



# CONTENT

Heeft u wat met content management? Ik wel; er hangt echter een zweem van ongrijpbaarheid over deze materie. Als ik zo eens naar diverse organisaties om me heen bekijk, dan openbaart zich een breed spectrum aan invullingen van dit begrip. Ook hier hebben we weer last van jargon dat leidt tot collectieve taalverwarring. Voor alle duidelijkheid, het betreft niet de tevredenheid van klanten, noch die van medewerkers, noch onderzoeken daartoe. Het betreft veelal een portaal, waarbinnen gestructureerde en ongestructureerde data worden beheerd en gepubliceerd aan den volke. Wat die content dan is, is nu nog even schimmig als in de tijd dat het nog gewoon documentaire informatie heette. Dat laatste beperkt zich tot ongestructureerdheid en is dus wat beperkter. Qua term vindt ik het wel heel mooi, Content Management: lekker meta, lekker ingewikkeld, de magie straalt er van af.

De problemen met content, of gewoon informatie zo u wilt, zijn ondanks mooiere en betere technieken eveneens nog grotendeels dezelfde. Wat wordt er gepubliceerd en wat zijn de verouderingscriteria die bepalen wanneer een publicatie wordt verwijderd? Hoe wordt de inhoud ontsloten op een wijze waarop het niet alleen terugvindbaar is, maar die ook nog eens recht doet aan de relevantie? En op welke wijze houdt de content manager grip op die berg informatie?

Is er dan niets verbeterd in de afgelopen decennia? Natuurlijk wel: in eerste instantie de techniek om te publiceren. Die is niet alleen meer volwassen geworden, maar ook voor content managers beter toegankelijk. Het vergt geen technisch *gefreak* meer. Specialisten kunnen ermee aan de slag en dat bevordert de kwaliteit van het gebodene.

In tweede instantie is het denken over de inzet van dit type van informatiemedium gerijpt. Het is ontwikkeld van een passieve kennisbank met schimmige zoekpaden, zo die er al was in een organisatie, tot een (pro)actief informatiecentrum, waar actuele mededelingen worden gezet en regelmatig over de dag te raadplegen is als virtueel punt van samenkomst met collegae. Die kennisbank is nog slechts een onderdeel van het geheel. De wijze van het delen van kennis is daarmee veranderd, het bevat nu zowel een haal- als een brengcomponent. De content manager is de spin in het world wide web.

Toch zou ik niet graag content manager zijn. Het achterliggende probleem, hoe het informatieaanbod te structureren, is niet wezenlijk anders, zeker waar het ongestructureerde informatie betreft.

Daarnaast moet de content manager nog een andere zijde van de medaille adresseren: het vasthouden van z'n publiek. De moderne mens is meegeëvolueerd met de virtualiteit en is zelf vluchtig geworden. Bij mannen is het zappedrag meer ontwikkeld dan bij vrouwen, maar toch, de moderne snelle mens is op zoek naar onmiddellijke bevrediging van de informatiebehoefte. Dat betekent iets voor het managen van de content.

## De content manager is de spin in het world wide web

De content manager kan niet volstaan met het voor elkaar hebben van het aanbod, maar moet ook de aantrekkelijkheid voor z'n klanten managen. Dat kan bijvoorbeeld door het aanbod dusdanig actueel te laten zijn, dat de klant regelmatig terugkeert vanwege de geboden informatie, puur en alleen omdat de klant weet dat de actualiteit op de voet wordt gevolgd. Een mooi voorbeeld van die klantverleiding betreft RSS-feeds. Met deze actualiteitslokker verleidt de content manager de klant tot een bezoek. Echter in welke mate wordt dit intern in een organisatie gebruikt? Aan de andere kant; ligt de verversingsgraad van de content te laag dan verliest de content manager publiek. Als organisatie kunt u zich dan de vraag gaan stellen of u weer terug gaat naar de oude vertrouwde kennisbank.

Wat leert ons dit alles? Content management vergt meer dan alleen inzicht in de inhoud, de structurering en de actualiteit, het vergt ook inzicht in klantgedrag en hoe daarmee om te gaan. Daarnaast vergt content management een journalistieke drang naar *scoops*. Zo niet, dan *back to basics*.

Bert van der Linde (a.c.vd.linde@freeler.nl) is consultant op het grensvlak van Business en ICT.

