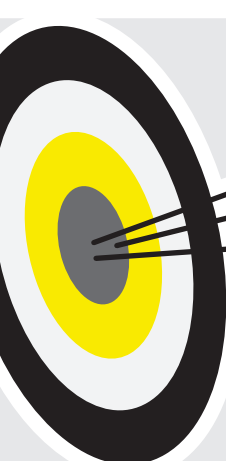




## DOELEN & AMBITIES



### PROBLEEM & AANDACHTSPUNT

Er is te weinig Social Awareness bij WdKA haar werknemers/ studenten en andere belangstellenden

### DOELGROEPEN

- ▶ Huidige studenten (18-26 jaar)
- ▶ Nieuwe studenten
- ▶ Alumni
- ▶ Samenwerkingspartners
  - ▶ Bedrijven
  - ▶ Culturele instellingen
- ▶ Pers
- ▶ Collega instituten

### DOEL

- ▶ Naamsbekendheid van de WdKA vergroten
- ▶ Het claimen van de positie Creating Pioneers
- ▶ Interactie met bestaande en potentiële student

### CREATING PIONEERS

- ▶ Wat studenten moeten worden;
- ▶ Wat medewerkers moeten zijn;
- ▶ Wat we bedrijfsleven en maatschappij willen laten zien



### BEHOEFTE DOELGROEP

- ▶ Wat voor studies kan ik volgen bij de WdKA?
- ▶ Wat kan ik worden?
- ▶ Inspiratie halen uit het werk van vakgenoten
- ▶ Op de hoogte zijn van de ontwikkelingen binnen de academie (bv. prijswinnaars en exposities)

### SOCIAL INSIGHTS

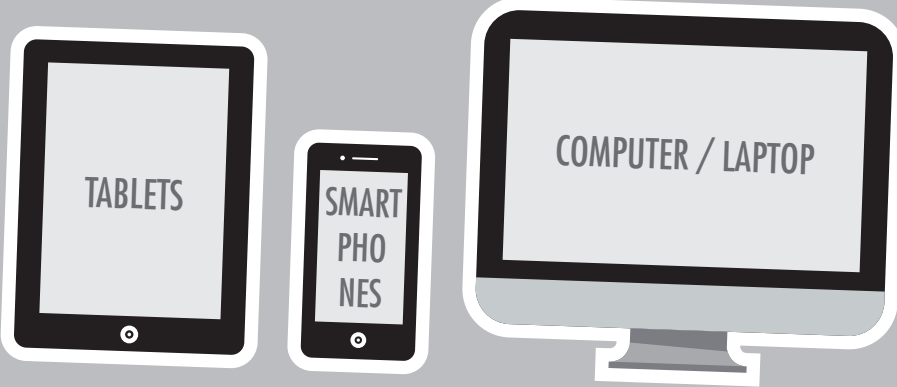
- ▶ Creativiteit speelt een grote rol bij onze studenten
- ▶ (Oud)-studenten vinden het leuk om hun werk te delen en met elkaar in contact te blijven
- ▶ Facebook blijft groeien en Pinterest is het fenomeen van 2012
- ▶ Social Media is goed voor de online vindbaarheid



### KANALEN ACTIEF?



### DEVICES



HOUDT DE UPDATES OP SOCIAL MEDIA KORT EN SIMPEL

### ONLINE GEDRAG

- ▶ Huidige studenten vallen binnen de 18-26 jaar leeftijdsgroep
- ▶ Social media is een vast onderdeel van het leven geworden
- ▶ Oriëntatie van een studie begint tegenwoordig online

### NEEM EENS EEN KIJKJE BIJ VOOROPLEIDINGEN EN CONCURRERENDE OPLEIDINGEN



Hogeschool voor de Kunsten Utrecht



Kabk Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten Royal Academy of Art



## PLAN NAAR SUCCES



### ACTIVATIE – DOELGROEP VERBINDEN EN ACTIVEREN

- ▶ Het werk en succesverhalen van Pioneers delen
- ▶ Co-creatie met studenten en alumni (bijvoorbeeld wervingscampagne Open dag)
- ▶ Leg een project vast van studenten op video en plaats deze op YouTube/Vimeo en vervolgens op Twitter en Facebook
- ▶ Roep op om beeldmateriaal te delen
- ▶ Foto's van events (bv. open dagen en exposities)
  - ▶ Waar studenten werken
  - ▶ Waaraan studenten werken
  - ▶ Nieuws en kennis uit het werkveld delen
- ▶ Tips van en voor studenten
- ▶ Wekelijks een poll om de fanbase erbij te betrekken
- ▶ Deel je project op Facebook.com/wdka (aanleveren bij communicatie afdeling)
- ▶ Posters in school om likes en volgers te krijgen
- ▶ Denk bij elk bericht aan interactie

### CONTENTPLAN - WAT

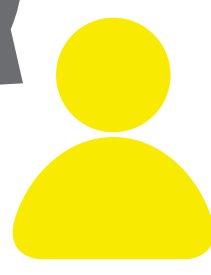
- ▶ Wekelijks een poll
- ▶ Het liefst 1 x per dag en ook in het weekend, want dan zijn de mensen het meest actief op Social media
- ▶ Combineer afbeeldingen/tekst
- ▶ Denk altijd aan interactie
- ▶ Gebruik de mogelijkheden van de kanalen
- ▶ **FACEBOOK:** like, share en reageer
- ▶ **TWITTER:** retweet en reageer
- ▶ **PINTEREST:** repin en pin
- ▶ Deel je berichten van je website op je social media door
- ▶ Communiceer in

### CONTENTPLAN – WIE, WAT EN WAAR?

#### CONTENTPLAN - WIE

- ▶ Ambassadeurs vaststellen (medewerkers communicatie-afdeling)
- ▶ Posters plaatsen van Social Strategy bij andere werknemers, zodat het ook gaat leven bij de gehele organisatie en dat iedereen content aanlevert
- ▶ Studenten oproepen om mee te socializen

#### AMBASSADEUR



### CONTENTPLAN - WAAR



### MEDIA – WELKE MIDDELEN HEBBEN WE NODIG?



### OPZETTEN

- ▶ De kanalen opzetten (bestaan reeds)
- ▶ Verschillende Facebook-pagina's samenvoegen
- ▶ Posters Social Strategy voor werknemers printen en hangen waar nodig
- ▶ Posters om studenten op te roepen tot liken en volgen

### INTEGREREN

- ▶ Integreer de Social Media in de dagelijkse werkzaamheden
- ▶ Social Media integreren in de website en in de nieuwsbrief
- ▶ Integreer Social Media op offline communicatie
  - ▶ Bij de campagne die in januari online gaat denken over hoe je dit naar je Social Media kan trekken?
  - ▶ Gebruik een unieke url op je poster om te tracken en traceren wat de uitingen opleveren?

### UITVOEREN

#### PARTICIPEREN

- ▶ Doe mee in discussies
- ▶ Roep volgers op tot participatie

#### REAGEREN

SOCIAL MEDIA IS BEDOELD VOOR INTERACTIE, DUS WEES NIET BANG OM TE REAGEREN

## EVALUEREN

### MONITOREN EN METEN

- ▶ Monitor dagelijks de social media kanalen en reageer waar nodig
- ▶ Maandelijks een meeting inplannen om te meten
  - ▶ Waar staan we?
  - ▶ Intern oproepen tot content (tekst, afbeeldingen etc.)

### LEREN EN VERBETERN

- ▶ Welke berichten werken, welke niet?
- ▶ Wat is het juiste moment van verzending?