# Type social media kiezen (Kaderberoepsgerichte [en Gemengde] leerweg)



##

Doel

Het doel van social media is om mensen te verbinden door informatie te delen.

Zakelijk worden social media vooral gebruikt om:

* naamsbekendheid te vergroten voor een product, dienst of evenement
* je reputatie te verbeteren
* klantenservice te bieden
* klanten te informeren
* klanten te behouden
* producten aan te bieden/te promoten

Omschrijving

Social media zijn media waarbij je online, via een ‘platform’, met een aantal mensen informatie deelt. Social media worden niet alleen privé, maar ook zakelijk veel gebruikt.

In het overzicht hierna staan de bekendste social media beschreven.

| **Social medium** | **Definitie**  | **Doel/functionaliteit (zakelijk)** |
| --- | --- | --- |
| *SOCIALE NETWERKEN* | *Sociale netwerken zijn gericht op het maken van profielen. Via een profiel kan men informatie delen met een groep (zakelijke) contacten.*  | *Informeren, promoten, mensen met elkaar verbinden, verkopen* |
| Facebook  | Op Facebook kunnen mensen/bedrijven/organisaties profielen aanmaken en via deze profielen informatie delen.Daarnaast zijn er groepen/community’s waar mensen met eenzelfde interesse deel van uit kunnen maken. Bedrijven/organisaties kunnen op Facebook ook een bedrijfspagina aanmaken. Facebook is het meest gebruikte sociale platform van Nederland. Facebook heeft 9,4 miljoen gebruikers in Nederland. | Facebook wordt gebruikt om (zakelijke) nieuwtjes, evenementen of andere bijeenkomsten onder de aandacht te brengen/te promoten. |
| LinkedIn | LinkedIn is het sociale netwerk voor zakelijke contacten. Dit medium is handig om te netwerken, jezelf te profileren en om vacatures uit te wisselen. Ook op LinkedIn zijn groepen waar mensen met eenzelfde belangstelling lid van kunnen worden. | LinkedIn wordt gebruikt voor zakelijke doeleinden, bijvoorbeeld om in contact te komen met iemand die je zakelijk kan helpen (omdat hij bepaalde kennis heeft). Als werkzoekende of werkgever die opzoek is naar personeel kun je ook goed voor dit medium kiezen. |
| Insta gram | Instagram is een sociaal netwerk waar beeld een belangrijke rol speelt. Instagram is groot geworden dankzij de fotobewerkingsopties (zie ook photosharing). Vooral onder jongeren is Instagram populair. | Zakelijk wordt Instagram veel gebruikt door zogenaamde influencers. Zij proberen bepaalde producten te promoten. Volgers kunnen zien van welk merk bepaalde producten zijn en gaan dan wellicht sneller over tot kopen. |
| *PHOTOSHARING* |  | *Informeren, promoten, mensen met elkaar verbinden, verkopen* |
| Pinterest | Pinterest is een online prikbord waar je foto’s die je online tegenkomt op kunt bewaren. | Bedrijven kunnen hier zien wat consumenten bezighoudt en daarop inspelen door bij de suggesties zichzelf te promoten. |
| Instagram | Instagram is een sociaal netwerk waarop je foto’s en korte filmpjes kunt delen met daaronder een korte tekst. De foto’s kunnen ook op diverse manieren worden bewerkt. | Zie hierboven. |
| *BLOGS* | *Blogs hebben een eenzijdig karakter.* *Het woord blog komt oorspronkelijk van het woord weblogboek. De artikelen op een blog zijn geschreven door één persoon, of door een select groepje mensen. Blogs zijn ontstaan als persoonlijk dagboek, maar kunnen ook worden gebruikt om zakelijke informatie te delen. Een blog is uitgebreider dan een berichtje op Facebook bijvoorbeeld.* | *Informeren, promoten, verkopen, vermaak**Ook blogs worden vaak geschreven influencers. Volgers zien dat bepaalde producten gebruikt of gedragen worden en gaan wellicht over tot aanschaf van die producten. Ook worden er vaak passende advertenties rondom blogs geplaatst om lezers te beïnvloeden.* |
| *VIDEOSHARING* | *Vloggers delen online video’s met hun volgers. Het woord vlog komt oorspronkelijk van het woord videologboek. Vroeger werden video’s alleen online geüpload en bekeken, tegenwoordig is het echt een sociaal medium geworden. Eigen videokanalen krijgen steeds meer volgers en de interactie op video’s neemt alsmaar toe.* | *Informeren, promoten, verkopen, vermaak* |
| YouTube | YouTube is het videoplatform van Google waar iedereen zelf, gratis, filmpjes kan uploaden. Doordat YouTube van Google is, verschijnen de video’s ook direct in het zoekresultaat. | Ook hier maken influencers gebruik van. Volgers zien dat er bepaalde producten gebruikt of gedragen worden en gaan wellicht over tot aanschaf van die producten. |
| Vimeo | Vimeo is een kanaal waar meer wordt gelet op de kwaliteit van de filmpjes dan bij YouTube. Dit kanaal wordt vooral gebruikt door kunstenaars, filmmakers en muzikanten om hun portfolio te delen.  | Hier worden echt alleen filmpjes getoond die rechtstreeks een product aanprijzen. |
| *MICROBLOG* | *Op microblogs kunnen mensen/bedrijven/organisaties korte berichten plaatsen en gevolgd worden door bijvoorbeeld vrienden of bekenden. Er wordt een beperkt aantal tekens gebruikt.* | *Informeren, promoten, mensen met elkaar verbinden, verkopen* |
| Twitter | Twitter is een netwerk waarop mensen elkaar in maximaal 280 tekens kunnen vertellen wat ze op dat moment bezighoudt. Twitter heeft momenteel 2,6 miljoen gebruikers in Nederland. | Twitter kan gebruikt worden om volgers te beïnvloeden, bijvoorbeeld voor politieke doeleinden. |
| *LIVESTREAMING* | *Een opkomende socialmediavorm is livestreaming. Met gebruik van de camerafunctie op onder meer smartphones en tablets kunnen live beelden worden verzonden naar iedereen die op dat ogenblik geïnteresseerd is in jouw beelden.**Bekende livestreaming diensten zijn: Periscope, Meerkat, Ustream.* | *Informeren, promoten, mensen met elkaar verbinden, verkopen* |
| *LOCATIONSHARING* | *Via locationsharing kun je mensen laten weten waar je bent. Steeds meer mensen maken daar gebruik van.* | *Informeren, promoten, mensen met elkaar verbinden* |
| Foursquare | Foursquare is een sociaal netwerk dat zich richt op de locatie van iemand. Gebruikers kunnen op deze locatie inchecken, waarbij ook zichtbaar wordt of vrienden toevallig in de buurt zijn. Daarnaast kan informatie worden toegevoegd aan een bepaalde locatie en kan een bedrijf bijvoorbeeld kortingen weggeven als iemand incheckt.  | Als veel mensen inchecken op een bepaalde locatie is dat goede reclame en dus interessant voor een bedrijf. |
| *REVIEWSITES* | *Reviewsites zijn sites waarop consumenten hun ervaringen met een product of een dienst kunnen plaatsen. Reviews zijn de laatste jaren steeds belangrijker geworden. Steeds meer mensen raadplegen een reviewsite voordat zij een product aanschaffen, een abonnement aanschaffen of een vakantie boeken.**Bekende reviewplatformen zijn Zoover en TripAdvisor.* | *Informeren, promoten, mensen met elkaar verbinden, verkopen**Voor bedrijven is het belangrijk om goed bekend te staan op reviewsites. Ze zullen eerder bezoekers/klanten krijgen.*  |
| *PRIVATE MESSAGING* | *Private messaging valt voor een deel onder social media, omdat er door mensen online informatie wordt gedeeld.*  | *Informeren, promoten, mensen met elkaar verbinden* |
| WhatsApp | Deze [app](https://nl.wikipedia.org/wiki/Mobiele_app) maakt het mogelijk om via een [internetverbinding](https://nl.wikipedia.org/wiki/Internet) met anderen te [chatten](https://nl.wikipedia.org/wiki/Chatten_%28communicatie%29), bellen en foto's, geluids- en video-opnamen en documenten uit te wisselen.Op WhatsApp kun je ook groepen aanmaken zodat je afgeschermd kunt communiceren met bijvoorbeeld een vriendengroep of een afdeling op het werk. | Bedrijven kunnen dit medium vooral gebruiken om snel informatie over te brengen, of om service te verlenen. |
| Snapchat | Net zoals bij WhatsApp worden via Snapchat foto’s en video’s online gedeeld. Het bijzondere van de app is dat de ontvangen media tijdelijk zichtbaar zijn bij de ontvangers, tussen de 1 en de 10 seconden. Daarna verdwijnen de bestanden van de servers van Snapchat. | Bedrijven kunnen dit medium gebruiken om snel informatie of reclame over te brengen waarbij beeld belangrijk is.  |
| Skype | Hiermee kun je via internet gratis met elkaar (video)chatten of bellen. | Organisaties gebruiken Skype vaak voor vergaderingen en voor verkoop (bijvoorbeeld van verzekeringen, hypotheken en bankrekeningen).  |



Werkwijze

**Stap 1 Kies je doel**

Bepaal wat je wilt bereiken.

**Stap 2 Kies je doelgroep**

Bepaal met welke mensen je daarvoor moet communiceren.

**Stap 3 Bedenk wat belangrijk is voor je communicatie**

Ga na hoe je boodschap het beste overkomt:

* d.m.v. tekst/beeld/geluid
* in korte/uitgebreide vorm
* met/zonder interactie
* wel/niet als belangrijk nieuwtje
* …

**Stap 4 Ga na welk social medium of welke social media je het beste kunt gebruiken**

Bedenk, aan de hand van de uitkomsten van stap 1 t/m 3, welk social medium je het beste kunt gebruiken. Houd hierbij rekening met de eigenschappen en doelen/functionaliteiten van de verschillende social media.

Eisen

Als je een type social media kiest, is het volgende belangrijk:

* Je denkt na over je doel en je doelgroep.
* Je denkt na over hoe je boodschap het beste overkomt (met tekst/beeld/geluid, in lange/korte vorm, met veel/weinig interactie, wel/niet als belangrijk nieuwtje, …)
* Je kunt aangeven waarom een social medium geschikt is om jouw boodschap over te brengen (zodat je je doel bereikt).



Oefenstof

Wil je oefenen? Maak dan de opdrachten.

**Opdracht 1 (10 minuten)**

Kies 3 verschillende social media en geef aan wat je ermee kunt doen.

Medium 1: \_\_\_\_\_\_­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Medium 2: \_\_\_\_\_\_­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Medium 3: \_\_\_\_\_\_­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Mogelijke antwoorden: Instagram - afbeeldingen posten met korte teksten erbij, Facebook - tekst of afbeeldingen posten, WhatsApp - tekstberichten met anderen uitwisselen, Twitter - korte teksten posten, LinkedIn - jezelf online presenteren (netwerken).*

Opdracht 2 (15 minuten)

Kies de juiste media-uiting. Je kunt kiezen uit: WhatsApp, YouTube, Facebook en LinkedIn*.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Onderwerp**  | **Doelgroep**  | **Social medium** |
| Popfestival | 30-plussers | *Facebook* |
| Vacature voor loonwerkers | Jongeren met MBO-diploma | *LinkedIn* |
| Gesprek over personeelsuitje | Collega’s tussen 20 en 60 jaar | *WhatsApp* |
| Instructie voor voetbaltrucs | Jongeren met interesse voor voetbal | *YouTube* |





Reflectie

Beantwoord de vragen.

1. Welke social media gebruik jij allemaal? Zet ze in de volgorde van meest gebruikt naar minst gebruikt.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Wat is jouw favoriete product? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Als je dit product zou moeten promoten, welke 3 media zou je dan kiezen? Geef ook aan waarom.

Medium 1: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

omdat: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Medium 2: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

omdat: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Medium 3: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

omdat: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## Checklist

Zet een 🗸 achter de stap als daaraan voldaan is.

|  |
| --- |
| **CHECKLIST Type social media kiezen****Leerling: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| De leerling heeft nagedacht over zijn doel en doelgroep. |  |
| De leerling heeft nagedacht over hoe zijn boodschap het beste overkomt (met tekst/beeld/geluid, in lange/korte vorm, met veel/weinig interactie, wel/niet als belangrijk nieuwtje, …) |  |
| De leerling kan aangeven waarom een social medium geschikt is om zijn boodschap over te brengen (zodat je je doel bereikt). |  |