



KICKSTARTCURSUS

Social Media Marketing

WERKBOEK

Iris Beniers

www.studiobrandtastic.nl



HOOFDSTUK 1:

Strategie

In dit eerste hoofdstuk leggen we de fundering voor een sterke en efficiënte social media strategie.

Je ontdekt wie je ideale doelgroep is, wat je met je content wil bereiken en via welke kanalen je dat het beste kunt doen. Want zonder helder doel en duidelijke focus, wordt social media al snel tijdrovend en ongericht.

Na dit hoofdstuk weet jij precies voor wie je content maakt, waarom je dat doet en waar je je het beste kunt laten zien. Zo start je met een strategie die werkt — voor jou én jouw doelgroep.

1. Omschrijf jouw doelgroep(en)

Omschrijf de doelgroep(en) die jij wil bereiken op jouw socials zo compleet mogelijk. Probeer zoveel mogelijk kenmerken op te schrijven.

Doelgroep 1:

Omschrijving:

Kenmerken:

Doelgroep 2 (indien van toepassing):

Omschrijving:

Kenmerken:

2. Creëer persona's

Creëer fictieve persona's die jouw doelgroep(en) goed reflecteren.

PERSONA 1

NAAM:

Kenmerk 1:

Kenmerk 2:

Kenmerk 3:

Kenmerk 4:

Omschrijving:



Interesses:

- ◆
- ◆
- ◆
- ◆
- ◆
- ◆

Problemen/Doelen:

- ◆
- ◆
- ◆
- ◆
- ◆
- ◆

2. Creëer persona's

Creëer fictieve persona's die jouw doelgroep(en) goed reflecteren.

PERSONA 2 *(Indien van toepassing)* NAAM:

Kenmerk 1:

Kenmerk 2:

Kenmerk 3:

Kenmerk 4:



Omschrijving:

Interesses:



Problemen/Doelen:



3. Leg jouw social media doelen vast

Stel een aantal relevante doelen voor jouw eigen social media efforts vast en bedenk hoe je deze doelen zou kunnen meten middels meetbare targets.

DOEL(EN)	MEETBARE TARGETS
<i>Voorbeeld:</i> Meer online zichtbaarheid creëren	<i>Voorbeeld:</i> Min. 100 views/impressies per post
<i>Jouw doel:</i>	<i>Jouw target(s):</i>
<i>Jouw doel:</i>	<i>Jouw target(s):</i>
<i>Jouw doel:</i>	<i>Jouw target(s):</i>



4. Kies jouw kanalen

Kies welke kanalen jij wil gaan gebruiken. En geef per kanaal aan welke doelgroep je daar wil bereiken en met welk doel.



KANAAL	DOELGROEP	DOEL

5. Bekijk je concurrentie

Noteer 3 concurrenten of vergelijkbare accounts en bekijk wat zij doen op social media (noteer wat je wel en niet aanspreekt).

Accountnaam

Wat spreekt je aan?

Wat spreekt je niet aan?

Accountnaam

Wat spreekt je aan?

Wat spreekt je niet aan?

Accountnaam

Wat spreekt je aan?

Wat spreekt je niet aan?



HOOFDSTUK 2:

Content

In dit hoofdstuk duiken we in de wereld van Content. Want je kent het gezegde: content is king! En dat is zo. Wanneer je content niet past bij jouw doelgroep of je afbeeldingen/teksten niet aanslaan, zullen je efforts niet de gewenste resultaten opleveren.

Daarom leer ik je in dit hoofdstuk welke contentsvormen er zijn en hoe jij de juiste contentideeën verzint voor jouw doelgroep(en). En ik leer je hoe je gemakkelijk zelf aantrekkelijke visuals kunt ontwerpen en pakkende teksten kunt schrijven.

1. Bedenk drie serie-formats voor jouw socials

Bedenk 3 formats voor contentreeksen waarvoor jij structureel posts kunt plaatsen op jouw socials. En omschrijf kort hoe vaak en wat je in deze reeks wil gaan plaatsen.

Voorbeeld: Mini-tip Monday

Elke maandag een mini-tip delen over tuinieren.

Reeks idee 1: *Vul hier jouw idee in.*

Reeks idee 2: *Vul hier jouw idee in.*

Reeks idee 3: *Vul hier jouw idee in.*

2. Bedenk 10 contentideeën

Bedenk 10 contentideeën die jij in kan gaan zetten op jullie socials.

Tip: Maak ze zo specifiek mogelijk. Dus niet "een leuke video op kantoor", maar: "een leuke video op kantoor waarbij we een dagje meelopen met Sanne".

Contentidee 1:

Contentidee 2:

Contentidee 3:

Contentidee 4:

Contentidee 5:

Contentidee 6:

Contentidee 7:

Contentidee 8:

Contentidee 9:

Contentidee 10:

3. Bepaal jouw tone-of-voice

Omschrijf de tone-of-voice die past bij jouw bedrijf en die jij zal gaan gebruiken op social media. En geef vervolgens aan welke kenmerken jouw tone-of-voice het beste omschrijven (indien van toepassing).

Omschrijving tone-of-voice

Kenmerken

- | | |
|--|--|
| ☐ Formeel | ☐ Persoonlijk |
| ☐ Informeel | ☐ Corporate |
| ☐ Humoristisch | ☐ Modern/hip |
| ☐ Serieus | ☐ Klassiek/traditioneel |
| ☐ Professioneel | ☐ Voor iedereen |
| ☐ Inspirerend | ☐ Exclusief |

Kleur de vakjes die voor jou van toepassing zijn.

4. Creëer je eerste content-batch

Maak de eerste vijf (5) visuals voor jouw socials. Gebruik hiervoor eventueel de templates die je ontvangen hebt.

5. Schrijf 5 post teksten voor bij bovenstaande visuals

Gebruik de checklist hieronder om ervoor te zorgen dat jouw teksten alle belangrijke facetten bevatten.

- ☐ Trekt de eerste zin de aandacht?
- ☐ Is de post gericht op de juiste doelgroep?
- ☐ Klopt de opening/context bij het beeld?
- ☐ Voegt het bericht waarde toe voor jouw ideale doelgroep?
- ☐ Is het doel van de post duidelijk?
- ☐ Bevat je tekst één duidelijke Call to Action (CTA)?

Kleur de vakjes die voor jou van toepassing zijn.



HOOFDSTUK 3:

Slim plannen & tijd besparen

In dit hoofdstuk gaan we het hebben over slim plannen en tijd besparen.

Hierbij leer je waarom het maken van een contentplanning bijdraagt aan het creëren van consistente en herkenbare aanwezigheid op de socials. Én belangrijker nog: hoe je een contentplanning maakt die bij jou past.

Daarnaast geef ik je een aantal handige tips en tools, waarmee jij waardevolle tijd kunt besparen in jouw social media marketing.

1. Maak een contentplanning voor twee weken

Gebruik hiervoor onderstaande tabel. Beperk je voor nu even tot max. 10 posts totaal.

[illegible]

2. Kies jouw tools voor optimalisatie en tijdsbesparing

Test een aantal tools die jou zouden kunnen helpen met je socials en geef hieronder aan welke tools jouw voorkeur hebben.

Voorbeeld:

Contentinspiratie

ChatGPT & AskThePublic.

Content creatie

Canva & CapCut.

Jouw antwoorden:

Vul hier in.

Vul hier in.

Vul hier in.

Vul hier in.

Vul hier in.

3. Bepaal jouw eigen planning

Bepaal wanneer en hoeveel tijd jij aan je socials wil besteden.



Voorbeeld:

WAT	WANNEER	DUUR
Content creatie	<i>Elke laatste vrijdag v.d. maand.</i>	<i>Hele dag (8 uur).</i>
Content planning	<i>Elke eerste maandag v.d. maand.</i>	<i>Halve dag (4 uur).</i>
Analyse & Interactie	<i>2 x in de week (ma & wo ochtend).</i>	<i>0,5 uur per keer</i>

WAT	WANNEER	DUUR

4. Bedenk drie manieren waarop jij jouw content kunt hergebruiken

Bedenk drie manieren waarop jij jouw (eventueel bestaande) content zou kunnen hergebruiken op socials. (Denk bijvoorbeeld aan het herbruiken van een blogpost door deze op te knippen in vijf losse instagram posts).



ORIGINELE CONTENT	HERBRUIKEN VOOR...

5. Bouw jouw eigen caption-bibliotheek

Verzin alvast vijf captions (post teksten) die je vaker kunt hergebruiken (met kleine aanpassingen).

Voorbeeld:

Caption 1:

Mijn klant vroeg mij [...]. Benieuwd naar het eindresultaat? Swipe door deze carrousel!

Jouw antwoorden:

Caption 1:

Caption 2:

Caption 3:

Caption 4:

Caption 5:



HOOFDSTUK 4:

Analyse & bijsturing

In dit laatste hoofdstuk gaan we in op het analyseren en bijsturen van jouw social media efforts. Wanneer je aan de slag gaat met je socials is het van belang om alert te blijven op wat werkt en wat niet, zodat je gemakkelijk kunt bijsturen waar nodig.

Ik leer je in dit hoofdstuk waarom het van belang is om je resultaten te analyseren én hoe je dit het beste aan kunt pakken (zonder dat het je al te veel tijd kost).

En ik leer je hoe je jouw efforts, aan de hand van deze resultaten, het beste bij kunt sturen om wél het gewenste resultaat te behalen.

1. Maak een nulmeting

Maak een nulmeting van je huidige status/resultaten op socials. Zorg ervoor dat je hier vooral de meetbare targets invult die voor jouw doelen belangrijk zijn.

KANAAL 1:

AANTAL VOLGERS/CONNECTIES

AANTAL POSTS (PER MAAND)

AANTAL WEERGAVEN

AANTAL INTERACTIES

KANAAL 2:

AANTAL VOLGERS/CONNECTIES

AANTAL POSTS (PER MAAND)

AANTAL WEERGAVEN

AANTAL INTERACTIES

Plan nu een moment voor jezelf in waarop je opnieuw je resultaten gaat bekijken en vergelijken met de nulmeting. Pak een moment over minstens één maand om ook echt al resultaat te kunnen zien.

2. Stel per kanaal meetbare doelstellingen op

Stel per kanaal relevante, meetbare doelstellingen op, waarmee je over een tijd jouw succes op socials kan gaan meten. Beperk jezelf voor nu tot max. 2 doelstellingen per kanaal.

Voorbeeld: “Ik wil binnen 2 maanden 50 nieuwe volgers op mijn Instagram account.”
Of: “Ik wil binnen een half jaar tijd 100 relevante leads genereren via Facebook.”

KANAAL 1:

DOELSTELLING 1:

DOELSTELLING 2:

KANAAL 2:

DOELSTELLING 1:

DOELSTELLING 2:

Zorg ervoor dat je na het verstrijken van de door jou bepaalde tijd een meetmoment voor jezelf inplant om te kijken of je doelen behaald zijn.

3. Analyseer je top 3 best presterende posts

Post 1

Omschrijving post:

Resultaten:

(impressies, likes, clicks, comments, etc.)

Post 2

Omschrijving post:

Resultaten:

(impressies, likes, clicks, comments, etc.)

Post 3

Omschrijving post:

Resultaten:

(impressies, likes, clicks, comments, etc.)

Wat valt je op? Wat hebben deze posts gemeen? Wat kun je hiervan leren?

Denk aan timing, beeld, boodschap, etc.

4. Analyseer je 3 slechtst presterende posts

Post 1

Omschrijving post:

Resultaten:

(impressies, likes, clicks, comments, etc.)

Post 2

Omschrijving post:

Resultaten:

(impressies, likes, clicks, comments, etc.)

Post 3

Omschrijving post:

Resultaten:

(impressies, likes, clicks, comments, etc.)

Wat valt je op? Wat hebben deze posts gemeen? Wat kun je hiervan leren?

Denk aan timing, beeld, boodschap, etc.

5. Houdt een simpel wat werkt wel/niet lijstje bij

*Houdt een simpel lijstje bij met wat wel en niet werkt op jouw socials.
Begin met de inzichten uit de vorige twee opdrachten.*

Wat werkt wel?

Wat werkt niet?



Bedankt!

Wat tof dat je mijn **Kickstartcursus Social Media Marketing** hebt gevolgd!

Hopelijk heeft het je veel nieuwe inzichten, ideeën, handige tools - en vooral meer structuur - opgeleverd. Zodat je vanaf nu efficiënter én met meer zelfvertrouwen aan de slag kunt met jouw socials!



Heb je nog vragen, ideeën of behoefte aan een sparsessie? Mijn (digitale) deur staat altijd voor je open! Stuur me gerust een berichtje - dan denk ik graag met je mee.

Nogmaals: dankjewel voor je vertrouwen. Ik kijk ernaar uit om jouw merk op de socials terug te zien!

Iris Beniers



E: info@studiobrandtastic.nl

| W: www.studiobrandtastic.nl