

Social Media Content

planner voor ondervertegenwoordigde ondernemers

Sector

Ondernemerschap

Categorie

Digitale marketing

Tijdsduur

4-6 weken

Leerdoelen



- Inzicht krijgen in het maken van een strategisch contentplan voor sociale media.
- Leren hoe je de juiste platforms kiest op basis van de voorkeuren van je doelgroep.
- Vaardigheden ontwikkelen in het plannen van boeiende contentthema's.
- Vertrouwen opbouwen in het plannen en bijhouden van posts.
- Contentstrategieën aanpassen op basis van prestaties en betrokkenheidsanalyses.

Benodigd materiaal



- Vergelijkingsgids voor socialmediaplatforms
- Sjabloon voor contentkalender
- Gratis tools voor planning (Buffer, Hootsuite, Later)
- Werkblad voor het bijhouden van betrokkenheid
- Casestudy's van succesvolle socialmediacampagnes

Omschrijving van de activiteit



Deelnemers ontwikkelen effectieve socialmediacampagnes om hun doelgroep te bereiken. De sessie behandelt het kiezen van de juiste platforms, het bepalen van thema's en het plannen van posts via gratis tools. Ze monitoren betrokkenheid, optimaliseren op basis van data en delen best practices in groepsgesprekken.

Geschikt voor:

Ondervertegenwoordigde startup-oprichters, ondernemers, professionals

Richtlijnen voor de begeleider



- Geef een overzicht van de basisprincipes van social media marketing.
- Begeleid deelnemers in het kiezen van geschikte platforms.
- Stimuleer het gebruik van diverse contentthema's.
- Deel best practices voor planning en analyse.
- Geef feedback op strategie en effectiviteit van campagnes.

Instructies voor deelnemers



- Kies socialmediaplatforms die passen bij je doelgroep.
- Plan contentthema's (zoals educatief, inspirerend, promotioneel).
- Gebruik gratis tools om posts te plannen.
- Houd betrokkenheid bij en stuur bij op basis van prestaties.
- Optimaliseer je strategie op basis van feedback.
- Deel inzichten en geleerde lessen met peers.

Evaluatie en Reflectie



- Wat vond je lastig bij het kiezen van de juiste platforms?
- Hoe beïnvloedden je contentthema's de betrokkenheid?
- Welke aanpassingen deed je na het analyseren van prestaties?
- Hoe zeker voel je je in het beheren van socialmedia-inhoud op lange termijn?
- Wat zijn je volgende stappen in het verbeteren van je strategie?

Achtergrondliteratuur

- Jab, Jab, Jab, Right Hook – Gary Vaynerchuk
- The Art of Social Media – Guy Kawasaki
- Building Your StoryBrand – Donald Miller
- Casestudy's van virale campagnes



Stapsgewijs:



1. Kies platforms die aansluiten bij je doelgroep
2. Plan contentthema's (educatief, inspirerend, promotioneel)
3. Plan post met tools zoals Buffer en Hootsuite
4. Volg betrokkenheid en stuur content bij



Co-funded by
the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use may be made of the information contained therein. In compliance of the new GDPR framework, please note that the Partnership will only process your personal data in the sole interest and purpose of the project and without any prejudice to your rights.

Functie:

*Maakt het eenvoudiger
om effectieve
socialmediacampagnes te
plannen..*