

HOE JE JOUW SOCIALE MEDIA STRATEGISCH BENUT

- authentiek, strategisch én comfortabel

TODAY'S MENU

- wie ik ben en wat ik doe
- wie, wat, waarom?
- jouw sociale media strategisch inzetten (focus op Instagram)
- kleine opdrachtjes

WIE IK BEN

Rubia Heyer
freelance fashion professional

*I like to be a bridge between the creative and the practical.
Getting things done, in the right way.*

WAT IK DOE

EVENT PRODUCTIE

GETTING THINGS DONE

COMMUNICATIE

GETTING THE MESSAGE ACROSS

CONSULTANCY

GETTING YOU FURTHER

***DE NUMMER 1 VRAAG AAN
(CREATIEVE) ONDERNEMERS?***

**“OKAY, MAAR
WAT DOE JE DAN
PRECIES?”**

**“OKAY, MAAR
WAT DOE JE DAN
PRECIES?”**

WAT VERKOOP JE DAN PRECIES?

HOE WERKT DAT DAN PRECIES?

WAAR ZIT JE DAN PRECIES?

WAT KOST DAT DAN PRECIES?

ETC. ETC. ETC.

*OP SOCIALE MEDIA HEB JIJ
EEN DIRECTE LIJN NAAR JOUW
(POTENTIELE) KLANT
OM ANTWOORD TE GEVEN OP
DIE VRAAG*

**DE SLEUTEL TOT
(ONLINE) COMMUNICATIE
IS WETEN WAT
JE WIL ZEGGEN**

**EN WAAROM.
EN TEGEN WIE.**

WAT

WIE

WAAROM

DUS, WAAROM POST JIJ OP SOCIALE MEDIA?

- zichtbaarheid vergroten / nieuwe klanten aantrekken?
- volgers aanzetten om naar de winkel te komen?
- klanten aanzetten tot (online) kopen?
- informeren?

*ELKE “WAAROM” VEREIST
EEN ANDERE AANPAK,*

EEN ANDER SOORT CONTENT

WAAROM?

ZICHTBAARHEID

- volg & deel acties,
- samenwerkingen,
- advertenties

NAAR DE WINKEL

- reden geven om naar de winkel te gaan
- aanzetten tot actie

INFORMEREN

- droge en heldere informatie geven

AANZETTEN TOT KOPEN

- focus op de producten
- drempel verlagen tot aankopen

DUS, TEGEN WIE PRAAT JIJ OP SOCIALE MEDIA?

EEN DIRECTE LIJN NAAR JOUW (POTENTIELE) KLANT.

- wie is dat?
- waar vind je die?

TEGEN WIE JE PRAAT BEPAALT;

*HOE JE PRAAT
WAAR JE PRAAT
WAT JE ZEGT*

WIE?

HOE JE PRAAT

welke toon sla je aan, wat voor taal gebruik je

WAAR JE PRAAT

Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest, X?

WAT JE ZEGT

potentiele klanten hebben andere info nodig dan bestaande

WAT JE ZEGT

- boodschap
- beeld

DUS, WAT WIL JE ZEGGEN?

- wat is de identiteit van jouw onderneming?
- wat is belangrijk voor jouw onderneming?
- wat heb je voor producten?
- etc.

*WAT JIJ ZEGT MOET
AANSLUITEN OP*

WIE JE BENT

WAT?

WIE BEN JE? EN WAT BIEDT JE?

lokaal / overal
duurzaam / laatste trends
kwaliteit / betaalbaar
luxe / bereikbaar
groot / persoonlijk
etc.

LATEN WE OEFENEN:

- WAT?**
- wat is belangrijk voor jouw onderneming?
 - wat is de identiteit van jouw onderneming?
- WIE?**
- wie is jouw (ideale) klant?
 - zit diegene op Facebook / Instagram / etc?
- WAAROM?**
- wat wil jij bereiken met jouw posts?

DE KERN VAN JOUW ONLINE COMMUNICATIE

*HET ANTWOORD OP DEZE VRAGEN ZOU DE KERN MOETEN ZIJN VAN JOUW
COMMUNICATIE OP SOCIALE MEDIA (EN WEBSITE)*

*ALS JE BEDENKT WAT JE WIL
ZEGGEN, WAAROM JE POST
EN TEGEN WIE JE PRAAT*

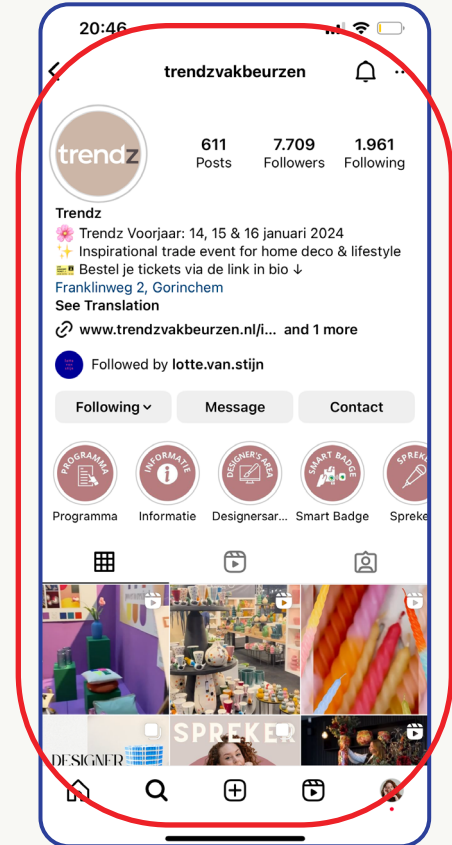
***BEN JE STRATEGISCH
AAN HET POSTEN***

***JE PROFIEL,
FEED
EN
POST***

FOCUS OP INSTAGRAM

EEN STRATEGISCH PROFIEL

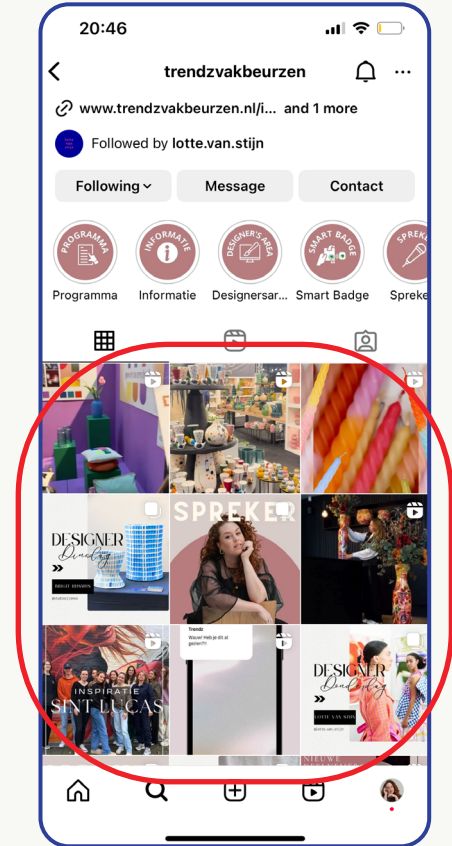
- bio: moet duidelijk maken wie je bent, wat je aanbiedt
- praktische informatie: adres, openingstijden, levertijden, etc.
- profiel foto: herkenbaar en eigen
- highlights: licht je belangrijkste boodschap uit! contact / kopen / laatste collectie / etc.
- knoppen en tools: gebruik de mogelijkheden die Instagram biedt!



EEN STRATEGISCHE FEED

de cyclus van negen

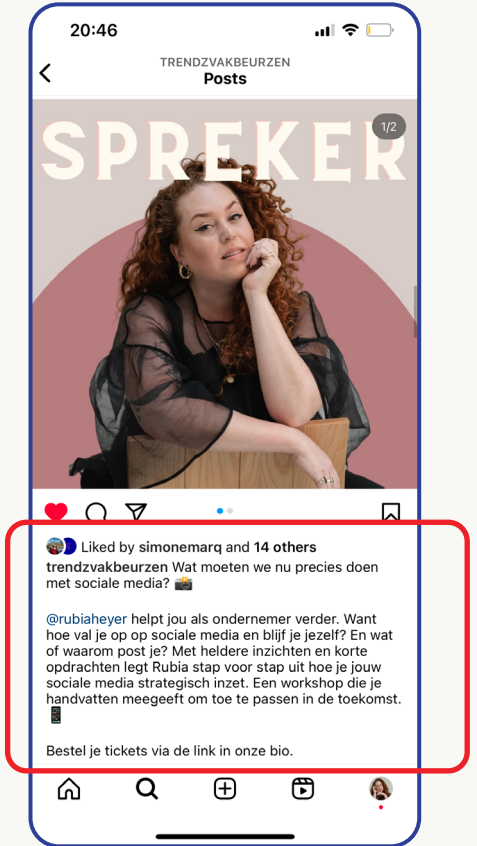
- mensen kijken op een profiel enkel naar de laatste negen posts.
- in elke cyclus van negen posts moet dus jouw belangrijkste boodschap / informatie / etc. terug komen
- je feed biedt inzicht in wie je bent, wat je biedt, wat je hebt, waar je voor staat, etc.
- je kunt je feed plannen, of zo nu en dan “inchecken”, net wat voor jou werkt.



EEN STRATEGISCHE POST

use your caption wisely

1. kernboodschap / aandachts trekker
2. inhoud: deel je boodschap kort maar krachtig
3. call to action: contact / kom langs / koop nu / etc.



LATEN WE OEFENEN:

Analyseer je eigen profiel en kijk wat je (nog) beter kunt benutten;

- je bio
- je profiel foto
- je hoogtepunten
- je feed
- je captions

HUISWERK:

*DENK NA OVER WAT JE POST
MAAR VIND OOK DE LOL ER IN!*

KEEP GOING

- *ACTIE IS BELANGRIJK VOOR ZICHTBAARHEID*
- *VIND JOUW COMFORTZONE: WAT WERKT VOOR JOU?*
- *JE KUNT BETER NIET PERFECT POSTEN, DAN HELEMAAL NIET POSTEN*
- *DE KRACHT VAN HERHALING: MENSEN MOETEN IETS ZEVEN KEER HOREN VOORDAT ZE OVERGAAN TOT ACTIE*
- *WEET WANNEER HET TIJD IS OM TE DELEGEREN*
- *VOORUIT PLANNEN ÓF JUIST SPONTAAN POSTEN? DOE WAT WERKT*
- *ALS JE ADVERTEERT: WEES DAN SPECIFIEK IN JE PLATFORM, DOELGROEP EN BOODSCHAP*

VRAGEN OF MEEDENKEN?

@rubiaheyer
www.rubiaheyer.com
hi@rubiaheyer.com