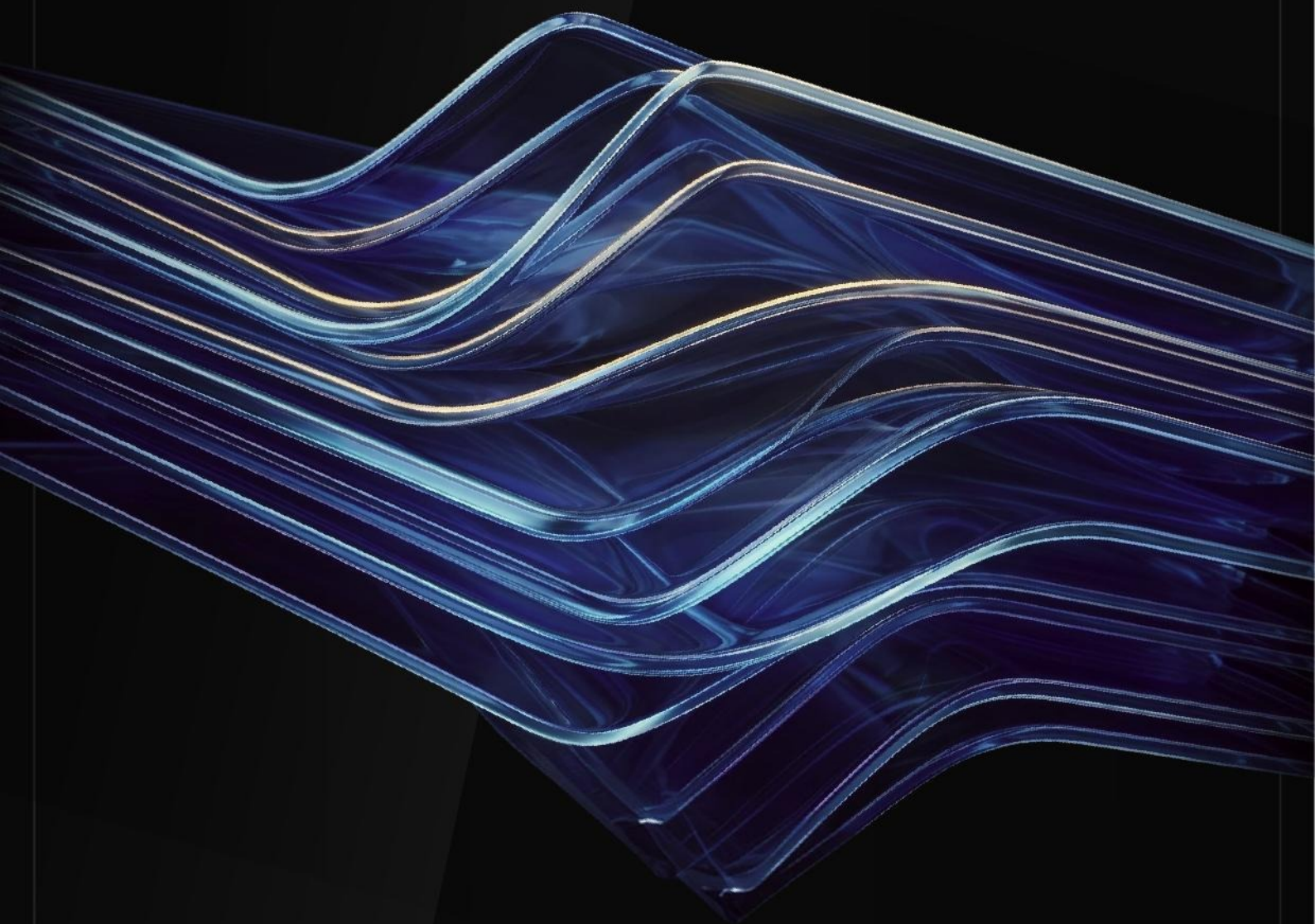


Contentkalender template voor content die je volhoudt

Template · oktober 2026 · Marrallisa Kreijkes



ZO GEBRUIK JE DIT TEMPLATE

Eerst de strategie, dan de vakjes.

Een contentkalender is de uitvoering van je contentstrategie. Begin je zonder strategie, dan vul je vakjes. Vul daarom eerst de basis in: je doelen, je doelgroep, je pijlers, je kanalen en het ritme dat je volhoudt. Zet die basis bovenaan je kalender, zichtbaar voor iedereen.

Plan daarna per maand, met één regel per stuk content. Plan op drie horizonnen: het komende kwartaal op hoofdlijnen, de komende maand in detail, de komende twee weken vrijwel vast. Laat ongeveer een vijfde van je capaciteit open voor actualiteit en vragen die je niet zag aankomen.

Loop voor elke publicatie de checklist na. Werk je liever digitaal? Neem de kolommen over in Google Sheets, Excel, Notion of Airtable.

Door **Marrallisa Kreijkes**, Oprichter van Viralistic en officieel n8n Ambassador

01 DE BASIS VAN JE STRATEGIE

Vul dit eens per kwartaal in. Elk nieuw idee toets je hieraan.

Doelen

Wat moet content dit kwartaal opleveren? Eén hoofddoel, meetbaar. Bijvoorbeeld aanvragen, inschrijvingen of posities op je belangrijkste zoekvragen.

Doelgroep

Voor wie schrijf je, en welke vragen stellen ze in verkoopgesprekken, aan je klantenservice en in Google?

Contentpijlers

Drie tot vijf thema's. Past een idee bij geen enkele pijler, dan hoort het niet in de kalender.

Kanalen

Frequentie

Vaste momenten dit kwartaal

Rollen

02 MAANDPLANNING

03 VOOR JE PUBLICEERT

Loop dit na voor elk stuk dat op 'gepland' komt te staan.

- ☐ Het stuk past bij een pijler en heeft één duidelijk doel of één zoekvraag
 - ☐ De eerste alinea geeft direct antwoord op de hoofdvraag
Dat is ook wat AI-antwoorden citeren.
 - ☐ Iemand met vakkenis heeft de inhoud gecontroleerd
Plan de review ruim in. Die kost bijna altijd meer tijd dan je denkt.
 - ☐ Cijfers, namen en bronnen kloppen, en de bronnen zijn gelinkt
 - ☐ Title tag en metabeschrijving zijn geschreven, met de zoekvraag vooraan
 - ☐ De URL is kort en beschrijft het onderwerp
 - ☐ Het stuk linkt naar minstens één verwante pagina, en een bestaande pagina linkt terug
 - ☐ Beelden zijn gecomprimeerd en hebben een beschrijvende alt-tekst
 - ☐ De lezer krijgt een duidelijke volgende stap
Een gesprek plannen, een verwant artikel lezen, je inschrijven voor de nieuwsbrief.
 - ☐ De distributie is gepland: nieuwsbrief, LinkedIn of een ander kanaal uit je basis
 - ☐ Het meetpunt staat in de kalender
Bijvoorbeeld vertoningen en klikken in Search Console, of aanvragen.
-

04 NA PUBLICATIE

Publiceren en vergeten is de meest gemaakte fout.

- ☐ De definitieve URL staat in de kalender, en de status op 'live'
- ☐ **De pagina is gecontroleerd met de URL-inspectie in Search Console**
Is de pagina nog niet bekend bij Google? Vraag daar indexering aan.
- ☐ Het stuk is gedeeld via de kanalen die je hebt gepland
- ☐ Er staat een datum in de kalender voor de eerste update
- ☐ Na dertig dagen staat het resultaat naast het meetpunt
- ☐ **Elke maand kijk je kort naar de resultaten, elk kwartaal grondiger**
Welke onderwerpen werken, welke niet, en wat betekent dat voor de komende periode?
- ☐ **Elk kwartaal loop je je bestaande content na: bijwerken, samenvoegen of schrappen**
Een bestaande pagina bijwerken levert soms meer op dan een nieuwe schrijven.
- ☐ **Nieuwe ideeën gaan eerst naar je ideeënlijst**
Pas als een idee bij een pijler past en een eigenaar heeft, verhuist het naar de kalender.

Vragen? Neem contact op.



Scan om met Marrallisa te connecten op LinkedIn

Plan een strategisch gesprek: calendly.com/marrallisa/30min

info@viralistic.nl · +31 20 210 1075 · viralistic.nl · Achtergracht 17, 1017 WL Amsterdam