

Tamara Jonkers

Product Marketing Manager
Rompslomp



Playbook

Klantgesprekken als motor voor je contentstrategie



Wat leer je?

In dit playbook leer je hoe je als B2B-marketeer klantgesprekken inzet om relevante, converterende en schaalbare content te maken. Geen persona's met hobby's, maar échte inzichten uit de praktijk.

Dit is vooral waardevol voor marketeers in SaaS, maakbedrijven of andere 'saaie' B2B-sectoren waar het lastig is om verhalen te vinden die resoneren. Of je nu werkt in een klein team of een grotere organisatie: als jij content maakt die klanten moet helpen kiezen, dan is dit playbook voor jou.

De uitdaging

Romslomp wilde relevantere content maken, maar had geen goed beeld van wat klanten écht bezighoudt. De blogs werden op gevoel geschreven, met wisselend succes. Het doel: Een contentstrategie bouwen op basis van klantinzichten, zodat de content aansluit bij de vragen, taal en beleving van de doelgroep.



Tamara Jonkers

Product Marketing Manager
Romslomp

www.rompslomp.nl

De strategie

Tamara wilde af van content op onderbuikgevoel en toe naar content die écht aansluit bij de vragen van klanten. Ze zag dat klanten vaak afhaken als ze niet direct antwoord krijgen op hun vragen. Dat frustreert niet alleen de klant, maar kost je ook conversie.

“Toen ik bij Romslomp begon was een van mijn grote wensen om met de methode They Ask, You Answer te beginnen. Waarbij eigenlijk alle vragen die je klanten hebben centraal staan. Die verwerk je in je content.”

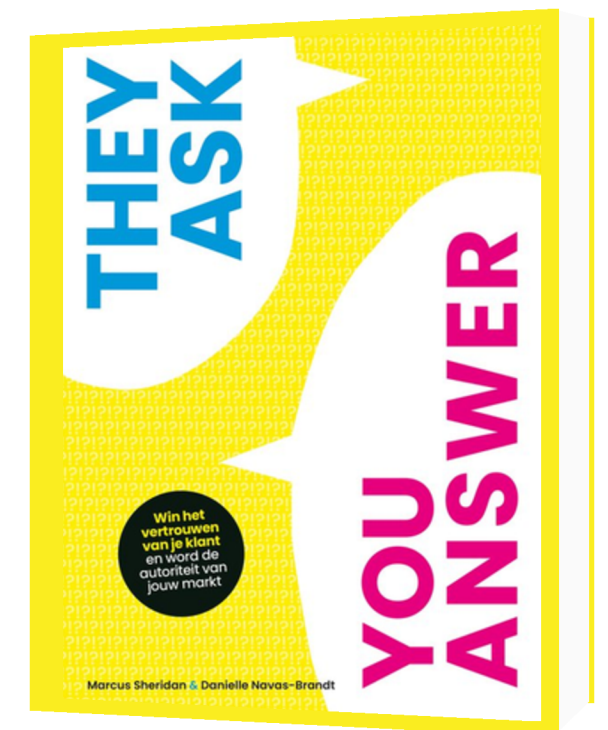
They Ask, You Answer

De kern van TAYA is simpel: klanten stellen vragen, jij geeft antwoord. Open, eerlijk en volledig. Niet alleen over je product, maar over alles wat hen bezighoudt in het aankoopproces.

Zo zorg je ervoor dat jij de bron wordt van informatie tijdens het aankoopproces van jouw ideale klanten. Door behulpzaam te zijn en twijfels en uitdagingen van je klant weg te nemen, verhoog je de kans dat iemand klant wordt én blijft.

Leestip

They Ask, You Answer,
Danielle Navas-Brandt



Een contentmachine bouwen

Tamara begon niet met een fancy tool of een strak proces. Ze begon gewoon met luisteren. Letterlijk. En dat groeide uit tot een schaalbare aanpak die nu de hele contentstrategie voedt.



De interviews

Bij het aanvragen van een trial van Rompslomp kunnen klanten aanvinken of ze willen meedenken. Dit is de basis van de klantgedreven aanpak en zorgt voor een groep betrokken klanten die mee willen denken.

Inmiddels zitten er zo'n 1.000 klanten in het panel van Rompslomp. Elke week stuurt Tamara 10 uitnodigingen voor een klantinterview. Klanten kiezen zelf een moment dat voor hen werkt – ook 's avonds.

Het format

Elke week interviewt Tamara één of meerdere klanten. Elk interview duurt 45 minuten.

Drie tips van Tamara:

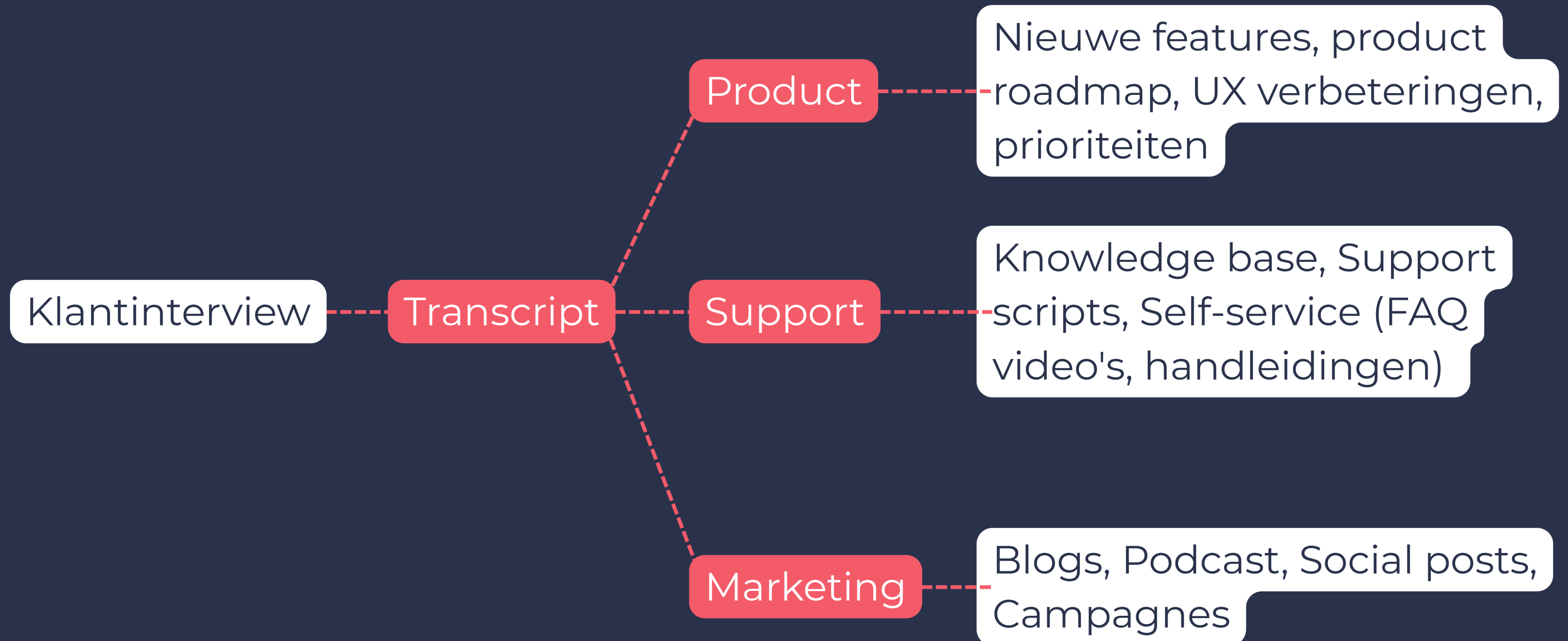
- 1 Minimale voorbereiding. Stuur vooraf wat vragen, maar gebruik die alleen als iemand vastloopt. Zo blijf je luisteren en voorkom je aannames.
- 2 Het doel is niet om iets te verkopen, maar om te begrijpen. Luister oprecht en de mooiste gesprekken volgen.
- 3 Tijdens het gesprek probeert ze waarde terug te geven. Ze helpt klanten door een tip te geven of een feature te tonen die ze nog niet gebruiken.

De uitwerking

De interviews worden opgenomen, getranscribeerd (via **HappyScribe**), en verwerkt in **Notion**. Daarop draait een AI die de interviews doorzoekbaar maakt in het Nederlands én Engels.

Alle nieuwe inzichten worden gedeeld in een intern **Slack** kanaal, zodat support, product en marketing allemaal mee kunnen lezen en dit kunnen doorvertalen naar blogs, podcasts, campagnes of product-features.

Eén interview, veel impact



Het resultaat

- +480% organisch blogverkeer
- Beter begrip van de klant
- Klanten voelen zich gehoord en denken graag mee
- Altijd voldoende input voor blogs, podcasts en social
- Samenwerking tussen marketing, support en product

Wat kun je hiervan leren?

Klantgesprekken zijn goud waard. Niet alleen voor content, maar voor je hele organisatie. Je hoeft geen UX-researcher te zijn om waardevolle inzichten op te halen. Door klanttaal te gebruiken, sluit je content beter aan bij zoekintentie én beleving.

Zet je eerste stap vandaag.

- ☐ Voeg een opt-in toe voor interviews of start een klantenpanel.
- ☐ Plan je eerste klantgesprek – zonder script, met open vragen.
- ☐ Deel de inzichten intern via Slack, Notion of e-mail.
- ☐ Wil je sparren over hoe je dit opzet in jouw organisatie? Deel je vraag in de Foeter-community.



Schrijf je in voor de community op

Foeter.eu

Beschikbaar op:

