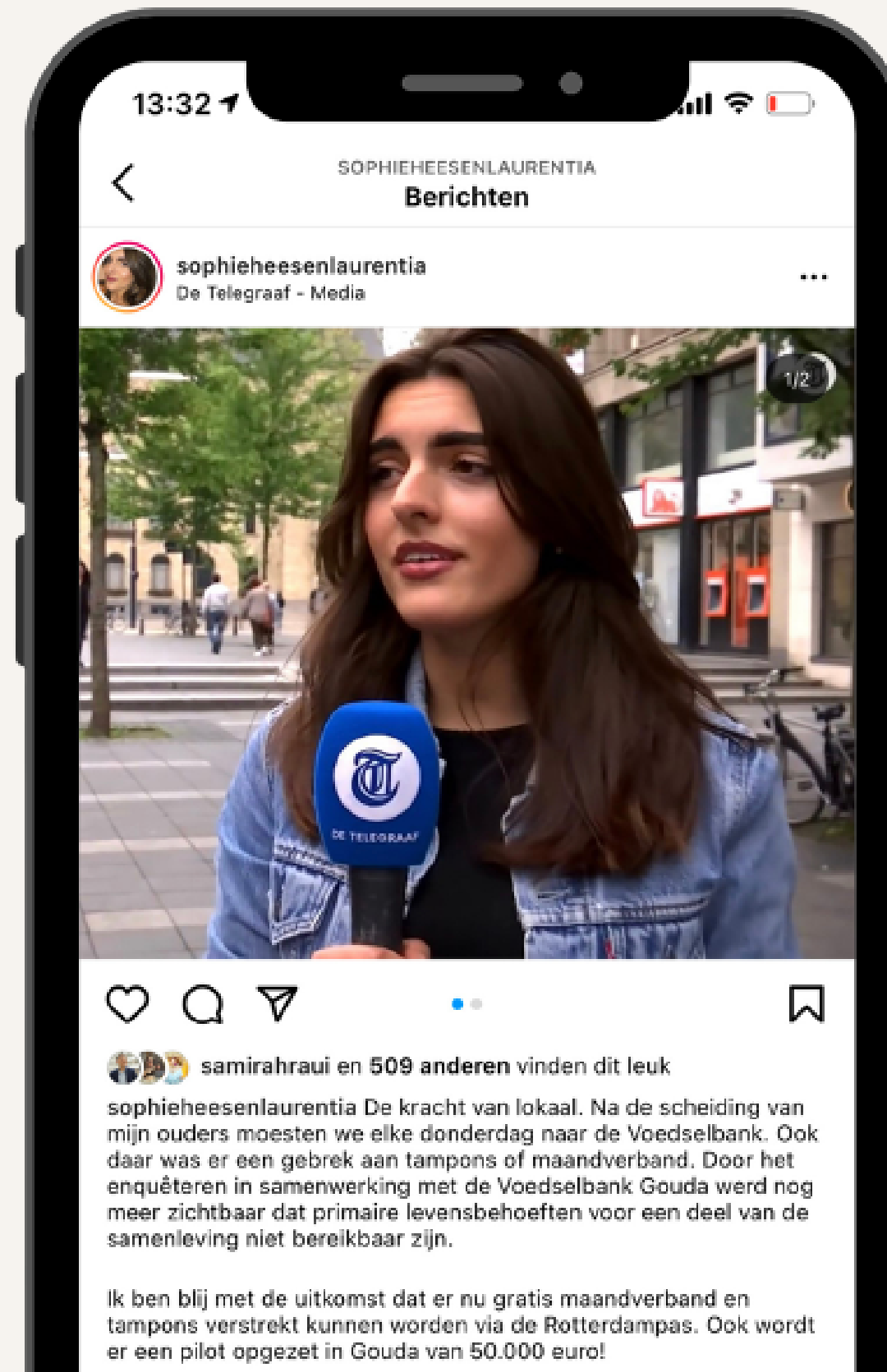
Stel je voor...

...je bent kamerlid en je houdt je bezig met luchtkwaliteit. Een van de ervaringen die je drijft is dat je zelf als kind bent opgegroeid in een wijk waar de luchtkwaliteit niet om over naar huis te schrijven was. Als er een nieuw rapport uitkomt over de luchtkwaliteit in de randstad, schrijf je een post waarin je niet alleen dit rapport aanhaalt, maar dit koppelt aan je eigen ervaringen als kind. Hiermee onderschrijf je je verhaal én haal je een actueel onderwerp aan.



VOORBEELDEN

In deze post deelt Sophie Heesen, raadslid in Gouda, de mijlpaal dat er een pilot wordt gestart met het verstrekken van gratis maandverband en tampons en dat het in Rotterdam gratis verstrekt wordt met de Rotterdampas. Ze koppelt dit aan haar eigen verhaal waardoor ze haar persoonlijke verhaal onderschrijft en haar volgers hier nog eens aan herinnert.





Kortom: branding content onderschrijft wie je bent, wat je doet en wat je belangrijk vindt.

Natuurlijk kunnen de elementen die ik hierboven noem ook terugkomen in andere soorten content. Maar in branding content speelt dit een centrale rol.