

Sociale media binnen een organisatie



Thema: Tools en apps strategisch inzetten

In deze les leert de student hoe sociale media ingezet kan worden binnen een organisatie. De student leert in deze les de context te analyseren, verschillende sociale media berichten te bedenken, een plan te schrijven en zijn bevindingen te pitchen.

Werkproces 3



Vakkennis en vaardigheden

- Bestudeert effectief kansen en mogelijkheden om doelen te realiseren met behulp van mediatoepassingen.
- Toont zich vindingrijk bij toepassingsmogelijkheden van (nieuwe) mediatoepassingen binnen haar beroep.
- Ontwikkelt een doelgerichte strategie om media in te zetten voor het bereiken van professionele doelen.
- Reflecteert effectief op haar mediagebruik in de beroepscontext.
- Houdt effectief rekening met de belangen van cliënten/patiënten bij het bepalen van een strategie.
- Houdt adequaat rekening met verschillende perspectieven op het gebruik van media bij het bepalen van een strategie.

Benodigheden

- Laptop
- Word
- Beamer

Leerdoelen

- De student kan verschillende belangrijke aspecten benoemen over het gebruik van sociale media binnen een bedrijf uit de sector.
- De student kan een sociale media-plan schrijven en dit plan pitchen aan belanghebbenden.

Kennisblok

Studenten maken zelf hoogstwaarschijnlijk gebruik van verschillende sociale media-kanalen. Als zij aan het werk gaan in de zorg- en welzijnssector, is het mogelijk dat van hen wordt gevraagd om sociale media in te zetten in hun dagelijkse werkpraktijk. Veel bedrijven gebruiken sociale media, maar niet altijd voor een specifiek doel.

Uit [een artikel](#) van Marketingfacts blijkt dat de inzet van sociale media bij Nederlandse bedrijven behoorlijk willekeurig is. Zo heeft 90% geen budget voor de inzet van sociale media, 75% heeft geen strategie en integreert 60% uitingen niet over verschillende sociale media (er wordt dus geen koppelingen gemaakt tussen Twitter, LinkedIn, Facebook, etc)

Dit laat zien dat sociale media wel degelijk wordt ingezet, maar het plan erachter vaak ontbreekt. In deze [blog](#) wordt ingegaan op belang van een online marketingcommunicatie binnen de zorgsector. Want ook in de zorgsector is het hebben van een strategie erg belangrijk. Ondanks dit inzicht ontbreekt een duidelijke strategie vaak.

De studenten van nu groeien op met sociale media. Zij zijn hierin thuis. Deze vaardigheid is waardevol binnen de zorg- en welzijnssector. Daarom is het belangrijk om hen hier bewust van te maken en ze te leren hoe zij dit binnen hun werk kunnen inzetten.

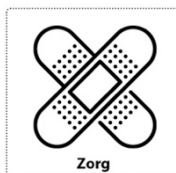
Bronnen:

Blog: Het is tijd voor strategisch online marketing. Smarthealth, 2014. Geraadpleegd via: <https://www.zorgvoorbeter.nl/nieuws/apps-ouderenzorg>

Sociale media inzet: we doen maar wat. Marketingfacts, 2011. Geraadpleegd via: https://www.marketingfacts.nl/berichten/20110315_social_media_inzet_we_doen_maar_wat

Opdrachten

Opdracht 1A



Je kiest een zorg- of welzijnsorganisatie uit die jou interesseert. Je doet vervolgens onderzoek naar deze organisatie. Het onderzoek voer je uit door de volgende stappen te doorlopen.

Maak een SWOT-analyse over het sociale media-gebruik van de door jou gekozen organisatie. Op deze manier breng je de sterktes, zwaktes, kansen van het sociale mediagebruik in kaart. Je kan in een eigen bestand onderstaand figuur daarvoor gebruiken. Vind je antwoorden op het internet en door op de gebruikte kanalen van de organisatie te kijken. Wat zijn de onderwerpen van de berichten en aan wie zijn de berichten gericht?

Naam organisatie?	
Sterktes	Kansen
Zwaktes	Bedreigingen

Opdracht 1B

Zoek vervolgens uit wie de belangrijkste concurrenten zijn van de door jou gekozen organisatie en wat zij doen op sociale media.

Onderzoek daarna de doelgroep zelf:

- Wie is de doelgroep?
- Van welke sociale media maken zij gebruik?
- Op wat voor manier gebruikt de doelgroep sociale media?

Beschrijf deze stap in je eigen bestand.

Opdracht 2

Maak op basis van de informatie uit de vorige stappen een kort plan waarin je het volgende beschrijft:

- Welke sociale media-profielen zijn voor de organisatie belangrijk om te gebruiken?
- Met welke sociale media wordt de doelgroep bereikt?
- Hoe zou de bio of omschrijving van de organisatie eruit kunnen zien?
- Wat zou de organisatie kunnen plaatsen om de doelgroep te bereiken?

Opdracht 3

Je maakt minstens vijf verschillende berichten die de organisatie zou kunnen posten. Het kanaal wat jij kiest, bepaalt hoe de post eruitziet. Je plaatst de berichten niet echt, maar verwerkt ze in een word-document.

Schrijf onder elk bericht waarom je dit bericht op deze manier hebt opgesteld en hoe het bij zal dragen aan het bereiken van de doelgroep.

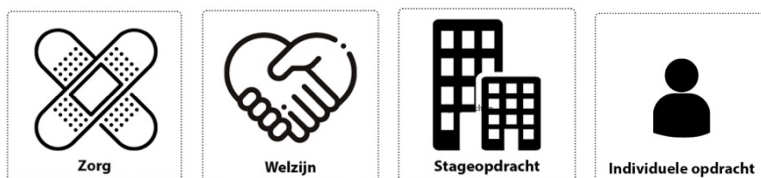
Opdracht 4



Maak willekeurig groepjes van 4 of 5 personen. Ieder van jullie presenteert zogenaamd aan de directeuren van de zelfgekozen organisatie een nieuw idee voor het sociale mediagebruik. Jouw klasgenoten spelen de directeuren van de organisatie. Gebruik de belangrijkste informatie uit de vorige opdrachten om een pitch te vormen. Neem bijvoorbeeld de doelgroep, voorbeeldposts en de doelen van verschillende soorten sociale mediakanalen mee. De pitch mag niet langer dan 5 minuten duren.

Na de pitch geven "het bestuur" feedback op de pitch.

Stage



De bovenstaande opdrachten kunnen ook uitgevoerd worden als stageopdracht. De ideeën die voortkomen uit deze opdrachten kunnen (in samenspraak met de organisatie) worden geïmplementeerd op de stage. Ter aanvulling kan er sociaal media-plan worden gemaakt voor het stagebedrijf.

Het is prettig wanneer iedereen binnen het bedrijf weet wat het doel is van de sociale mediakanalen zodat er door iedereen goed gebruik wordt gemaakt van alle mogelijkheden. Een sociaal media-plan kan daarbij helpen. Hierbij zet je op papier wat wanneer wordt geplaatst en wat het doel is van het desbetreffende bericht. Misschien wil je het aantal volgers verdubbelen of wil je op specifieke onderwerpen minstens een bereik halen van 5000 mensen.

Stap 1

Lees het volgende [artikel](#) door, waarin wordt uitgelegd hoe je een sociale media-plan kunt opstellen.

Stap 2

Er zijn verschillende doelstellingen die meespelen in het ontwerp van een sociaal media-plan. Bedenk welke doelstellingen belangrijk zijn voor jouw stage organisatie. Kies een van de onderstaande doelstellingen of formuleer zelf (een) doelstelling(en):

- Verbeteren naamsbekendheid.
- Het versterken van het imago.
- Doelgroep meer bereiken.

Stap 3

Maak aan de hand van deze [11 tips](#) jouw eigen plan. Houdt hierbij rekening met de doelstelling, geef voorbeelden van wat wanneer moet worden geplaatst en wat het doel is van deze berichten. Na het schrijven van jouw plan, overleg je dit met je stagebegeleider en een communicatiemedewerker. Zij beoordelen het plan.