**Lesvoorbereiding**

****

­

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Competentie**  C.3.3. Heeft een bewust vormgegeven profiel op een of meerdere sociale netwerksites. Deelt interessante en vermakelijke content, zowel in persoonlijke als professionele contexten. Reageert alert en constructief op posts van anderen, en houdt zo de community levendig en interessant. Kan nieuwe online relaties aangaan en bestaande relaties koesteren. |  | **Tijdsduur** | 60 min  **Niveau** | 3+4  **Benodigdheden**:   * Beamer     **In te zetten bij:**   * SLB * Nederlands * Burgerschap |
| **Onderwerp**  Online communities |  |
| **Lesdoelen**   * Student leert hoe een community de commerciële identiteit van een website kan versterken; * De student kan de definitie van een online community benoemen; * De student kan tenminste vier kenmerken noemen van een online community; * De student kent het verschil tussen een ‘platform’ en een community. |  |
| **Te leveren producten**  Niet van toepassing |  |
| **Beginsituatie**  Studenten hebben geen specifieke voorkennis nodig. |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Vooruitkijken** | 20 min.  • Voorkennis  • Instructie | Wie van jullie heeft een Apple? Wie van jullie is er weleens in het Apple Store geweest? Hoe zorgt Apple ervoor dat klanten zich binden aan het merk?  *Of*  Wie van jullie speelt games? Zo ja, welke? Chat je dan wel eens online met andere spelers? Waarom? En waar?  **Theorie**  Een community is een groep mensen met een gezamenlijk doel, belang of interesse. Dus mensen die dezelfde interesses hebben, komen (online) samen om te werken aan hun doel. Eén van de belangrijkste communities is Tedtalks.com. Maar denk ook aan verschillende fora, Spotify, Irmgur of op websites voor gamers.  **Vraag aan de klas**  Jullie hebben ongeveer dezelfde leeftijd en hebben gekozen voor dezelfde studie, dus jullie zouden wellicht ook onderdeel kunnen zijn van een community. Welke interesses komen overeen? *Dit kan uitgevraagd worden met een tool zoals Mentimeter. Op die manier antwoorden de studenten eerst individueel en kunnen de antwoorden dienen voor een groepsgesprek. Een tool als Padlet is hier ook voor geschikt. De antwoorden komen dan wel meteen op het bord te staan, waardoor studenten eerder gegeven antwoorden kunnen herhalen.*  Waarom werkt een online community zo goed voor een bedrijf?   * Mond-op-mond-reclame werkt beter dan het verkooppraatje van de producent.   Wat is het verschil tussen een online community en een platform?   * Een community is gebaseerd op sterkere banden. Bij een platform is het gemeenschappelijke doel niet altijd even duidelijk aanwezig en kunnen mensen eerder interesse verliezen. Zo is LinkedIn een platform. Het kan gebruikt worden om een baan te vinden maar er zijn ook genoeg mensen aanwezig die een goede baan hebben. Ze doen eerder aan netwerken. Relaties opbouwen en contacten onderhouden. Iemand die lid is van LinkedIn zal zich niet identificeren met het merk LinkedIn. Terwijl de gebruikers van Irmgur plaatsjes posten, delen, reageren en zichzelf irmgurians noemen. Mensen die hierbij zijn aangesloten voelen zich betrokken bij de website zelf en willen meewerken aan het doel van de website: humor delen. Een community heeft interactiviteit en een platform is eerder eenrichtingsverkeer.   Het zorgt er ook voor dat mensen betrokken kunnen worden bij een bedrijf dat anders erg ver van ze af staat. Tijdens een uitzending van de Wereld Draait Door wordt er op Twitter veel gezegd over de uitzending. Kijkers hebben door Twitter de kans om te praten met mensen die ook geïnteresseerd zijn in de Wereld Draait Door. Een community verbindt mensen met elkaar.  Een community bestaat uit drie verschillende mensen:  90% lurkers: ze lezen wel maar dragen niet actief bij aan de community;  9% fans: hebben zo nu en dan een actieve bijdrage;  1% superfans: zijn de ambassadeurs van de community, plaatsen dagelijks posts en voelen zich één met het merk.  Leuk voorbeeld hiervan is superfan [KachiWachi](https://forums.logitech.com/t5/user/v1/viewprofilepage/user-id/32) op het Logitech forum. Hij had gemiddeld 45 posts per dag. Logitech heeft ingeschat dat hij het bedrijf 60.000 tot 100.000 dollar heeft bespaard aan kosten voor klantencontact. Logitech heeft hem inmiddels betrokken bij het bedrijf en hij denkt mee over de ontwikkeling van nieuwe producten. |
| **Uitvoering** | 30 min. | Basisopdracht  **Opdracht 1**  Ga naar de community van GiffGaff (community.giffgaff.com) en geef antwoord op de volgende vragen:   * Hoe weet je dat een antwoord op dit forum betrouwbaar is? (een post kan 'kudos' krijgen van andere leden/ je kan zien hoeveel iemand al heeft bijgedragen) * Welke icoontjes worden er bij de posts gebruikt en wat maken ze duidelijk? (hoe lang iemand lid is van de community/ hoeveel goede antwoorden er zijn gegeven/ genomineerd voor jaarlijkse awards) * Hoe komen leden aan stickers? (alle hoogtepunten en behaalde doelen worden beloond met een sticker, bijvoorbeeld hoe lang je al op de community actief bent). * Hoe weet je of iemand bij GiffGaff werkt of een enthousiaste klant is die meehelpt met de community? (werknemers hebben een gele balk achter hun naam met de tekst 'Giff-staffer') * Waarom zou het forum alle bovenstaande toepassingen mogelijk maken?   *Alternatieve opdracht:*  **Opdracht 1**  Ga naar de community van Steam en geef antwoord op de volgende vragen:   * Wat is de grootste discussiegroep? * Zijn er regels binnen de community? En hoe weten leden dit? * Hoe zorgt de community ervoor dat spammers en phishers geen ruimte krijgen? * Wat is de meest gestelde vraag? |
|  | Opdracht vereenvoudigd - Extra uitleg  Docent kan verschillende communities ook klassikaal behandelen door voorbeelden te laten zien op het digibord. De vragen uit de opdracht stelt de docent klassikaal, maar geeft richting aan de zoekopdracht door de juiste pagina te projecteren op het bord. |
|  | Verdiepingsopdracht  Zoek een online community van een merk of bedrijf dat je eigen interesse heeft. Bekijk de topics, hoeveelheid leden, bekijk hoe snel er wordt gereageerd. Zou je lid willen worden van deze community? Waarom wel/niet?  Welke normen en waarden gelden er voor deze groep? Waar herken je die normen en waarden in? |
| **Terugkijken** | ­­­10 min.  • Reflectie | Theorie herhalen: wat zijn de kenmerken van een community? Waarom worden mensen lid?  Studenten aan het einde van de les bevragen of ze zelf lid zijn van een online community. Zo niet, wat houdt ze tegen? Wat zijn de voordelen van lidmaatschap? |