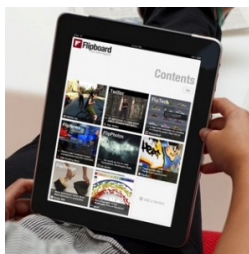
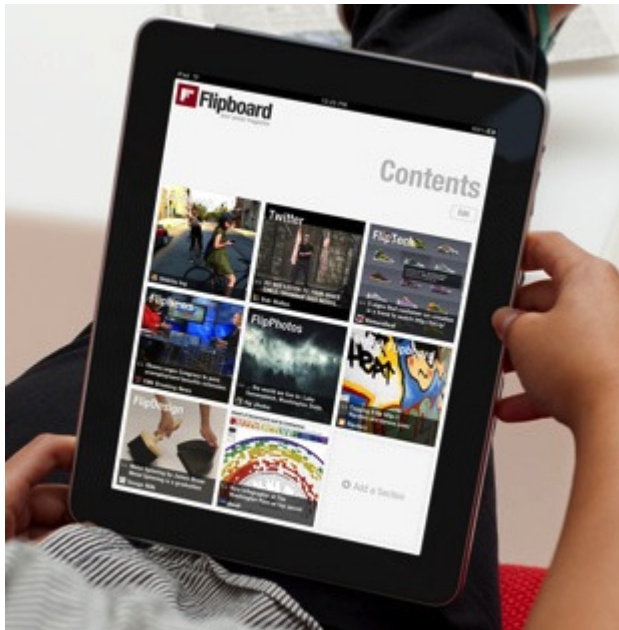


## Blogposts lezen in nieuwsbrief of Flipboard-magazine (video)



Een combinatie van een online tijdschrift dat de gebruiker zelf samenstelt en sociale media. Zo wordt Flipboard wel omschreven. Behalve dat door te 'flippen' makkelijk door het magazine gebladerd kan worden, biedt Flipboard meerdere mogelijkheden om de inhoud te delen; zowel via e-mail als Facebook, Twitter en Google+ of per SMS.

Flipboard kan op de PC, laptop, tablet en smartphone worden gebruikt. Al gebied de eerlijkheid wel te zeggen dat de applicatie met name op mobiele apparaten het beste tot z'n recht komt. De webversie is vooral handig om magazines te editen (zie video, red.).

### **Samen content verzamelen**

Flipboard werd in 2010 gelanceerd en nog datzelfde jaar door Apple uitgeroepen tot de iPad App van het Jaar. Inmiddels heeft de app wereldwijd maar liefst 50 miljoen gebruikers. Met name het gemak waarmee magazine kunnen worden aangemaakt en gevuld, ligt aan de succes ten grondslag.

De 'sociale magazine'-app Flipboard kan op meerdere manieren worden gebruikt. Behalve dat gebruikers hun eigen tijdschriften kunnen samenstellen, biedt het ook de mogelijkheid om verschillende sociale netwerken en andere diensten te bekijken. Zo kan er een feed aangemaakt worden voor RSS-lezers of Facebook en Twitter.

### **Snel aan de slag**

Iedereen die met Flipboard wil werken, kan direct aan de slag. Ga naar [www.flipboard.com](http://www.flipboard.com), download de app en maak een account aan. Daarna kunnen één of meerdere magazines worden aangemaakt. De mogelijkheden zijn eindeloos; volg het nieuws, kies voor een thema, maak een tijdschrift met eigen content of verzamel onderwerpen die anderen interessant vinden.



Handig is dat de maker van een tijdschrift ook gastredacteuren kan uitnodigen om content toe te voegen. Een voorbeeld hiervan is het magazine 'Het B2B is wel social' dat door meerderen wordt gevuld met interessante posts over het zakelijk gebruik van social media.

*>> Klik op de afbeelding om door het tijdschrift te bladen.*

### **PieterBas-nieuwsbrief**

Ook PieterBas heeft de mogelijkheden van het digitale magazine ontdekt. Voor de eerste keer wordt Flipboard geïntegreerd in de digitale nieuwsbrief van PieterBas. In de uitgave die deze week verschijnt, hebben lezers een keuze: ze kunnen de artikelen lezen in de nieuwsbrief of in het speciaal daarvoor gemaakte Flipboard-magazine.



De combinatie van nieuwsbrief en magazine is een nieuw onderdeel van de mediamix die sinds twee jaar de basis vormt van Marketing 2.0, zoals commercieel directeur Hans Buskens van PieterBas dat noemt.

PieterBas biedt in verschillende media, waaronder het blog, sociale media en nieuwsbrieven, nu ook in combinatie met Flipboard, een waaier aan onderwerpen. Daarbij staat niet de promotie van het bedrijf voorop, maar het breed informeren van lezers. Voorbeeld hiervan zijn trends en ontwikkelingen in de afvalindustrie waaronder omgekeerd inzamelen, maar ook nieuwe wet- en regelgeving, de spiksplinternieuwe open standaard voor de elektronische begeleidingsbrief (EBA), digitaal factureren en IBAN.

Net zo belangrijk als deze onderwerpen zijn de posts in de categorie 'Het lezen waard' die gaan over de nieuwe legotelefoon van Motorola, afvalart, het 3D printen van afval, sociale media, Godfried Bomans, groene auto's, het weegschaalmuseum een slimme prullebak, studentenbedrijf 'Puur Zuiver' of de passie van Erick van Leendert die van Amerikaanse trucks zijn hobby maakte. [Lees hier het interview met hem over de Kenworth Studiosleeper.](#)

### **Blog centraal**

Met die nieuwe koers heeft PieterBas definitief de overstap gemaakt van traditionele outboundmarketing waarbij het bedrijf het uitgangspunt is naar inboundmarketing die de klantwensen en -interesses voorop stelt.

Het blog staat bij die nieuwe aanpak centraal, zei Buskens bij de start in een interview op het PieterBas-blog. 'Maar de geprinte nieuwsbrief blijft daarbij net zo belangrijk, benadrukte hij.



‘We willen lezers een keuze bieden uit de verschillende media die we online en in print aanbieden; in het moment dat ze de posts en artikelen willen lezen, moeten ze vrij zijn. We gaan dat niet meer afdwingen en ze ongevraagd met PieterBas-informatie bestoken.’

Lees hier de visie van Hans Buskens: [PieterBas lanceert kennisblog voor de afvalbranche](#)

### **PieterBas-case**

En die nieuwe koers valt op. PieterBas is in de afvalindustrie inmiddels een voorbeeld voor andere bedrijven die zich oriënteren op hun marketing anno 2014 en nieuwe media.

Ook in het technische B2B bleef de aanpak niet onopgemerkt. Hans Buskens eindigde vorig jaar met PieterBas in de Top 3 van de [IndustrialSocialMedia Award](#). [Bekijk hier het filmpje](#) van het interview met hem direct na zijn presentatie.

Inmiddels is de PieterBas-case ook beschreven. Inboundmarketeer Edwin Vlems had een interview met Hans Buskens voor InboundIndustry: ‘[PieterBas: de content van een ex-cowboy](#)’. De post wordt gepubliceerd in Vlems’ boek dat nog moet uitkomen: ‘Scoren met contentmarketing’. Edwin suggereert dat de PieterBas-case zo gebruikt zou kunnen worden als case bij toekomstige NIMA-examens. Een mooi compliment!

*Op de hoogte blijven? Volg PieterBas dan op [Twitter](#), [LinkedIn](#) of [Facebook](#). Het volgende nummer van de PieterBas-nieuwsbrief ontvangen, inclusief Flipboard-magazine? Meld u dan aan op de website: [www.pieterbas.nl](http://www.pieterbas.nl)*