

# Social Media & Content Delivery



**COMPETENCE  
FACTORY**

*host: Michel Penterman*  
*gastspreker: Paul Blok*





Trainingen ▾

Aanbiedingen

Kalender

Blog

Maatwerk

Brochures

Contact

Over CF

[Home](#) > [Online Marketing Business School](#) > [Trainingen](#) >

## Gratis opleiding met UWV Scholingsvoucher

### UWV scholingsvoucher

Hier vind je alle informatie over de scholingsvoucher, de trainingen én het juiste opleidingsadvies voor online marketeers en creative professionals!

Opleidingsadvies  
nodig?

Neem contact op met onze  
opleidingsadviseur:

020 - 5 225 225

Last-minutekorting!

Cursus Facebook Marketing

-15%

<https://competencefactory.nl/business-school/aanbod/uwv-scholingsvoucher>

# AGENDA

**WELKOM BIJ DIT WEBINAR**

**SOCIAL MEDIA & CONTENT**

**SOCIAL STRATEGY CANVAS**

**CONTENT**

**MEDIA**

**CASE**



# AGENDA

WELKOM BIJ DIT WEBINAR

**SOCIAL MEDIA & CONTENT**

**SOCIAL STRATEGY CANVAS**

**CONTENT**

**MEDIA**

**CASE**







@MICHELPENTERMAN



*start-up  
albert heijn*

*hema    anwb    heinz  
kro    omroep brabant*

*landal greenparks*

*adformatie groep,  
ministerie buza*

*eurosonic noorderslag*

*gemeente almere*

*consultancy agency*

*bbie    unicef*

*hogeschool van amsterdam*

*diverse ministeries*

*thuiswinkel.org*

@PAULBLOK



*outside world  
of organization*



*what i do  
give meaning*

*issue  
tech, media & behaviour*

*problem  
understanding what's going on*

*main concern  
what does this mean for our industry?*

*inside world  
of organization*

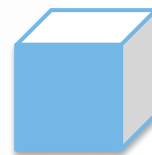


*what i do  
develop strategies*

*issue  
antiquated organization*

*problem  
finding a compatible strategy*

*main concern  
how can we adapt?*



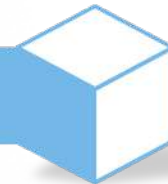
*what i do  
change management*

*issue  
gravity of existing organization*

*problem  
make ambitions come true*

*main concern  
how do we execute our strategy?*

@PAULBLOK



# AGENDA

**WELKOM BIJ DIT WEBINAR**

**SOCIAL MEDIA & CONTENT**

**SOCIAL STRATEGY CANVAS**

**CONTENT**

**MEDIA**

**CASE**











kanaal



A scenic view of a canal in a Dutch town. In the foreground, a black boat with a metal railing carries several people. In the middle ground, a red and white boat is also filled with people. Further down the canal, a blue boat with two people is visible. The background features a brick building with a cafe, green awnings, and a wooden bridge. The water is dark and reflects the surrounding greenery and buildings.

*content*

*kanaal*





content

kanaal







content

kanaal

# AGENDA

WELKOM BIJ DIT WEBINAR

SOCIAL MEDIA & CONTENT

SOCIAL STRATEGY CANVAS

CONTENT

MEDIA

CASE



**wat is een *canvas*?**



















**wat is het**  
***social strategy canvas?***



# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TWITTER

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

WEBCARE

TWITTER

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

WEBCARE

SNELHEID

TWITTER

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

WEBCARE

SNELHEID

TWITTER

MEDEWERKERS

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

KLANTGEDRAG

WEBCARE

SNELHEID

TWITTER

MEDEWERKERS



# SOCIAL STRATEGY CANVAS

KLANTGEDRAG

WEBCARE

SNELHEID

TWITTER

MEDEWERKERS

CAPACITEIT

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE

MERKWAARDEN

KLANTGEDRAG

MONITOREN

PRIORITEITEN

WEBCARE

REPUTATIE

SNELHEID

CONTENTCREATIE

SHARING

24/7

BEDRIJFSACCOUNT

TWITTER

YOUTUBE

MEDEWERKERS

LINKEDIN

FACEBOOK

DE BAAS

CAPACITEIT

OVERTUIGINGSKRACHT

ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE

MERKWAARDEN

KLANTGEDRAG

MONITOREN

PRIORITEITEN

WEBCARE

REPUTATIE

SNELHEID

CONTENTCREATIE

SHARING

24/7

BEDRIJFSACCOUNT

TWITTER

YOUTUBE

MEDEWERKERS

LINKEDIN

FACEBOOK

DE BAAS

CAPACITEIT

OVERTUIGINGSKRACHT

ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE

MERKWAARDEN

KLANTGEDRAG

MONITOREN

PRIORITEITEN

WEBCARE

REPUTATIE

SNELHEID

CONTENTCREATIE

SHARING

24/7

BEDRIJFSACCOUNT

TWITTER

YOUTUBE

MEDEWERKERS

LINKEDIN

FACEBOOK

DE BAAS

CAPACITEIT

OVERTUIGINGSKRACHT

ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE

MERKWAARDEN

KLANTGEDRAG

MONITOREN

PRIORITEITEN

WEBCARE

REPUTATIE

CONTENTCREATIE

SNELHEID

SHARING

24/7

TWITTER

YOUTUBE

MEDEWERKERS

LINKEDIN

FACEBOOK

DE BAAS

CAPACITEIT

OVERTUIGINGSKRACHT

ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE

MERKWAARDEN

KLANTGEDRAG

MONITOREN

PRIORITEITEN

WEBCARE

REPUTATIE

CONTENTCREATIE

SNELHEID

SHARING

24/7

BEDRIJFSACCOUNT

TWITTER

YOUTUBE

MEDEWERKERS

LINKEDIN

FACEBOOK

DE BAAS

CAPACITEIT

OVERTUIGINGSKRACHT

ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE  
KERNVRAAG: **WAAROM** WERKWAARDEN  
RELEVANT GEDRAG

MONITOREN

WEBCARE

REPUTATIE

CONTENTCREATIE

SHARING

PRIORITEITEN

SNELHEID

24/7

BEDRIJFSACCOUNT

MEDEWERKERS

DE BAAS

TWITTER

LINKEDIN

YOUTUBE

FACEBOOK

CAPACITEIT

OVERTUIGINGSKRACHT

ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE  
KERNVRAAG: **WAAROM** WERKWAARDEN  
RELEVANT GEDRAG

MONITOREN  
KERNVRAAG: **WAT**  
WEBCARE REPUTATIE  
CONTENT CREATIE  
SHARING

PRIORITEITEN

SNELHEID

24/7

BEDRIJFSACCOUNT

MEDEWERKERS

DE BAAS

TWITTER

LINKEDIN

YOUTUBE

FACEBOOK

CAPACITEIT  
OVERTUIGINGSKRACHT ECHT DOEN



# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE  
KERNVRAAG: **WAAROM**  
WIKIWAARDEN  
REANIGEDRAG

MONITOREN  
KERNVRAAG: **WAT**  
WEBCARE REPUTATIE  
CONTENTCREATE  
SHARING

PRIORITEITEN

SNELHEID

24/7

BEDRIJESACCOUNT  
KERNVRAAG: **WIE**  
MEDEWERKERS  
DE BAAS

TWITTER

YOUTUBE

LINKEDIN

FACEBOOK

CAPACITEIT  
OVERTUIGINGSKRACHT  
ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE  
KERNVRAAG: **WAAROM**  
WEEKWAARDEN  
REANIGEDRAG

MONITOREN  
KERNVRAAG: **WAT**  
WEBCARE REPUTATIE  
CONTENTCREATE  
SHARING

PRIORITEITEN

SNELHEID

24/7

BEDRIJFSACCOUNT  
KERNVRAAG: **WIE**  
MEDEWERKERS  
DE BAAS

TWITTER KERNVRAAG: **WAAR**  
YOUTUBE  
LINKEDIN FACEBOOK

CAPACITEIT  
OVERTUIGINGSKRACHT ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE  
KERNVRAAG: **WAAROM**  
WAAKWAARDEN  
REANIGEDRAG

MONITOREN  
KERNVRAAG: **WAT**  
WEBCARE REPUTATIE  
CONTENTCREATE  
SHARING

PRIORITEITEN  
KERNVRAAG: **WANNEER**  
SNEELHEID  
24/7

BEDRIJFSACCOUNT  
KERNVRAAG: **WIE**  
MEDEWERKERS  
DE BAAS

TWITTER KERNVRAAG: **WAAR**  
YOUTUBE  
LINKEDIN FACEBOOK

CAPACITEIT  
OVERTUIGINGSKRACHT ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

TECHNOLOGIE  
KERNVRAAG: **WAAROM** WERKWAARDEN  
KLANJGEDRAG

MONITOREN  
KERNVRAAG: **WAT**  
WEBCARE REPUTATIE  
CONTENTCREATE  
SHARING

PRIORITEITEN  
KERNVRAAG: **WANNEER**  
SNEELHEID  
24/7

BEDRIJFSACCOUNT  
KERNVRAAG: **WIE**  
MEDEWERKERS  
DE BAAS

TWITTER KERNVRAAG: **WAAR**  
YOUTUBE  
LINKEDIN FACEBOOK

CAPACITEIT  
KERNVRAAG: **HOE**  
OVERTUIGING KRACHT  
ECHT DOEN

# SOCIAL STRATEGY CANVAS



DOEL



DOELGROEP



KPI'S

KERNVRAAG: **WAAROM**



ACTIVITEITEN

KERNVRAAG:

**WAT**



PLANNING

KERNVRAAG:

**WANNEER**



VERANTWOORDELIJKHEDEN

KERNVRAAG:

**WIE**



MEDIA ECO SYSTEEM

KERNVRAAG:

**WAAR**



IMPLEMENTATIE

KERNVRAAG: **HOE**

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE / MERK: .....



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



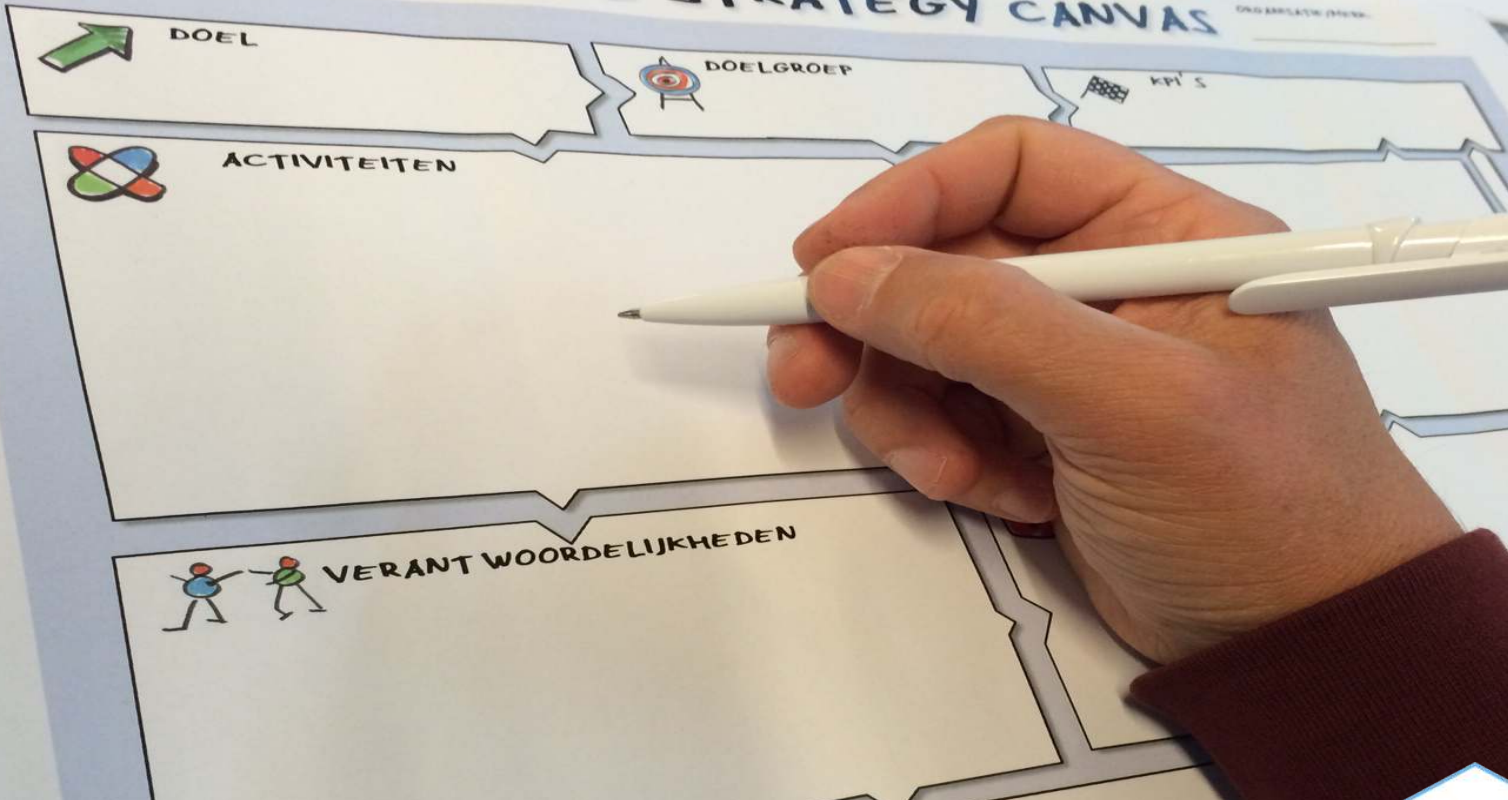
MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE



# SOCIAL STRATEGY CANVAS



ONTWERPEN



# SOCIAL STRATEGY



BESCHRIJVEN





# SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE / MERK: .....



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE



# SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE / MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE / MERK: .....



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

# AGENDA

WELKOM BIJ DIT WEBINAR

SOCIAL MEDIA & CONTENT

SOCIAL STRATEGY CANVAS

CONTENT









MEDIA

CASE



# SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE / MERK:

 <b>DOEL</b>	 <b>DOELGROEP</b>	 <b>KPI'S</b>
 <b>ACTIVITEITEN</b>	 <b>PLANNING</b>	
 <b>VERANTWOORDELIJKHEDEN</b>	 <b>MEDIA ECO SYSTEEM</b>	
 <b>IMPLEMENTATIE</b>		



# DE COMMUNICATIEROOS

*“wij moeten (eigenlijk een beetje)...*

- a) starten met*
- b) stoppen met*
- c) meer*
- d) minder*
- e) beter*
- f) anders*

*.....(werkwoord).....”*



# SOCIAL MEDIA ACTIVITEITEN

MARKTONTWIKKELING

VERBETEREN  
DIENSTVERLENING

KLANTERVARINGEN

CRISISCOMMUNICATIE

KOOPSIGNALEN

BELEID

WEBCARE

SELECTEREN TOOLS

BETREKKEN VAN ANDERE AFDELINGEN

KENNISONTWIKKELING

IDEEN VRAGEN

TRANSPARANTIE

DISCUSSIES STARTEN

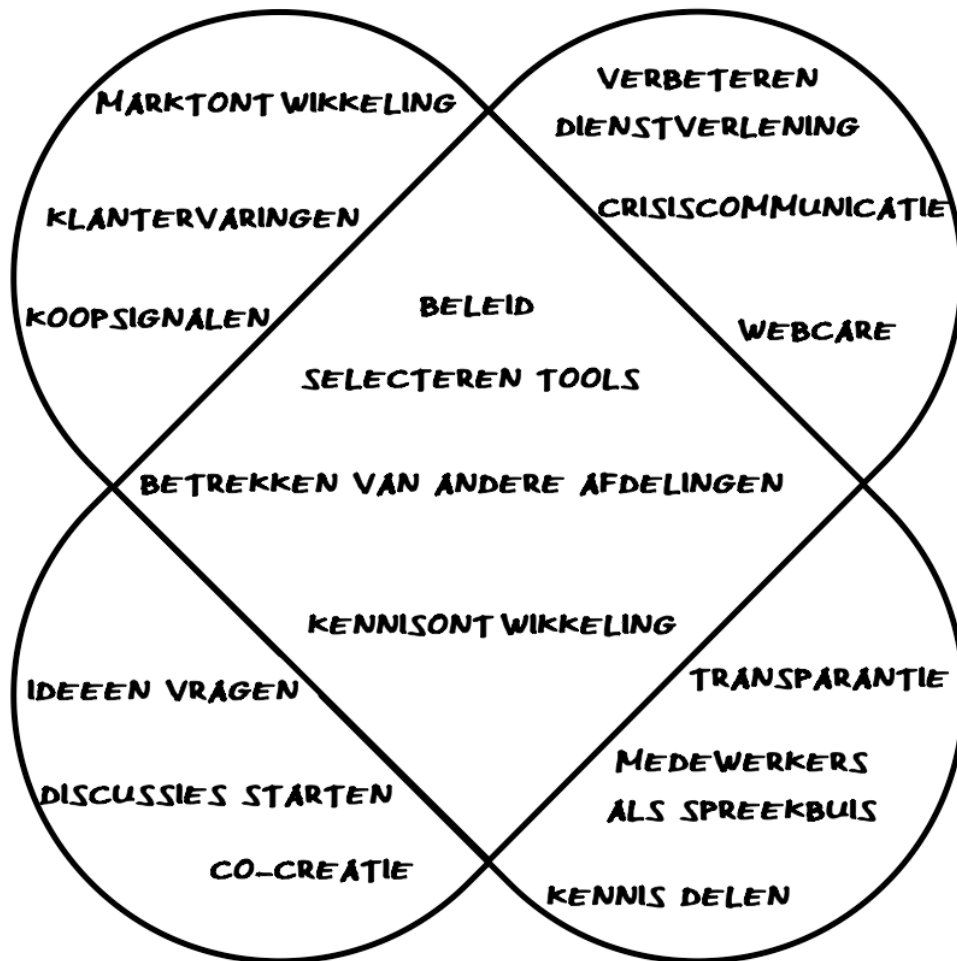
MEDEWERKERS  
ALS SPREEKBUIS

CO-CREATIE

KENNIS DELEN

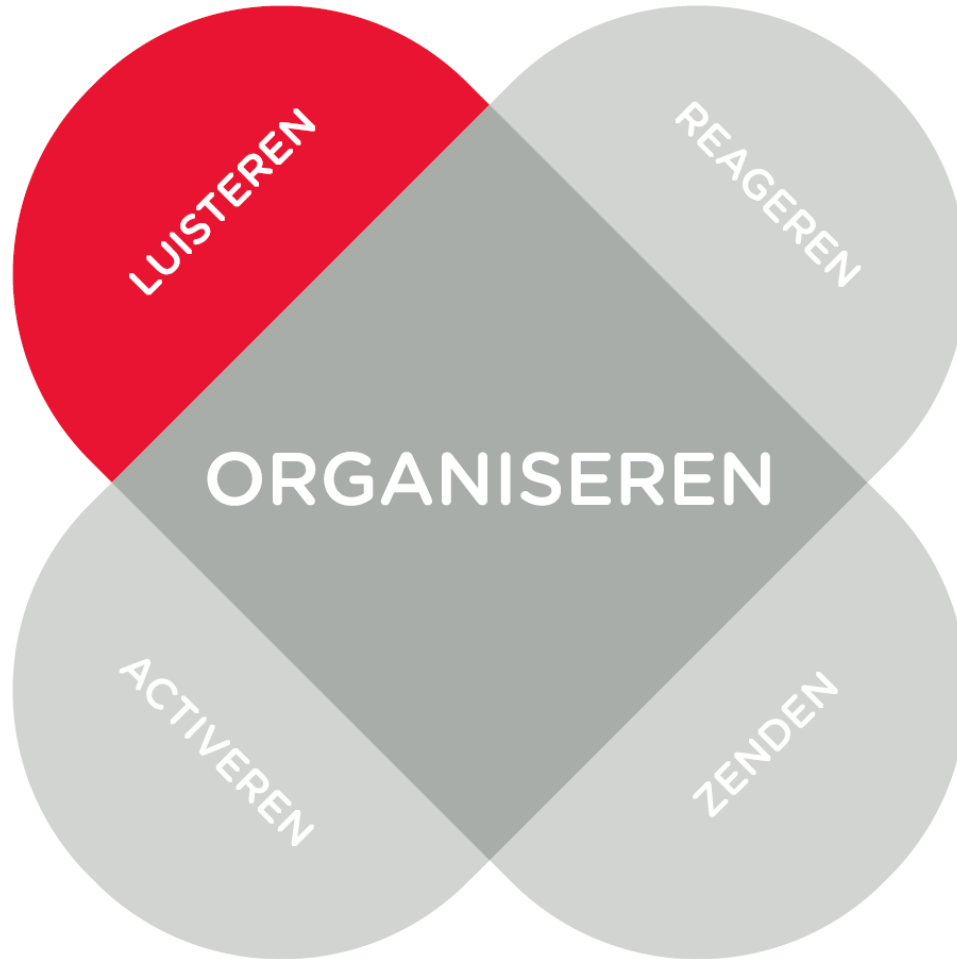


# ACTIVITEITEN GEORDEND



# DE COMMUNICATIEROOS









LUISTEREN

REAGEREN

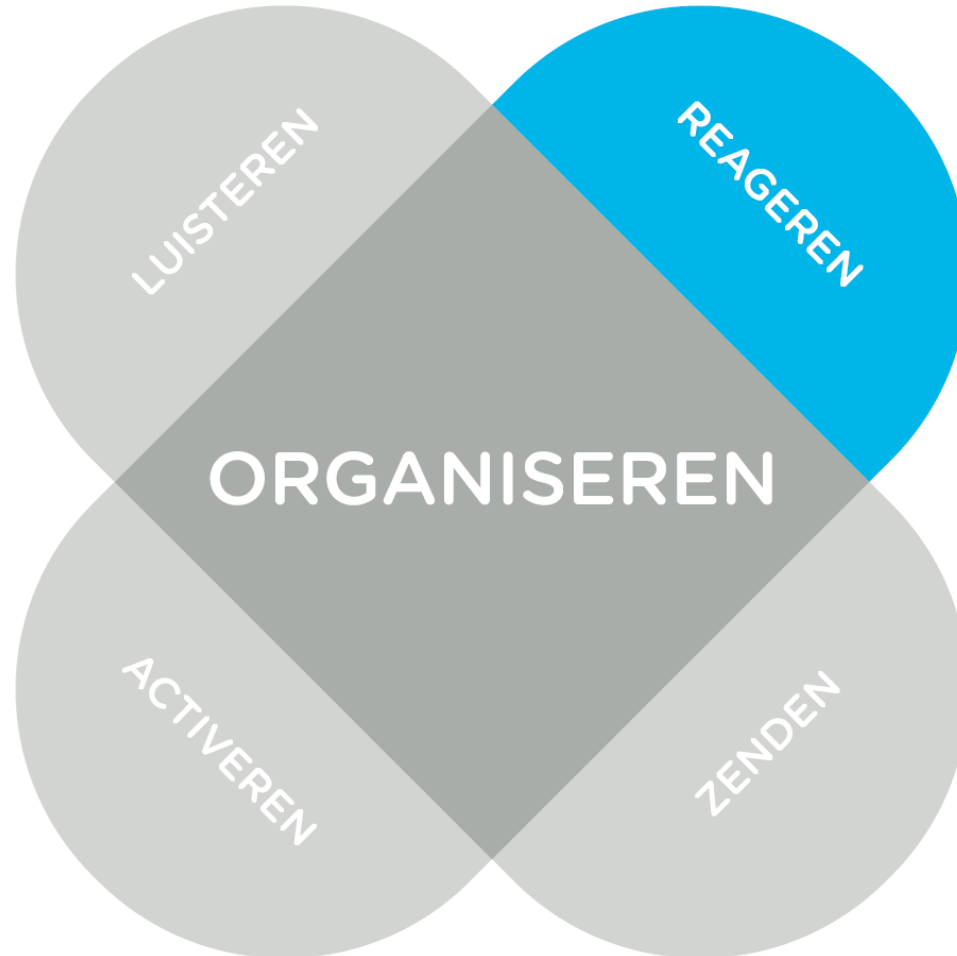
ORGANISEREN

ACTIVEREN

ZENDEN

- ✓ **waarover / over wie** wordt gepraat?
- ✓ **hoeveel** wordt er gezegd?
- ✓ **hoe** (positief? negatief? neutraal)?
- ✓ **waar** praat men over ons?
- ✓ **wie** praat er over ons?





LUISTEREN

REAGEREN

ORGANISEREN

ACTIVEREN

ZENDEN

- ✓ **waarop** reageren we (vraag, klacht, opmerking)?
- ✓ **wat** is onze rol (doorgeven of oplossen?)
- ✓ **hoe snel** reageren we?
- ✓ **wie** reageert er?
- ✓ **waar** reageren we?

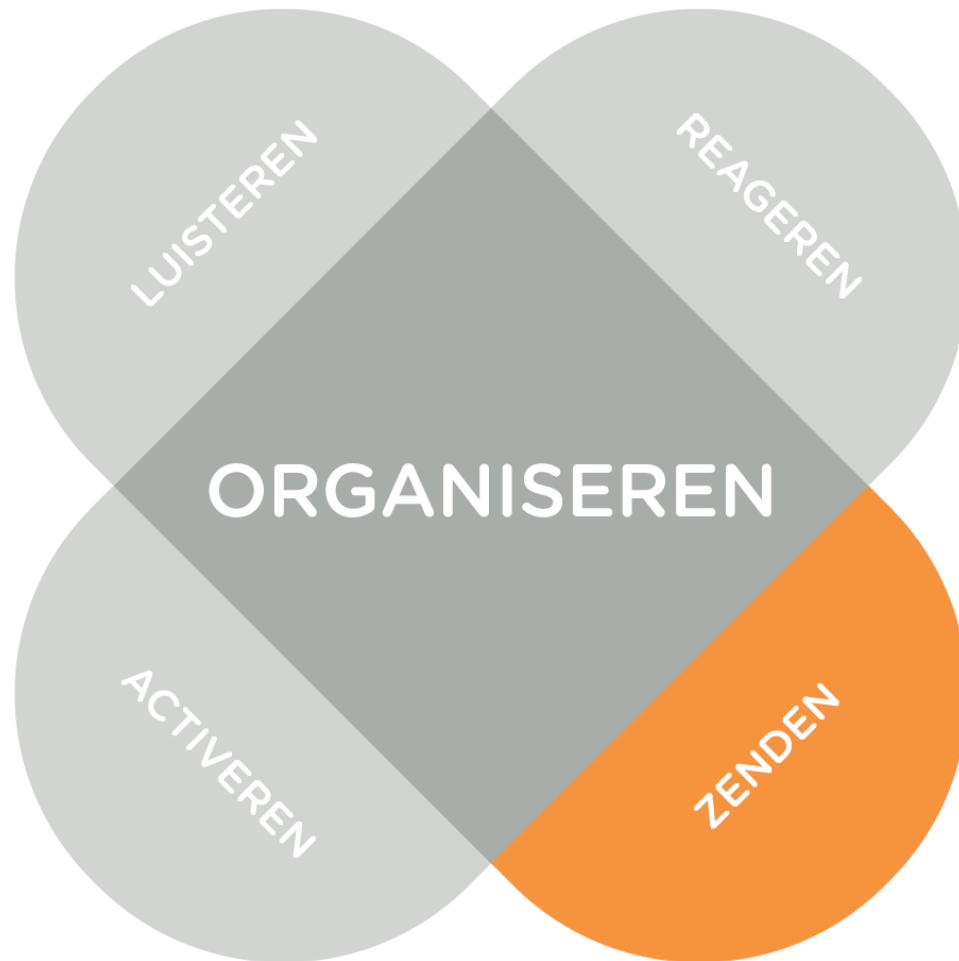


EN

REAGEREN

ORGANISEREN







LUISTEREN

REAGEREN

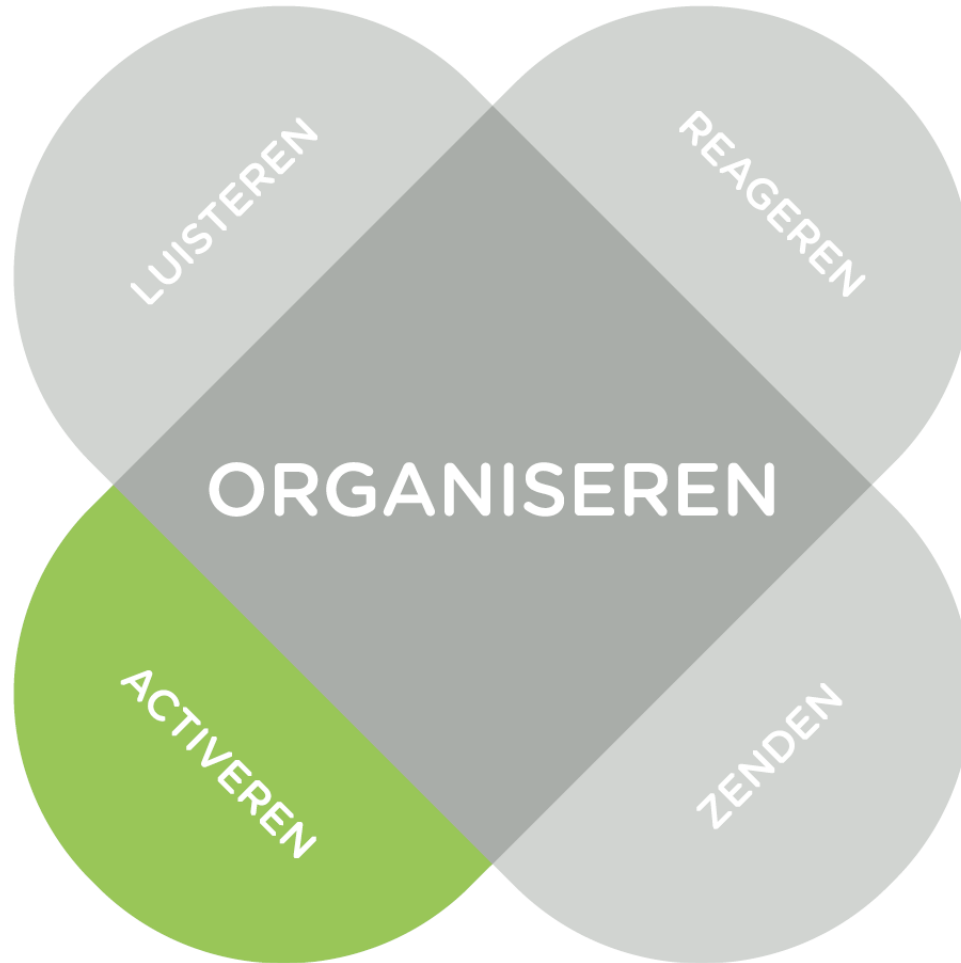
ORGANISEREN

ACTIVEREN

ZENDEN

- ✓ **wat** hebben we te vertellen?
- ✓ **hoe** kan dat beter?
- ✓ **wie** kan dat het beste vertellen?
- ✓ **waar** kunnen we het beste praten?
- ✓ **wanneer** (moment i.h. jaar, dag, uur) werkt?







LUISTEREN

REAGEREN

ORGANISEREN

ACTIVEREN

ZENDEN

- ✓ **hoe** kunnen we meer mensen aan ons binden?
- ✓ **wie** zouden we (beter) kunnen betrekken (meedenken, meedoen)?
- ✓ **waarover** willen we dat mensen namens/voor/over ons praten? Liefst positief?



LUIS

REN

ORGANISEREN

ACTIV

IDEN

LUIST

REN

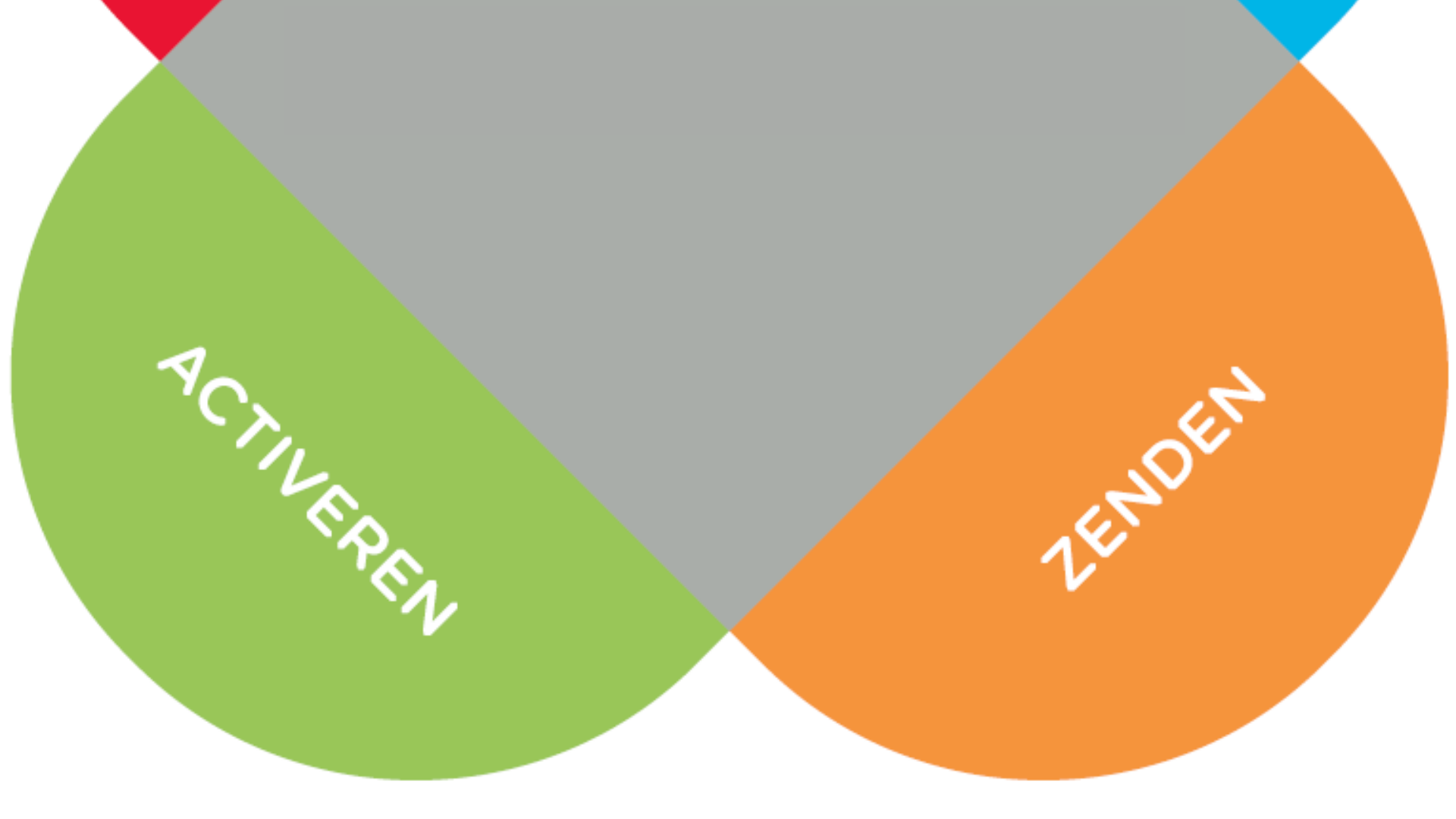
- ✓ kennisontwikkeling
- ✓ richtlijnen
- ✓ tooling

# ORGANISEREN

- ✓ TBV interne afdelingen
- ✓ TBV externe partners

ACTIV

IDEN



ACTIVEREN

ZENDEN



**show, don't tell**



*“Our two day tours offer great views, unexpected encounters with rare animals”*



*“Our two day tours offer great views, unexpected encounters with rare animals”*

VS





## Timmertip 143 Slotgat boren in een deur



timmerman koos

 **Abonneren** 5.197

59.046

 Toevoegen aan  Delen  Meer

 49  13





timmerman slot vlaardingen





All Images Maps Shopping News More Search tools

About 106.000 results (0,61 seconds)

### Wielen en slot van de schuifpui vervangen? Gratis offertes ...

[www.casius.nl](http://www.casius.nl) > ... > [Timmerman Vlaardingen](#) > [Translate this page](#)

"Via Casius ontving ik snel 3 vrijblijvende offertes voor wielen en slot van de schuifpui vervangen van timmermannen in Vlaardingen om te weten wat het mij ...

### Timmerman Vlaardingen, timmerbedrijf voor houtbewerking ...

[timmermannenservice.nl/vlaardingen/](http://timmermannenservice.nl/vlaardingen/) > [Translate this page](#)

Bent u op zoek naar een ervaren timmerman in Vlaardingen? Dan bent u bij ... Tot slot geeft de timmerman uit Vlaardingen ook advies over inbraakpreventie.

### timmerman koos - YouTube

<https://www.youtube.com/user/timmermankoos> > [Translate this page](#)

De prijs gewonnen als beste leerling van de LTS-Delft 1962 Als 15-jarige leerling-timmerman begonnen en doorgegaan met studies zoals Gezel en HTS ...

### Timmertip 63 Patentboutjes, veel voorkomende slot ...



<https://www.youtube.com/watch?v=PX2cvvztzGY>

Feb 12, 2012 - Uploaded by timmerman koos

Een beetje kapotmaken kan een oplossing zijn. Dit is in de film te zien bij patentboutjes. De timmerman ...

### ≥ Marktplaats.nl - Advertenties van timmerman ...

[www.marktplaats.nl/verkopers/21538762.html](http://www.marktplaats.nl/verkopers/21538762.html) > [Translate this page](#)

Alle advertenties van timmerman & slotenmaker Hafid, Rotterdam op Marktplaats.nl.

Bekijk het ... [Fietsslot kettingslot slot](#) openen openmaker Brievenbus slot.

Missing: vlaardingen

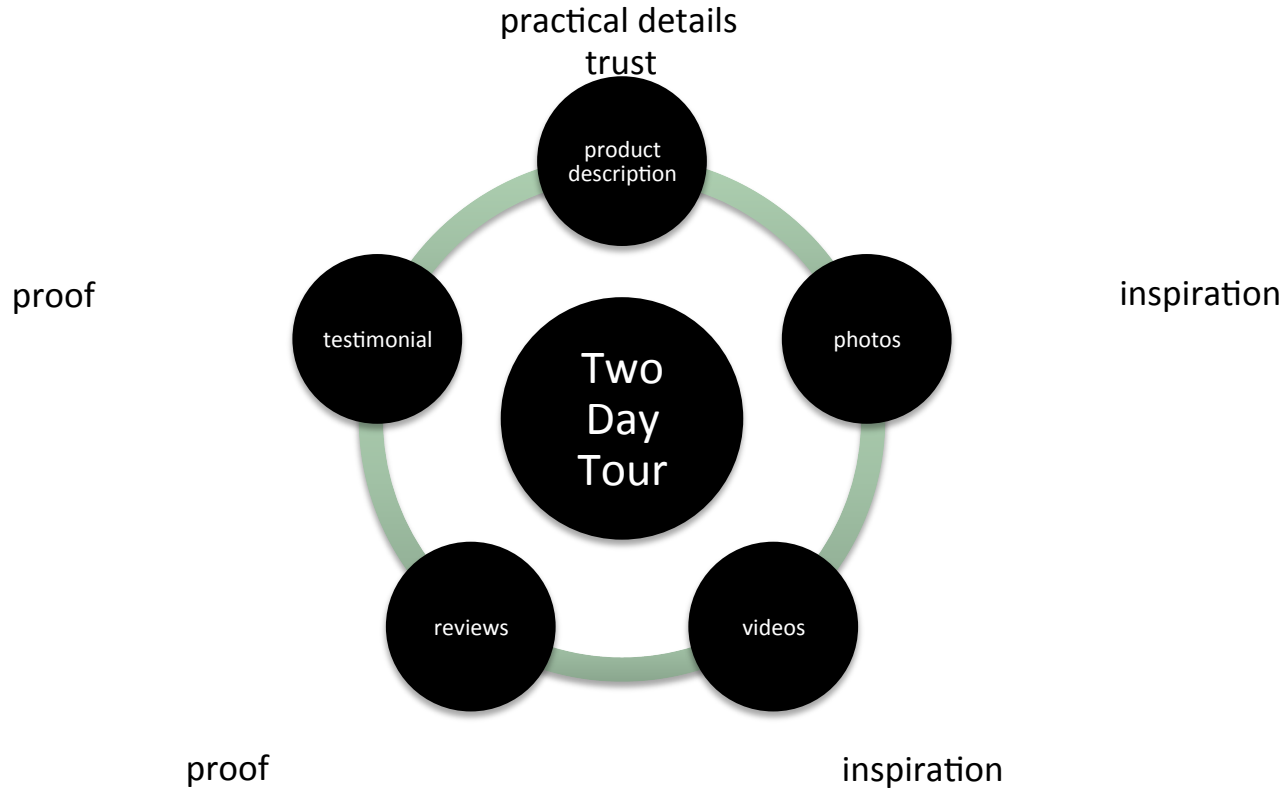
### Klok Sleutels & Slot Ron in Vlaardingen | De Telefoongids

[www.detelefoongids.nl/klok-sleutels-slot-ron/](http://www.detelefoongids.nl/klok-sleutels-slot-ron/) /5-1/ > [Translate this page](#)

**create content  
around the product**

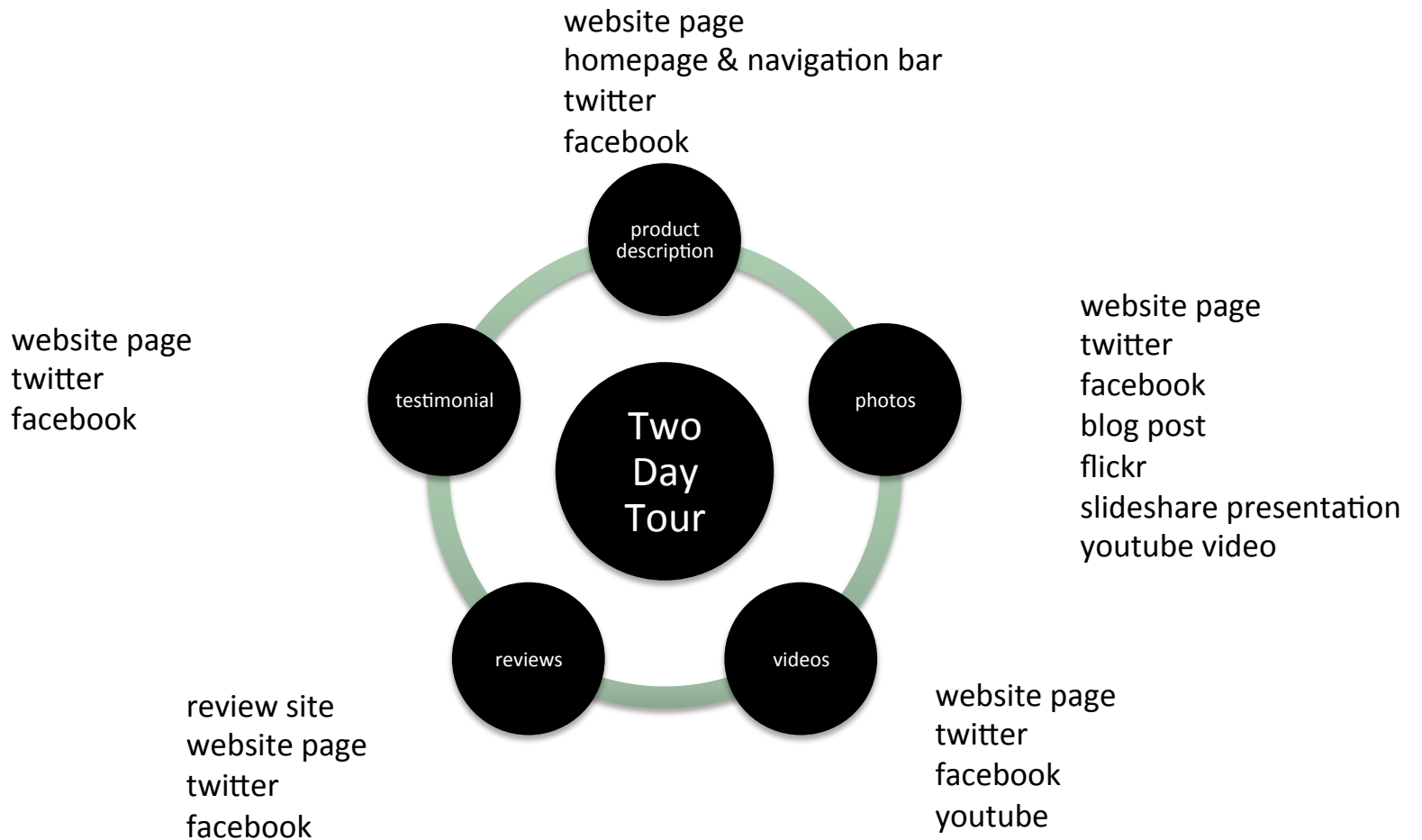






**create once**  
***publish everywhere***





# AGENDA

WELKOM BIJ DIT WEBINAR

SOCIAL MEDIA & CONTENT

SOCIAL STRATEGY CANVAS

CONTENT

MEDIA

CASE



# SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE / MERK: .....



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



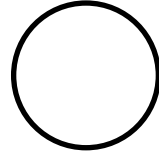
IMPLEMENTATIE

# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEEM



# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEM

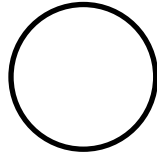
TWITTER



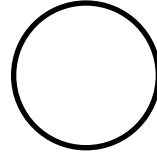


# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEM

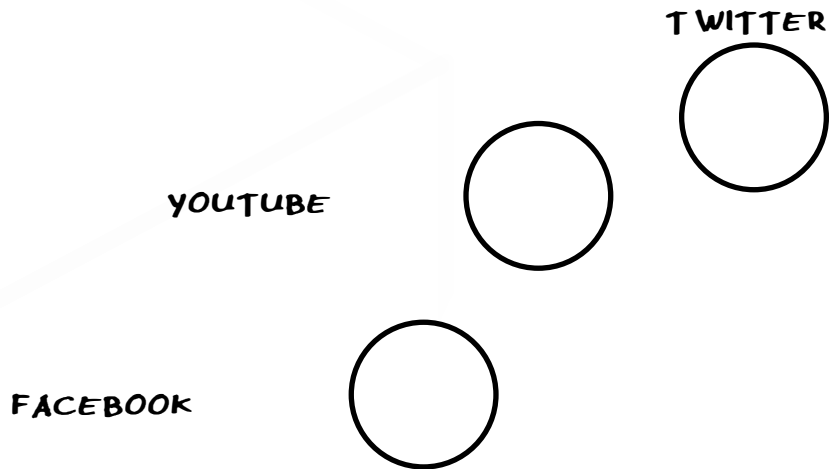
YOUTUBE



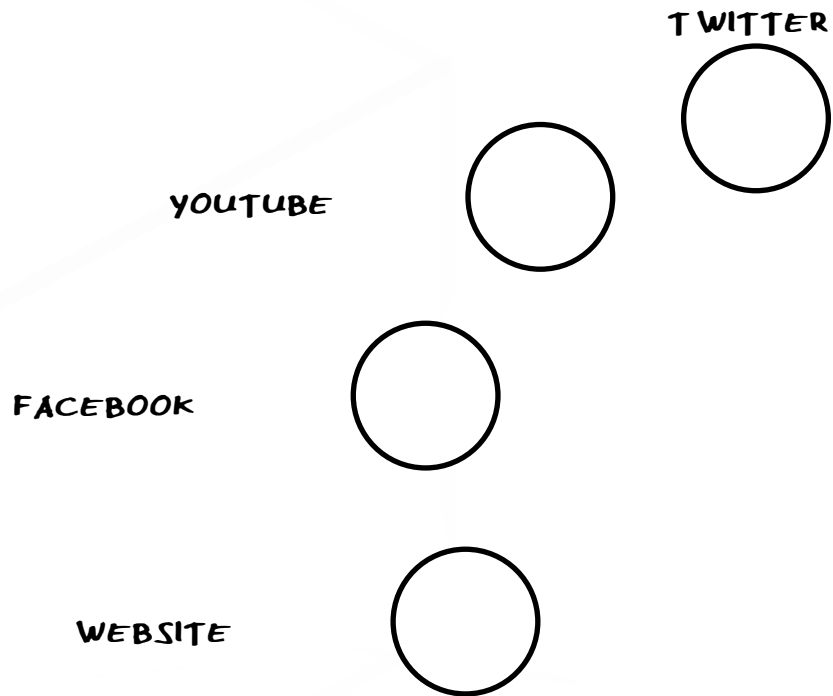
TWITTER



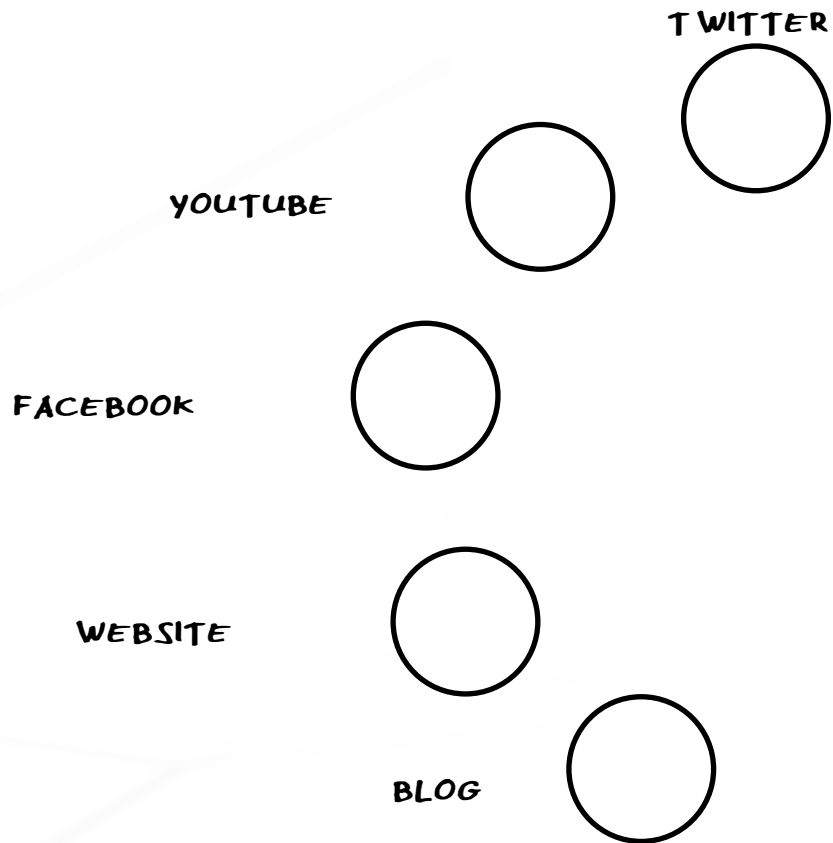
# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEM



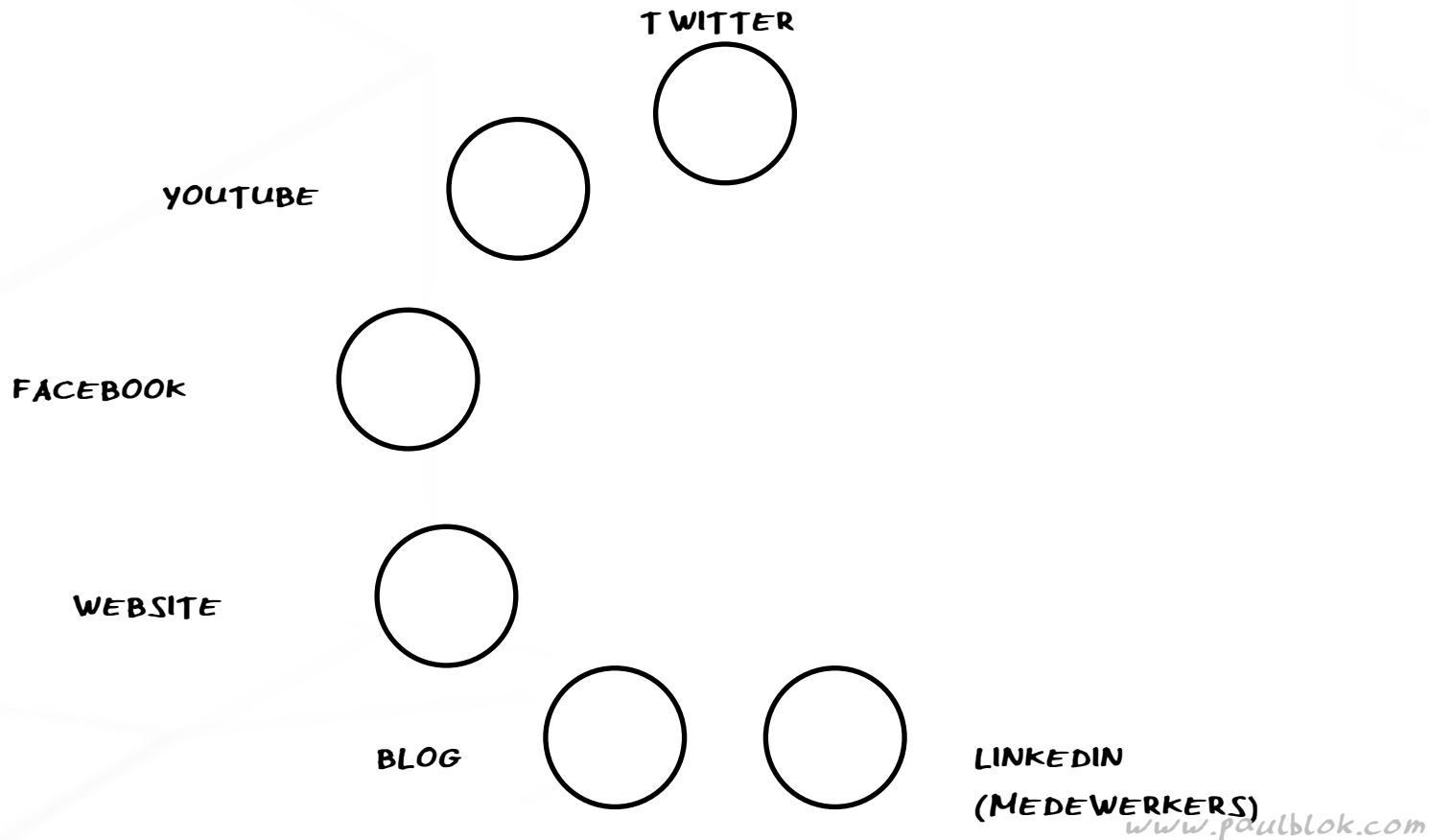
# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEM



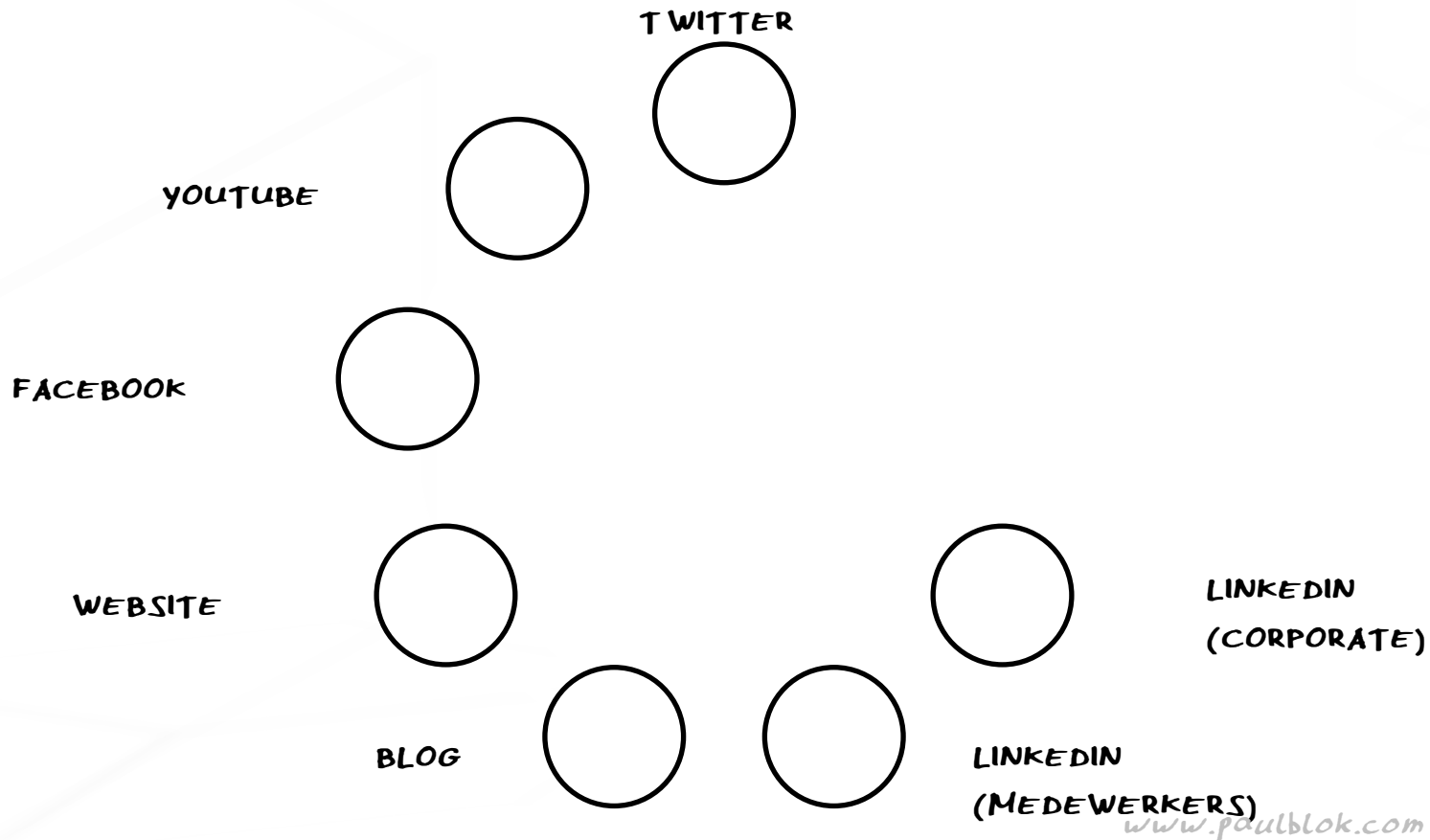
# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEM



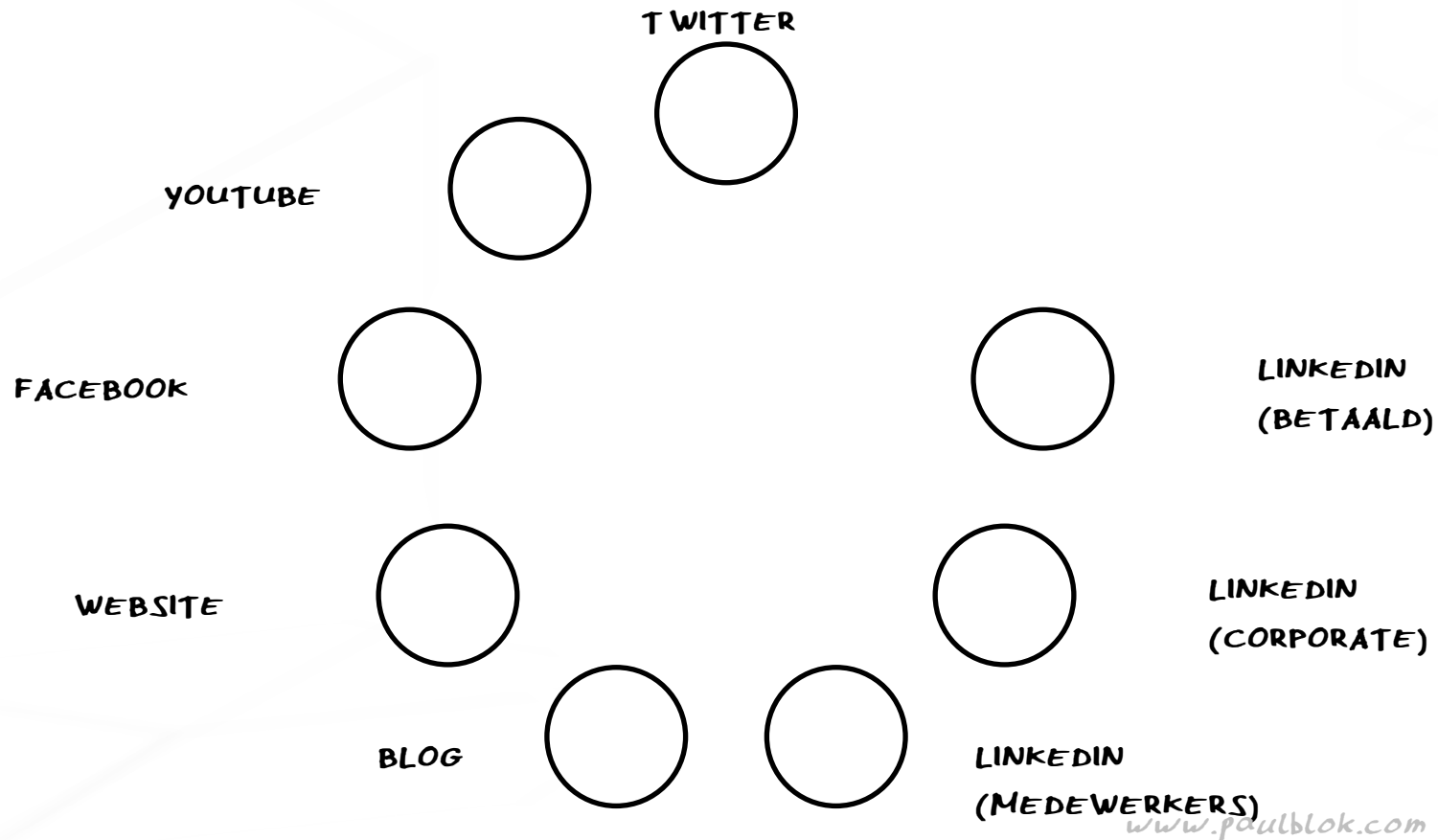
# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEEM



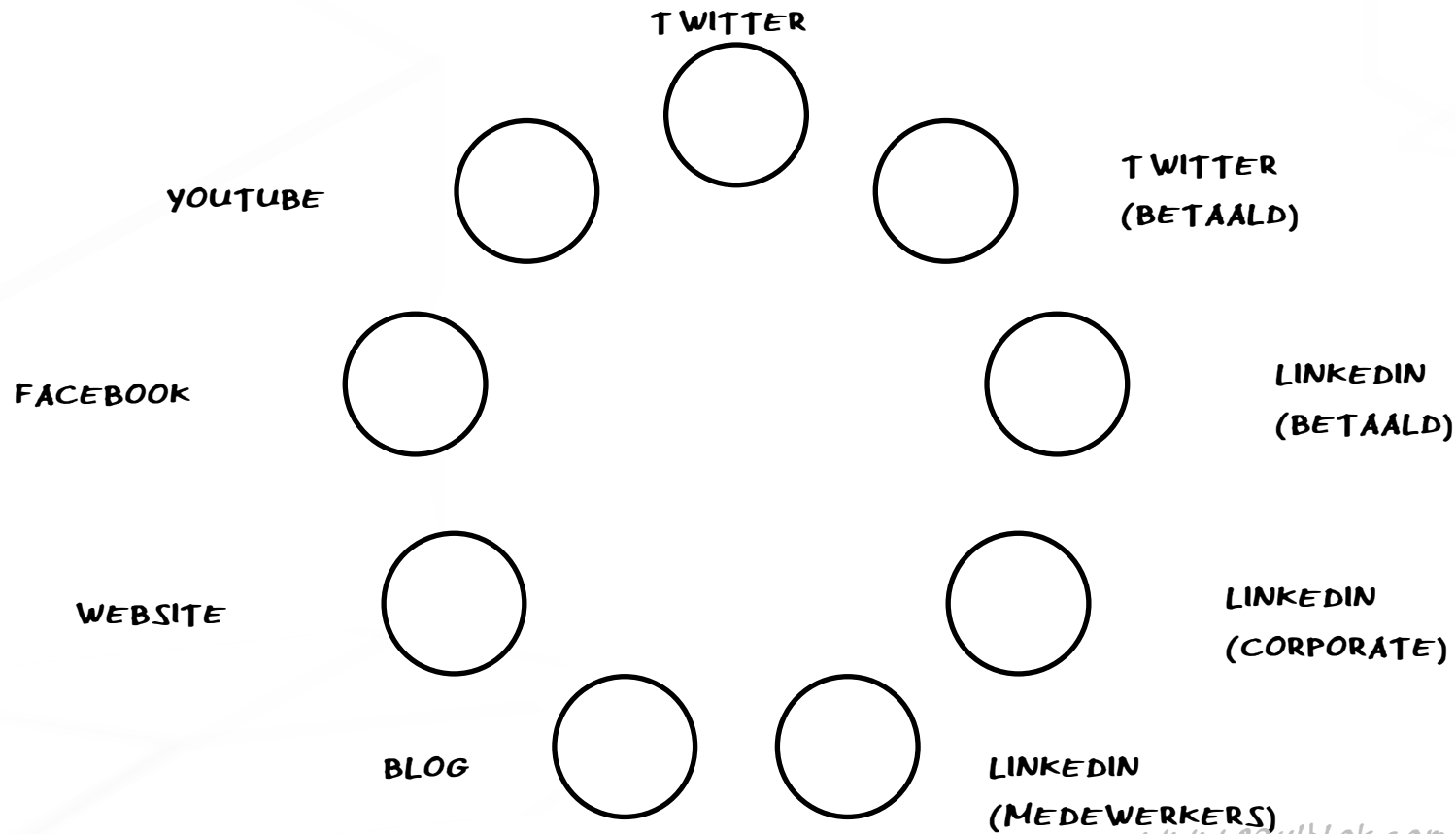
# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEM



# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEEM

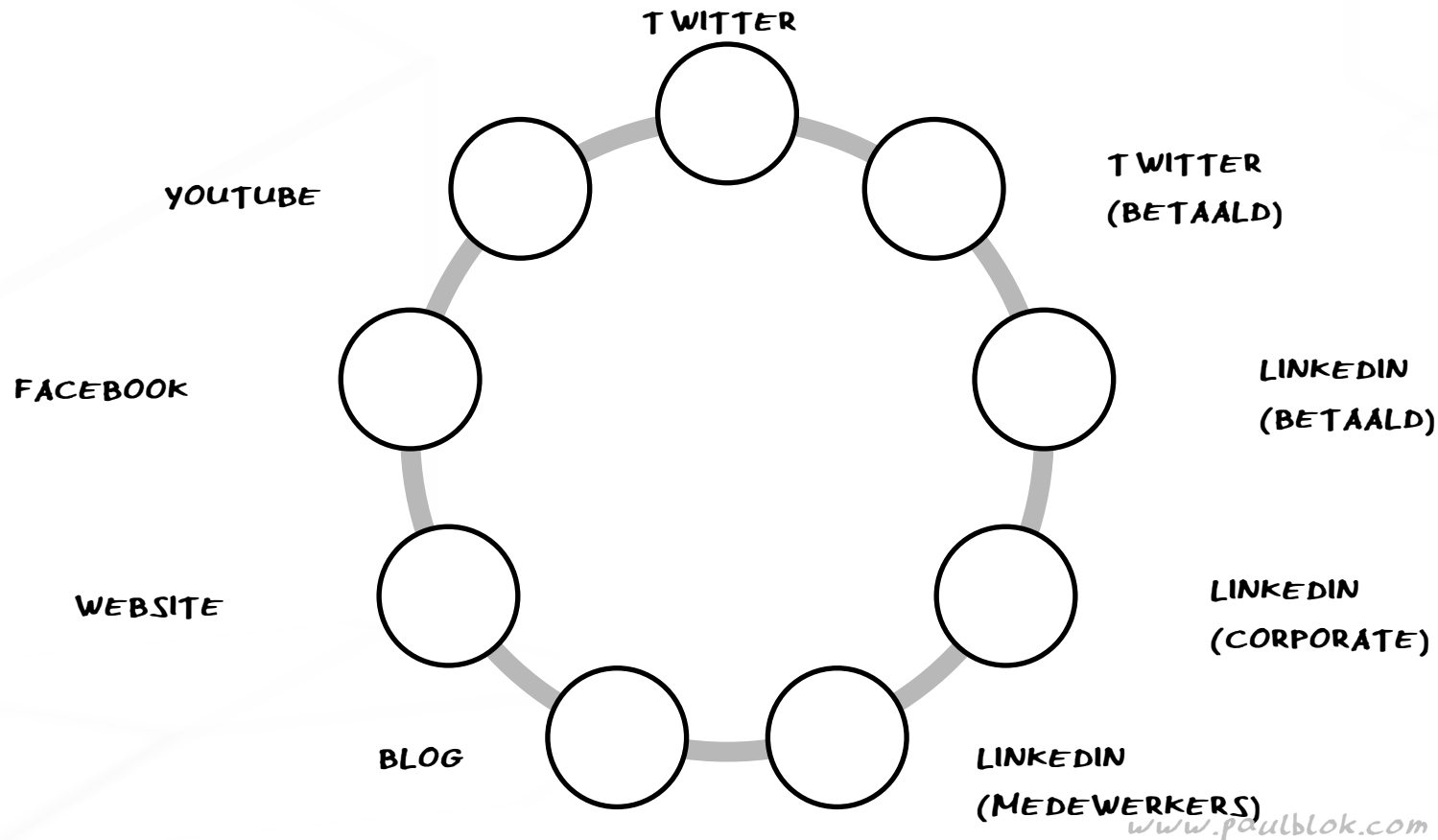


# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEEM



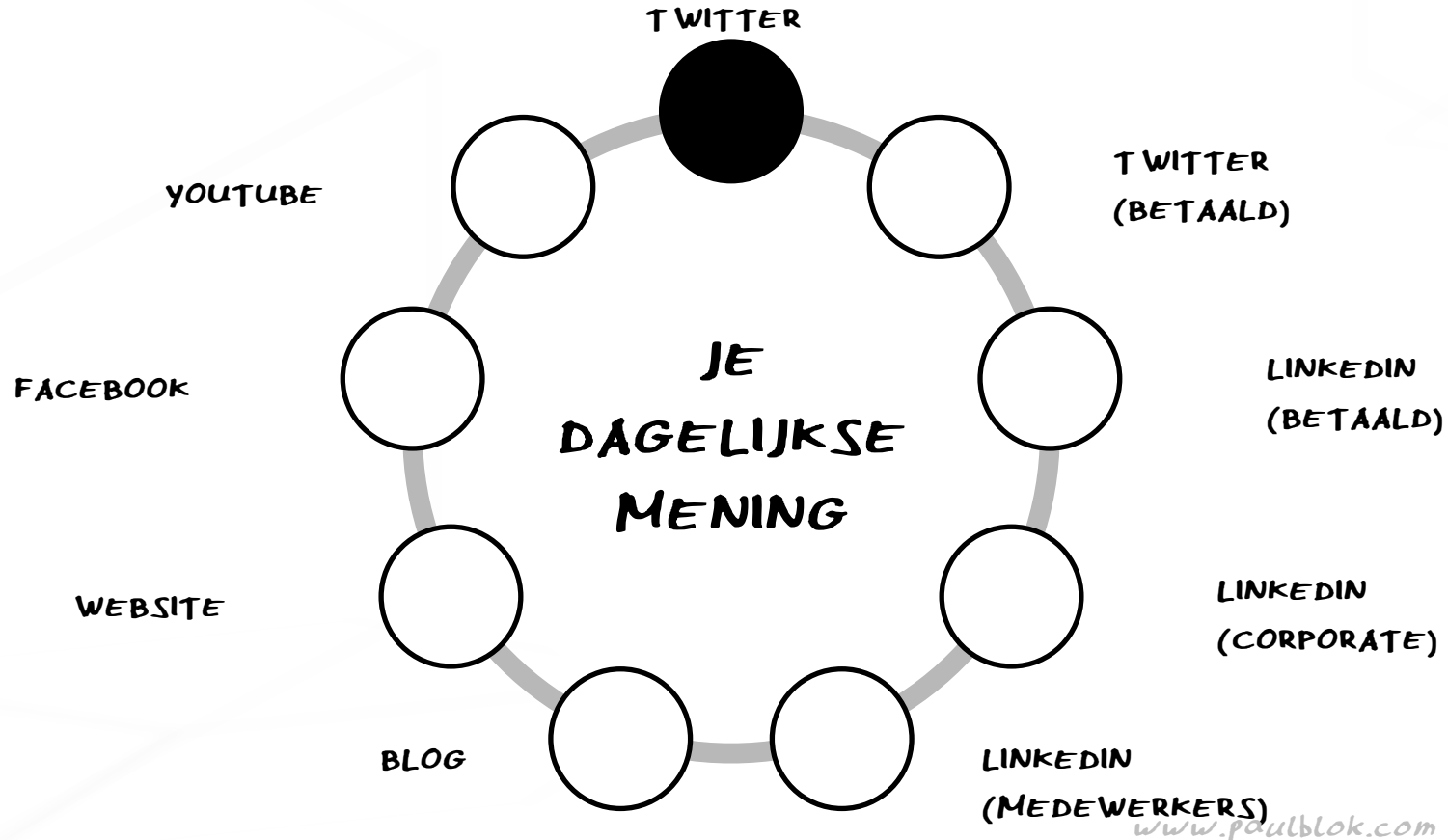


# EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEM



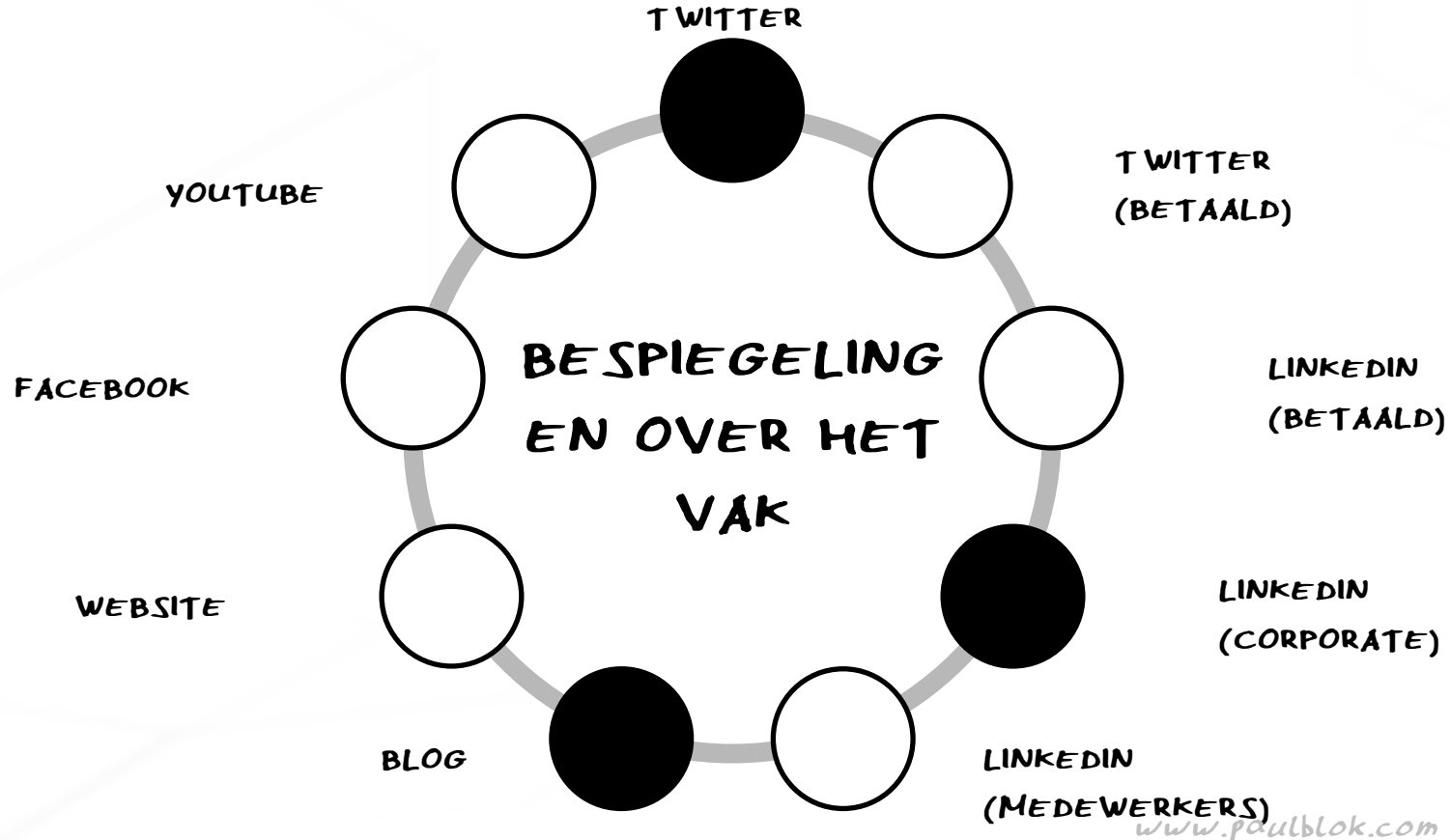
MEDIA INZET BIJ...

# ... JE DAGELIJKSE MENING

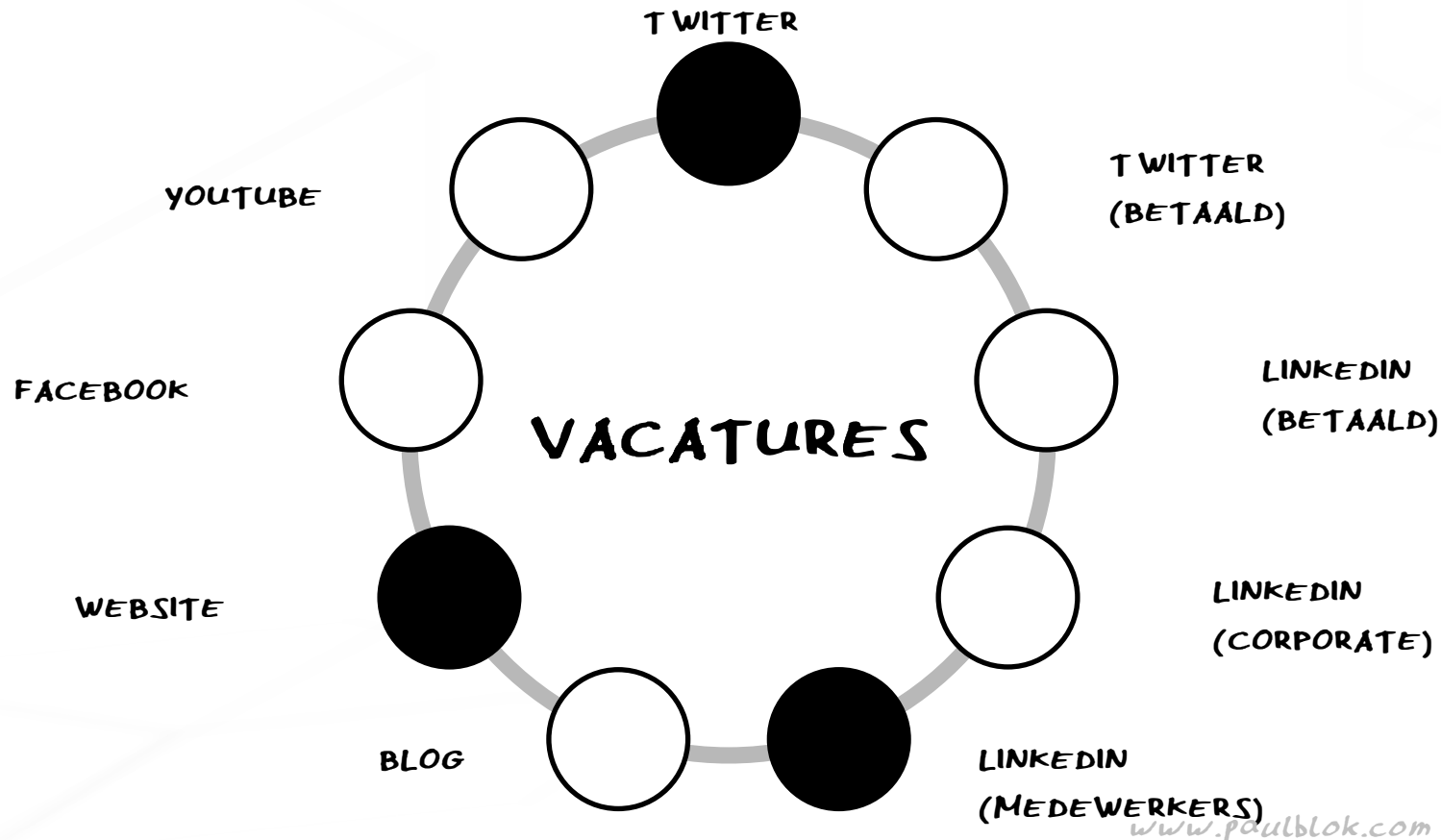


MEDIA INZET BIJ...

# ... BESPIEGELINGEN OVER HET VAK

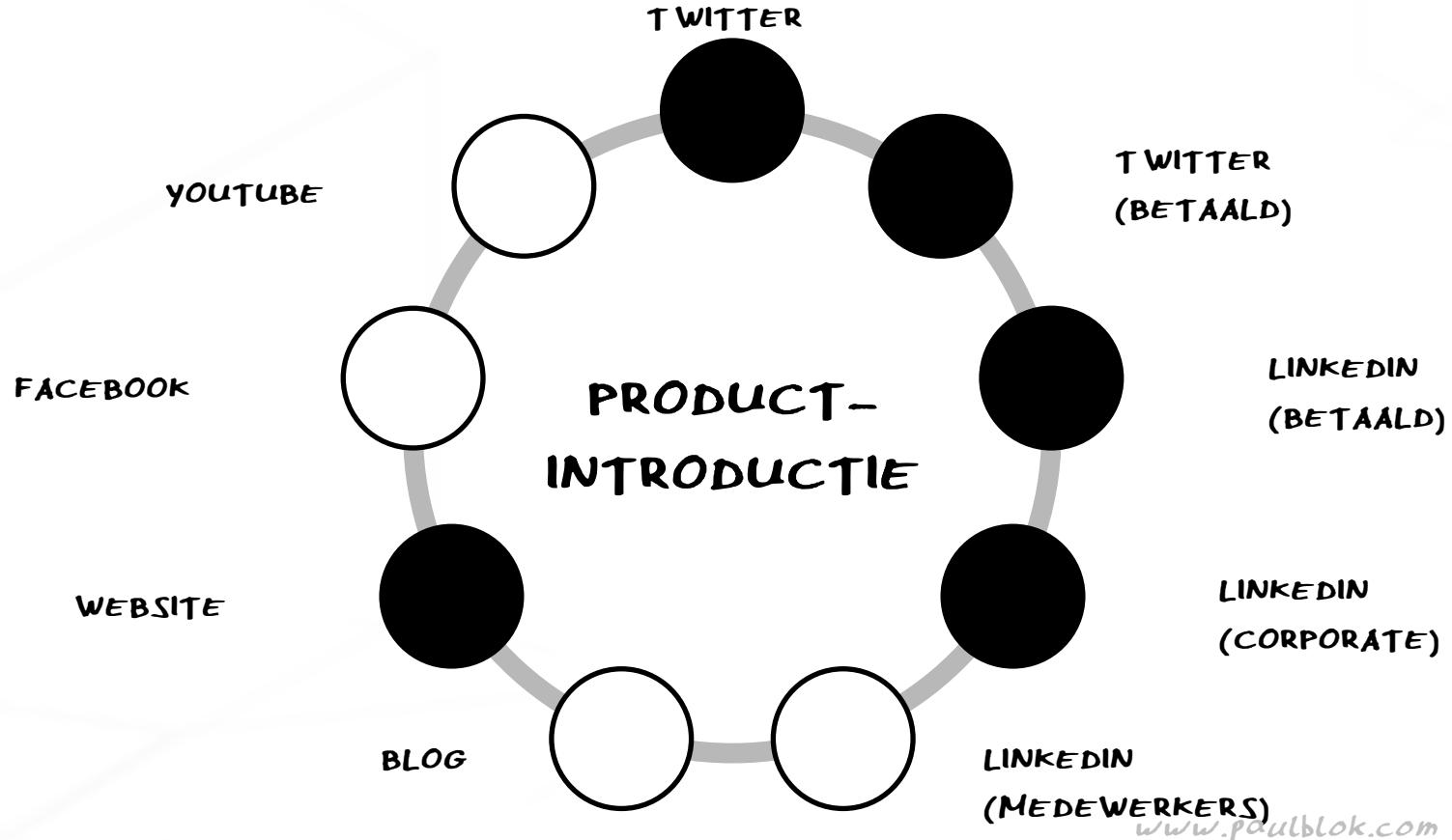


MEDIA INZET BIJ...  
... VACATURES



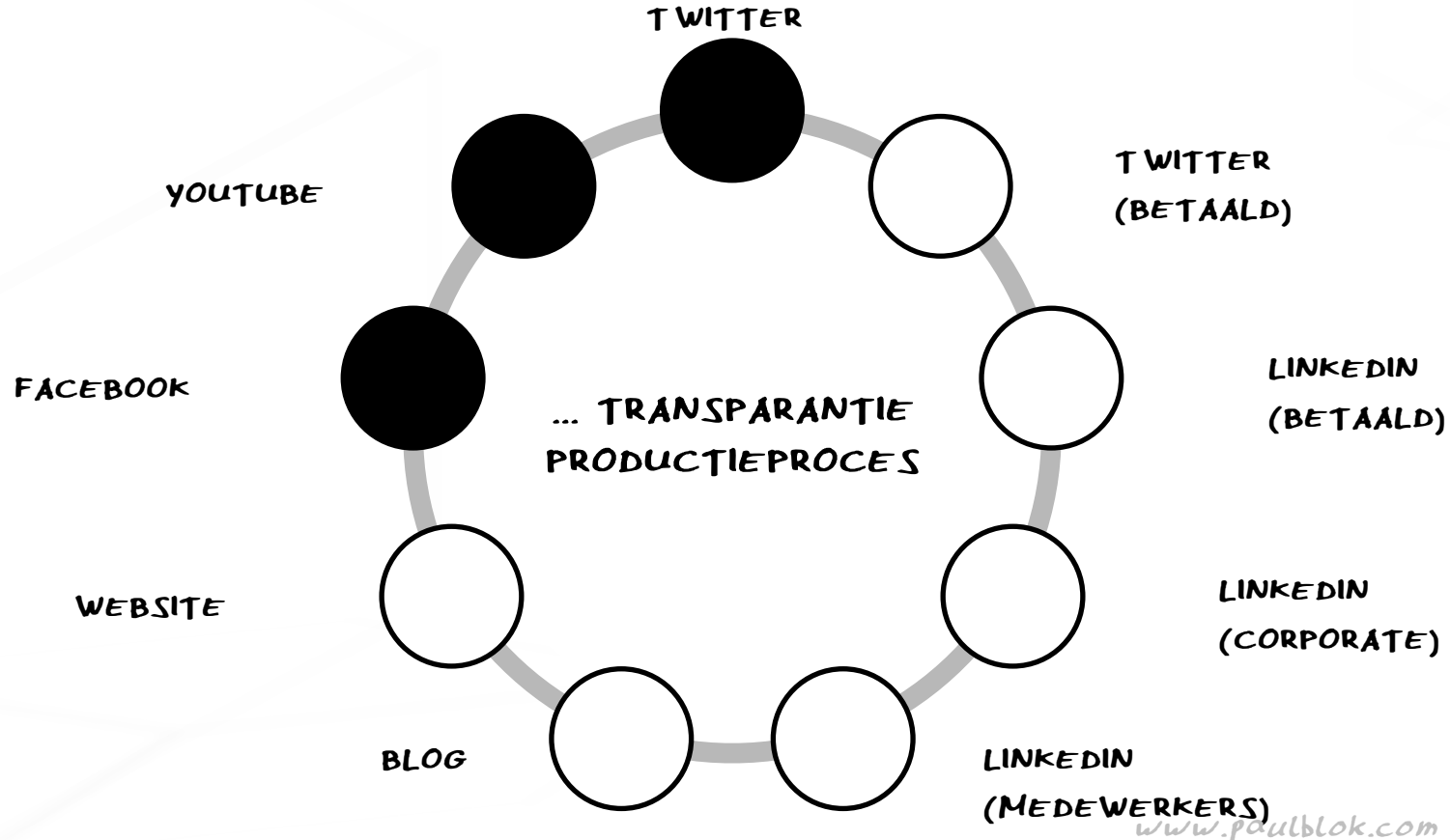
MEDIA INZET BIJ...

# ... PRODUCTINTRODUCTIE



MEDIA INZET BIJ...

# ... TRANSPARANTIE PRODUCTIEPROCES

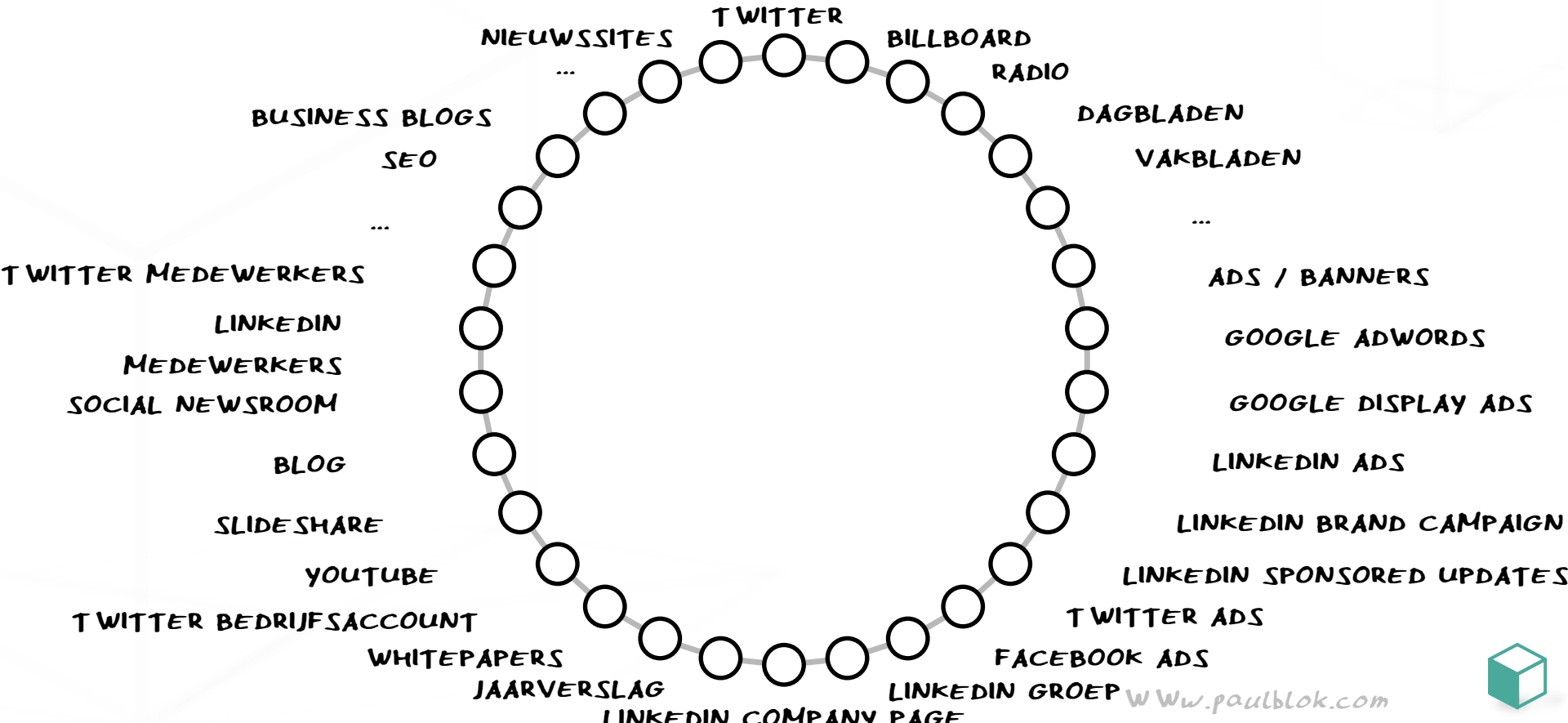


# **een complexer media eco systeem**



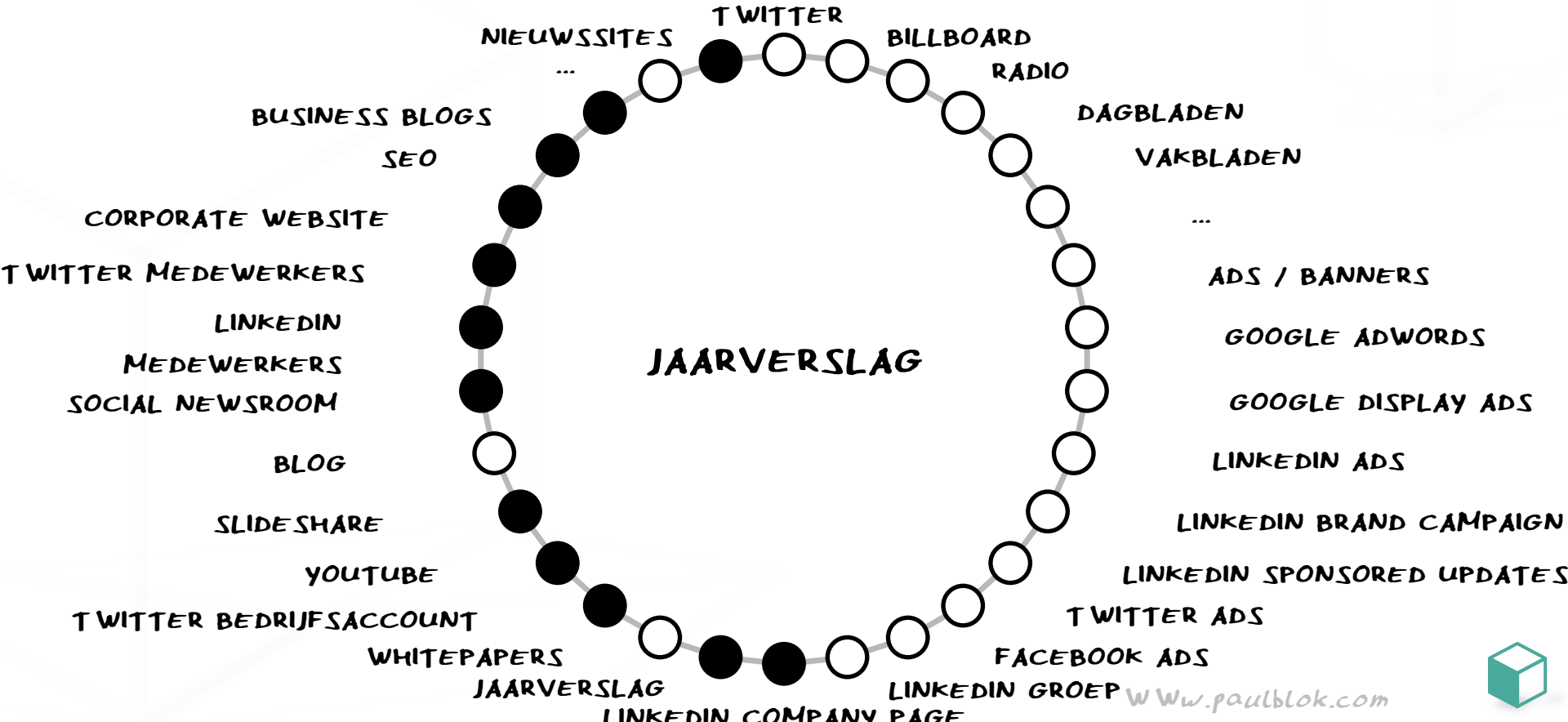


# EEN COMPLEXER MEDIA ECO SYSTEEM



MEDIA INZET BIJ...

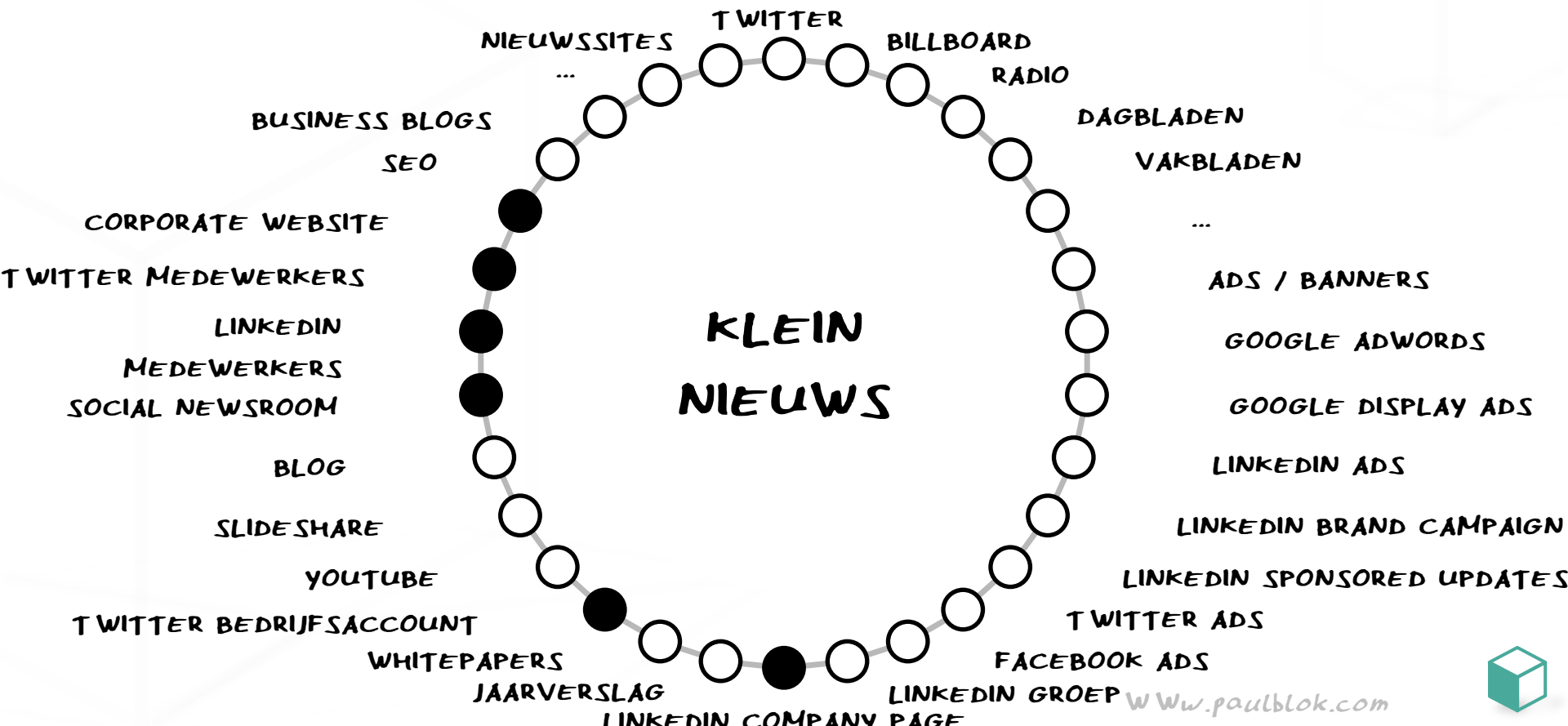
# ... JAARVERSLAG





MEDIA INZET BIJ...

# ... KLEIN NIEUWS



**mooi verhaal, maar...**  
**hoe werkt het nu echt?**



# AGENDA

WELKOM BIJ DIT WEBINAR

SOCIAL MEDIA & CONTENT

SOCIAL STRATEGY CANVAS

CONTENT

MEDIA

CASE



A large, bold, black letter 'B' is centered on a yellow circular background. The yellow circle is partially cut off by the left edge of the frame. The background of the entire slide is a solid red color.

*DE BOUWSTENEN VOOR  
CHANNEL MANAGEMENT*



# DE BOUWSTENEN VOOR CHANNEL MANAGEMENT

## kanalen



## thema's



## kernwaarde



## missie

Omroep Brabant heeft als missie Brabanders te verbinden met Brabant. Objectief, betrouwbaar en eigentijds met als resultaat dat je als Brabander goed geïnformeerd mee kunt praten en verbonden blijft met je eigen provincie. Onze pay-off 'Het Gevoel van Hier' sluit hier bij aan.

A large, bold, black letter 'B' is centered on a yellow circular background. The yellow circle is partially cut off by the right edge of the frame. The background of the entire slide is a solid red color.

**B**

*ONZE KANALEN  
(CHANNELS)*

# DE BOUWSTENEN VOOR CHANNEL MANAGEMENT

## kanalen



radio



tv



teletekst



narrowcasting



website



apps



nieuwsbrief



facebook



Twitter



Instagram



Youtube



Flickr



Google



Pinterest



LinkedIn



whatsapp



VVOB

**zenden**

interactiviteit

**interactie**

**nieuws**

functie

**verbinden**

## ***Kanaalperspectieven***

*Kanalen bezien vanuit  
twee perspectieven:*

*interactiviteit:*

*zenden vs interactie*

*dominante functie:*

*nieuws vs verbinden*

**zenden**

interactiviteit

**nieuws**

functie

**verbinden**

**interactie**

***Kanalenveld***

*Gecombineerde  
perspectieven*

*interactiviteit:  
zenden vs interactie*

*dominante functie:  
nieuws vs verbinden*

**zenden**

interactiviteit

**nieuws**

functie

**verbinden**

**interactie**

## **Kanalenveld & kanalen**

*Hoe evenwichtig is onze  
kanalenmix?*



radio



tv



teletekst



narrowcasting



website



apps



nieuwsbrief



facebook



Twitter



Instagram



Youtube



Flickr



Google



Pinterest



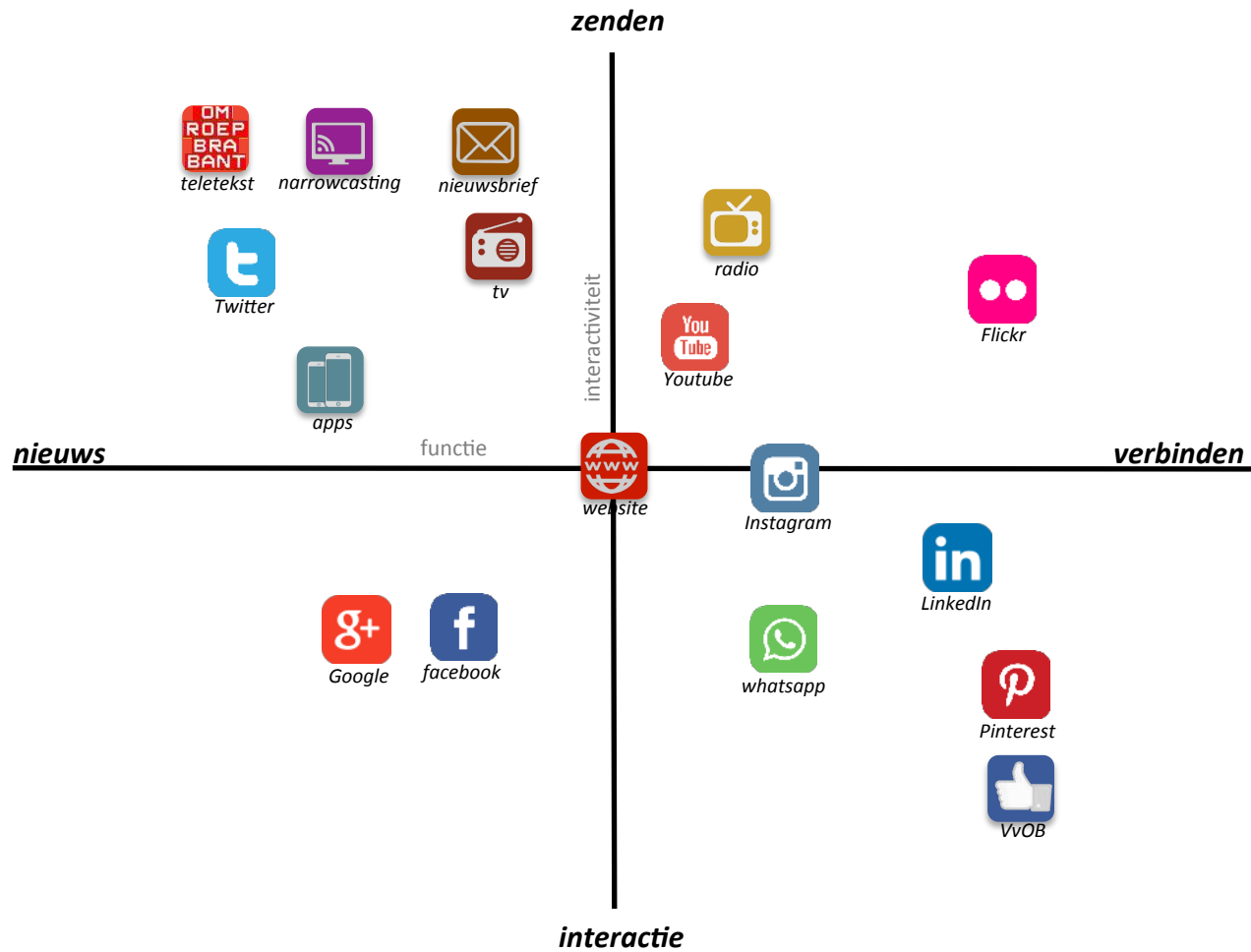
LinkedIn



whatsapp



VVOB



## *Kanalenveld & kanalen*

*De diverse kanalen vormen samen een behoorlijk evenwichtige mix.*



## *Het media eco systeem*

*We hebben gezien dat we een vrij evenwichtige mix van kanalen hebben. Mooi. Met die kanalen kunnen we aan het werk!*





## *Content centraal*

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## *Content centraal*

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## *Content centraal*

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## ***Content centraal***

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## *Content centraal*

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## *Content centraal*

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## ***Content centraal***

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## *Content centraal*

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*





## ***Content centraal***

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## *Content centraal*

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



## ***Content centraal***

*Niet langer is een kanaal leidend, maar de content.*

*Content die we relevant vinden is de basis. Vanuit daar gaan we bepalen op welke kanalen we die content het beste kunnen delen.*



# AGENDA

**WELKOM BIJ DIT WEBINAR**

**SOCIAL MEDIA & CONTENT**

**SOCIAL STRATEGY CANVAS**

**CONTENT**









**MEDIA**

**CASE**



# SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE / MERK:

 <b>DOEL</b>	 <b>DOELGROEP</b>	 <b>KPI'S</b>
 <b>ACTIVITEITEN</b>	 <b>PLANNING</b>	
 <b>VERANTWOORDELIJKHEDEN</b>	 <b>MEDIA ECO SYSTEEM</b>	
 <b>IMPLEMENTATIE</b>		

# SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE / MERK: .....



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE





content

kanaal









## Opleiding Social Media Professional

Eerstvolgende start op dinsdag 17 januari

**Opleidingsprijs**  
**€1.823,-** normale prijs: €2.025,-

Inschrijven



[Neem optie](#)

Boek in december of januari en krijg een gratis Midori Traveler's Notebook!

Winteractie:  
Alle trainingen in dec/jan (zonder korting) nu met gratis zachtledere midori traveler's notebook



### Opleidingsadvies nodig?

Bezoek onze adviespagina's:

- Gratis opleiding met UWV Scholingsvoucher
- Opleidingsadvies Social Media

Neem contact op met onze opleidingsadviseur:



020 - 5 225 225

<https://competencefactory.nl/business-school/trainingen/social-media-professional-leergang>



Trainingen ▾

Aanbiedingen

Kalender

Blog

Maatwerk

Brochures

Contact

Over CF

[Home](#) > [Online Marketing Business School](#) > [Trainingen](#) >

## Gratis opleiding met UWV Scholingsvoucher

### UWV scholingsvoucher

Hier vind je alle informatie over de scholingsvoucher, de trainingen én het juiste opleidingsadvies voor online marketeers en creative professionals!

### Opleidingsadvies nodig?

Neem contact op met onze opleidingsadviseur:

020 - 5 225 225

Last-minutekorting!

-15%

Cursus Facebook Marketing

<https://competencefactory.nl/business-school/aanbod/uwv-scholingsvoucher>

# Social Media & Content Delivery



**COMPETENCE  
FACTORY**

*host: Michel Penterman*  
*gastspreker: Paul Blok*

