

A man and a woman are in a meeting. The man, wearing a grey sweater, is writing on a glass wall with a red marker. The woman, with long brown hair, is looking at him and smiling. The background is a blurred office setting with a potted plant on the left. The text 'Social Media succesvol inzetten voor mijn bedrijf.' is overlaid in white.

**Social Media
succesvol inzetten
voor mijn bedrijf.**

Back in the stories 🧒

- Jim Wijnen, 21 jaar
- 14 jarig jochie stage bij Niice
- Zelf begonnen met ondernemen
- Video's maken + Hulp van Bas
- Jim, zoek een bijbaan! Ijstaxi (Corona)
- Eigen Koffiebonen + Social Media
- Liike



**Ik ga
ondernemen
dus ik heb een
bedrijfsfilm nodig!**

Waarom dan wel Social Media?



- zichtbaarheid vergroten
- vertrouwen opbouwen
- klanten aantrekken/verkoop genereren.



**Nou dat klinkt
top, Social Media
aanmaken en het
gaat lopen.**

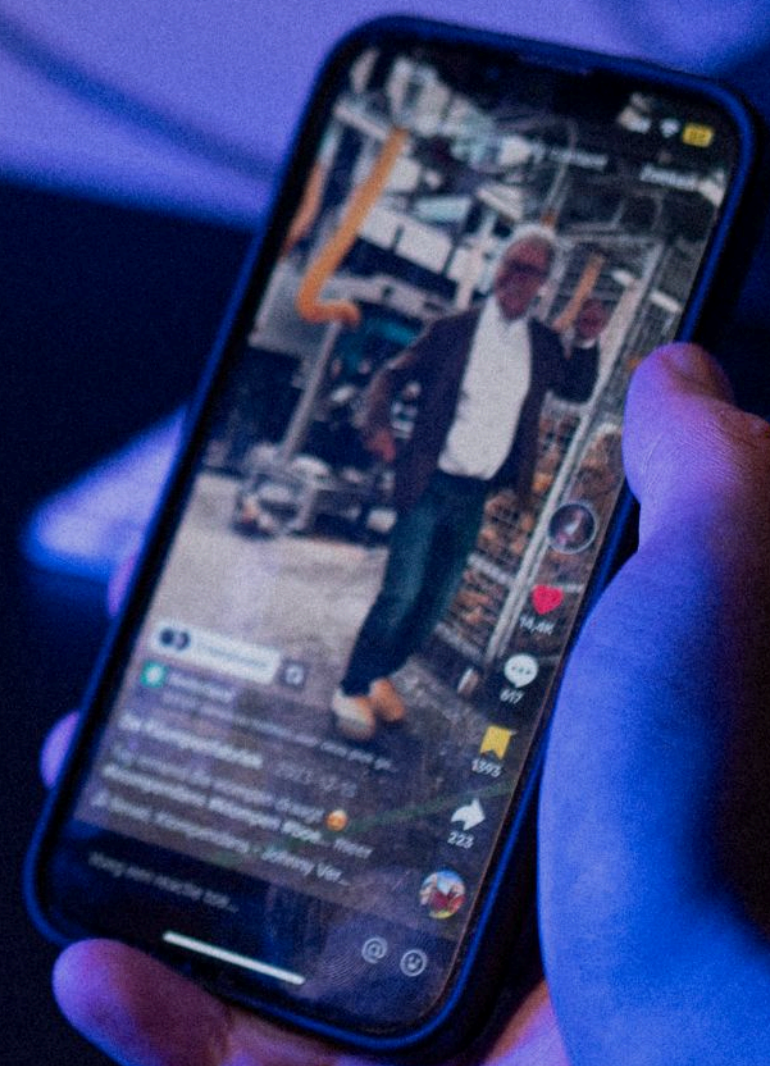


De kracht van consistentie.

We create scroll stopping content



De kracht van Relevantie



De kracht van Authenticiteit.

We create scroll stopping content



Focus kanalen 🚀

Instagram

- **Beste voor:**
 - Merken/bedrijven die een community willen bouwen.
 - Meest actief: 18–34 jaar
 - Groeiende groep: 35–45 jaar
- **Sterk in:**
 - Visuele content (foto's & video's)
 - Reels (explosief bereik)
 - Stories: snelle updates, polls, interactie
 - Influencer marketing



Facebook

- **Beste voor:**
 - Lokale ondernemers
 - Horeca, winkels, salons, clubs en verenigingen
 - Oudere doelgroep (30–65+)
- **Sterk in:**
 - Evenementen
 - Groepen
 - Lokale advertenties



LinkedIn

- **Beste voor:**
 - Personal branding
 - Bedrijven die expertise willen uitstralen
 - 25–55 jaar (meest actieve doelgroep)
- **Sterk in:**
 - Kennisdelen
 - Netwerken
 - Thought leadership
 - Employer branding



TikTok

- **Beste voor:**
 - Creatieve, korte video's
 - Jongere doelgroepen (13–35 jaar)
 - Snel bereik genereren
- **Sterk in:**
 - Viral trends
 - Entertainment
 - Authentieke & spontane content
 - UGC (user generated content)



**Dan is het tijd
voor het
allerleukste!**

Social Content

Hoe doe je dat?

- Heel veel testen en oefenen
- Steen goede video's
- Camera aanschaffen
- Dure programma's om beelden te monteren
- Eigenlijk ook nog marketing budget voor advertenties.



Social Content

- Gewoon doen, youtube is je beste vriend
- Telefoon met een goede camera
- Gratis apps om je content te bewerken (capcut, canva, lightroom)
- Beginnen! Je kunt niet te vroeg beginnen met Social Media.
- Vergeet jezelf niet te laten zien!



Foto/video

- Foto's
 - Kost niet zoveel tijd
 - Comfortabel, minder spannend
- Video's
 - Valt meer op
 - Je kunt meer vertellen

Een goede mix is belangrijk!



Hoe maak ik dan een goede video?



HOOK (0—2 sec)

Dit is het belangrijkste onderdeel (Visueel of tekstueel)

- “3 fouten die iedere ondernemer maakt in het begin...”
- “Als ik vandaag zou starten met mijn bedrijf, zou ik dit doen...”
- “Je denkt dat dit niet werkt, maar kijk...”
- “Stop met scrollen als jij meer klanten via social media wilt.”



Probleem/context (2–5 sec)

Hier leg je kort uit waarom dit relevant is.

- “Veel starters besteden uren aan social media zonder resultaat.”
- “De meeste video’s falen omdat ze té lang duren.”
- “Je hebt een goed product, maar niemand ziet het.”

Tip: Houd dit superkort. Je maakt alleen duidelijk waarom dit belangrijk is.



De inhoud (5–15 sec)

- Tips
- Inzichten
- Meer diepgang



Voorbeeld (15– 25 sec)

Mensen onthouden voorbeelden beter dan theorie.

Voorbeelden:

- “Zo lieten wij EasyToys viral gaan door...”
- “Voor Gazelle beheren wij structureel de gehele socials met deze structuur en dat resulteerde in x”



CTA (call to action) (25–30 sec)

Geen verkooppraat, maar zorgen voor interactie.
Voorbeelden:

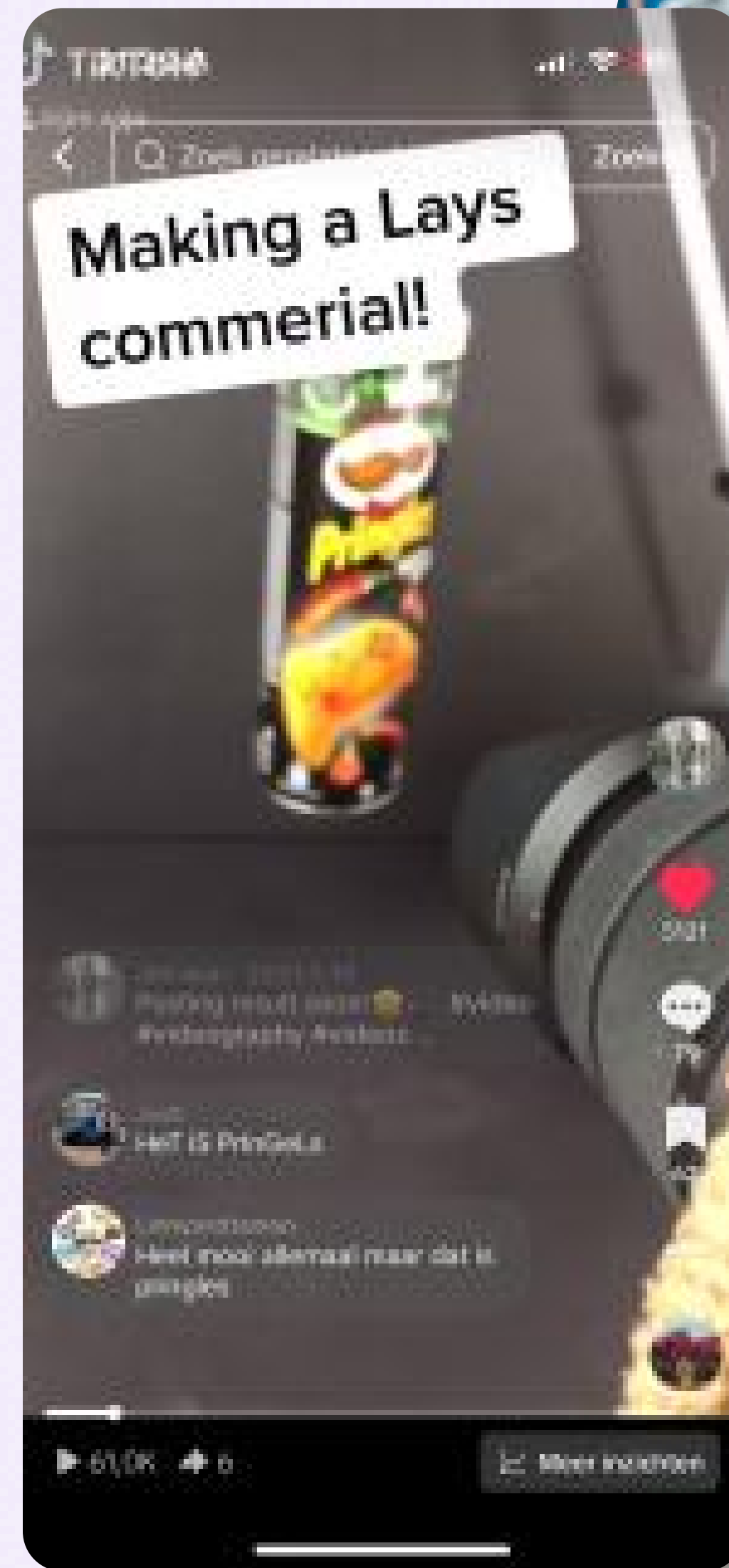
- “Wil je hier meer van? Bewaar deze video.”
- “Stuur dit door daar iemand die dit echt moet weten.”
- “Wil jij dit e-book ontvangen? Stuur een 🚀”
- “Volg voor meer tips voor startende ondernemers.”

Gebruik geen zware CTA's zoals “koop nu” de gebruiker op social media staat hier niet op te wachten.



Wat extra tips

- Veel beweging in de eerste 3 seconden
- Ondersteun met grote tekst (90% kijkt zonder geluid) (ondertiteling)
- Film verticaal
- Kies een simpel decor met diepte (achtergrond)
- Gebruik verschillende camera standpunten en hoekjes.
- Zet je zelf ook in beeld.
- Zoek interactie op, laat de kijker commenten of iets doorsturen. Zo zal jou bericht harder gepusht worden door een platform.



De structuur

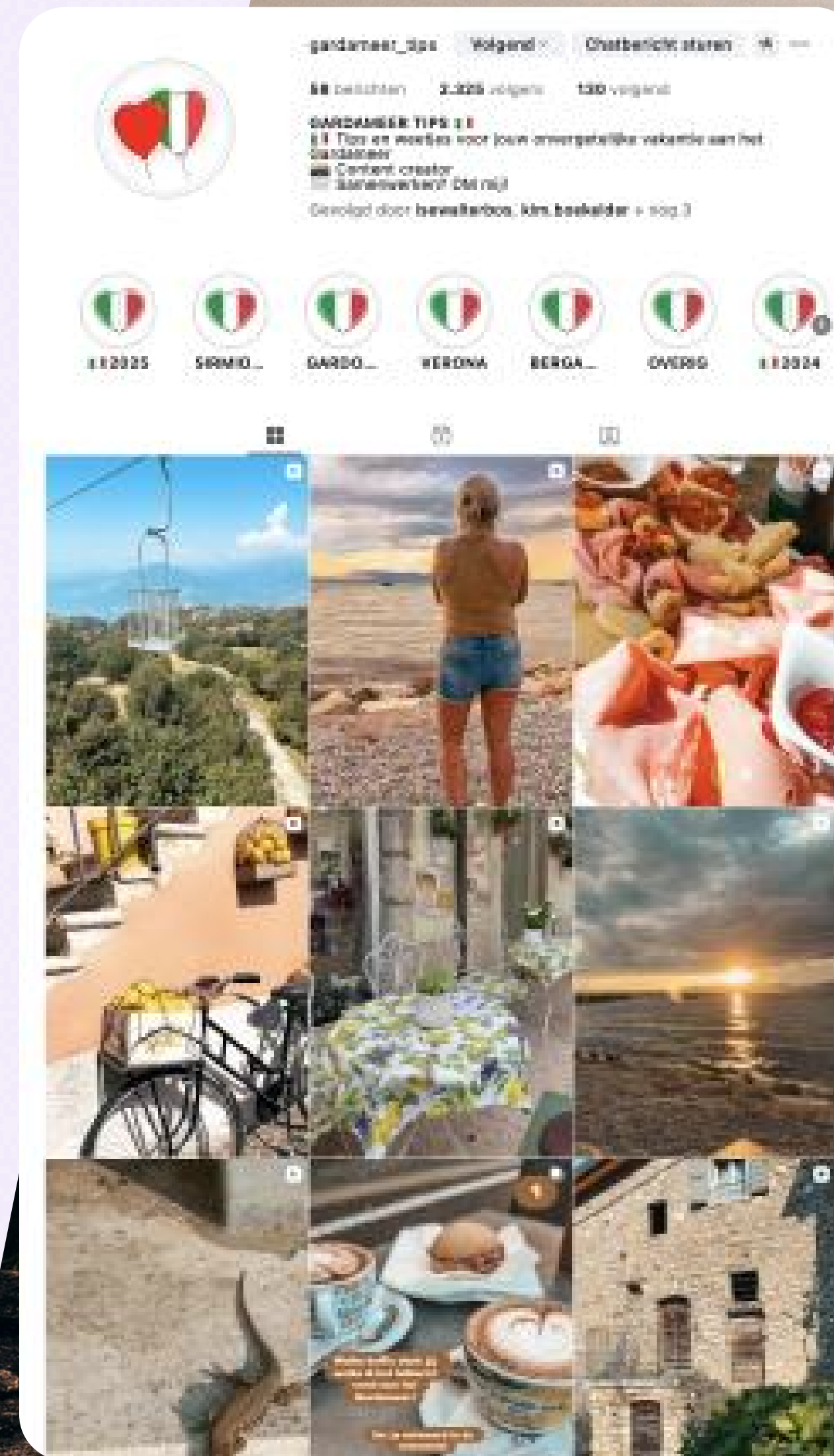
1. Hook
2. Probleem
3. Waarde
4. Voorbeeld
5. Call to action

Dit is niet leidend. Er zijn meerdere soorten en manieren van content maken. Belangrijk is daarom, veel testen!



Een voorbeeld

- Mijn moeder
- 6 april begonnen
- Op instagram en TikTok meer dan een miljoen weergave.
- Nu business van maken
- Je hoeft geen groot merk te zijn
- Je hoeft niet bekend te zijn.





Zone

1/4

Bewijs van deelname

Cursusonderwijs

Basisschoolproject 'Veilig met landbouwverkeer'

Uitgereikt door **Groei.zone cursussen en opleidingen**
Onderdeel van **Zone.college**

Aan **Groot Zevert**

Te **Beltrum**

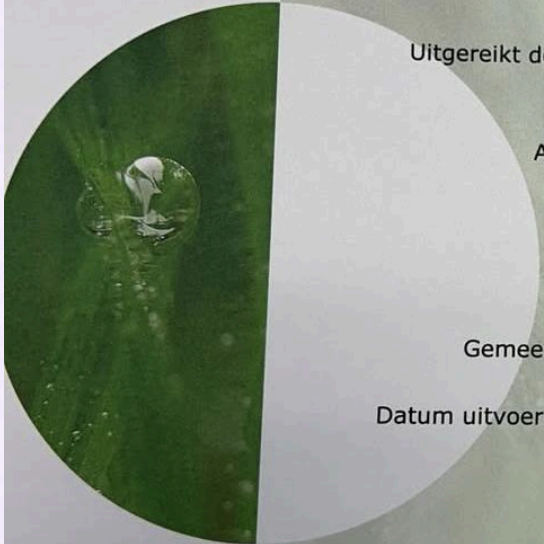
Gemeente **Oost Gelre**

Datum uitvoering **20 januari 2025**

Namens
M. Kruiper
Directeur Groei.zone

HOED
AFSTAND VAN
LANDBOUW-
VOERTUIGEN









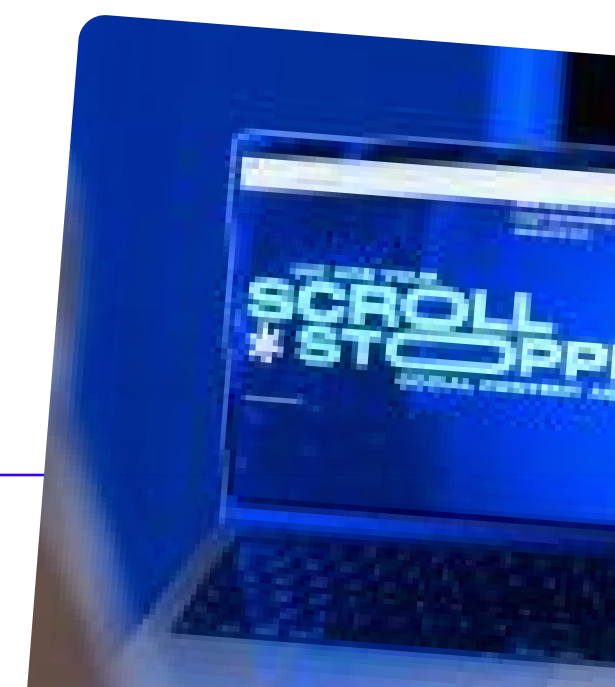
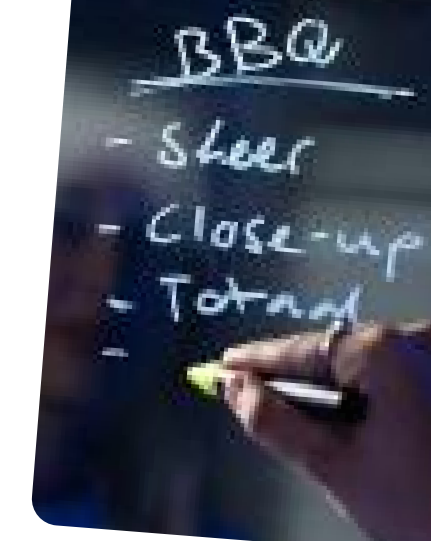
Social media tips!

Hi!

Wat leuk dat jullie zelf met social media aan de slag gaan. Om jullie op weg te helpen, hebben we een aantal handige tips verzameld.



[Liike.nl](https://www.liike.nl)



Welk beeldformaat per kanaal?

Je kunt afbeeldingen en video's in verschillende formaten delen op de socials. Toch heeft ieder kanaal een voorkeur als het gaat om beeldverhouding en opvallen.

Instagram

Op Instagram zouden wij adviseren om **9:16** te delen. Dan wordt dit automatisch een reel. En reels presteren vaak beter dan een normale post. Ook kun je dit formaat delen in stories.

TikTok

Op TikTok adviseren wij om **9:16** te delen. TikTok ondersteund ook 1:1 en 16:9 maar deze formaten krijgen balken en vullen het scherm niet zo mooi.

Facebook

Op Facebook zouden wij adviseren om alles **4:5** te delen. De reels functie werkt hier niet zo goed waardoor je bereik groter is als je alles in 4:5 deelt

LinkedIn

Op LinkedIn adviseren wij om **16:9 of 1:1 video's** te delen. Als je een video in 4:5 of 9:16 gaat delen dan kom je in de nieuwe reels functie van LinkedIn terecht en hierdoor krijg je nog niet zoveel weergaven. **Afbeeldingen** zouden wij **staand** delen zodat ze groter worden weergegeven en jij daardoor beter opvalt.

YouTube

Op Youtube kun je tegenwoordig normale video's en shorts delen. Dit lijkt een beetje op een normale post en story op Instagram. Wij adviseren om de **normale video's in 16:9** te plaatsen. De **YouTube shorts** moet je juist in **9:16** plaatsen.



Instagram & Facebook

We create scroll stopping content

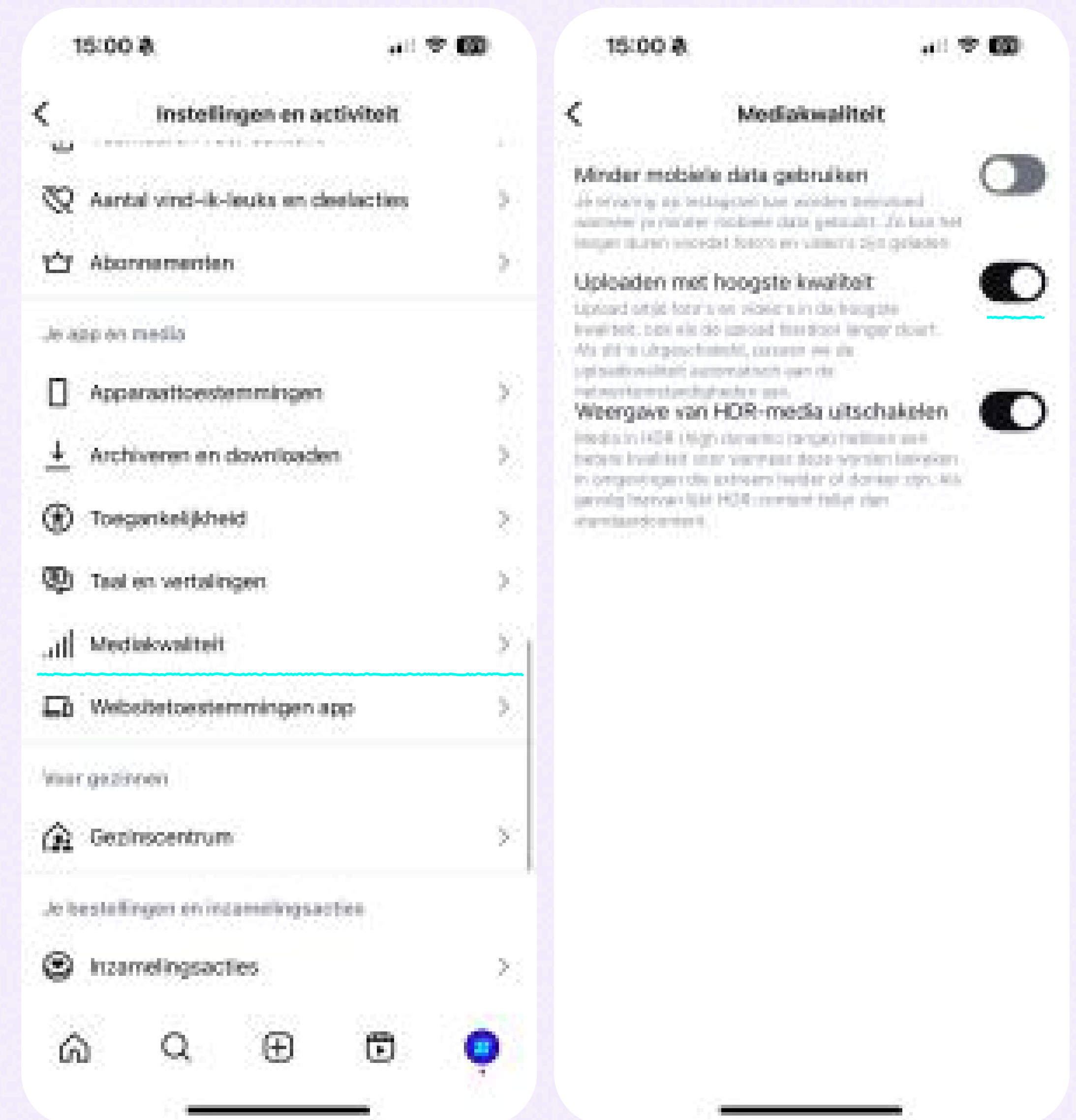


Uploaden in de hoogste kwaliteit

Op je smartphone staat niet standaard aan dat je via je mobiel op de hoogste kwaliteit kunt uploaden. Check voordat je gaat posten altijd of deze functie aan staat wanneer je vanaf een smartphone wilt posten.

Stappenplan:

- Instellingen en privacy
- Media kwaliteit

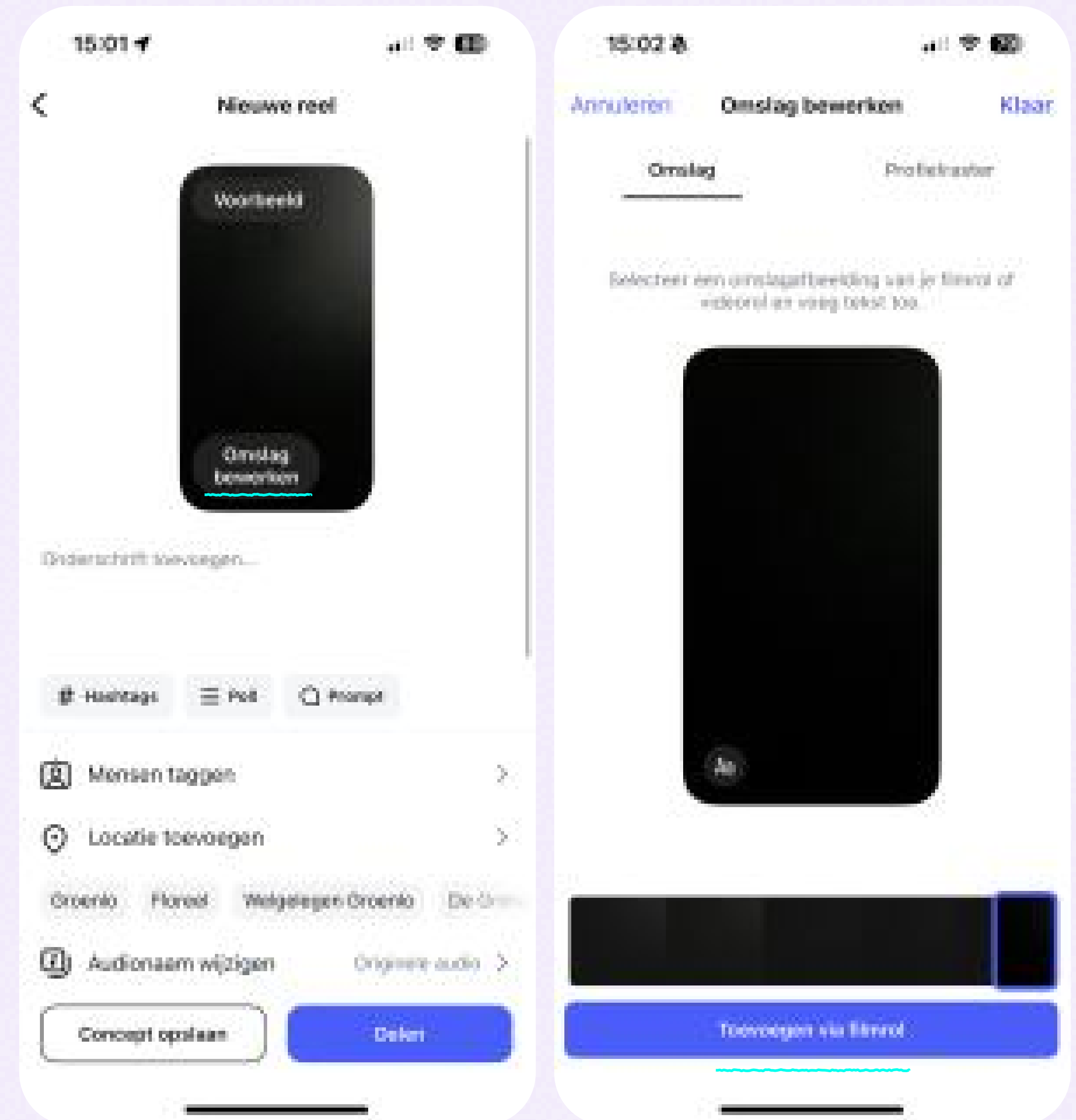


Thumbnail selecteren

Kies bij video's altijd een goede thumbnail. Zo zorg je ervoor dat het overzicht van jullie kanaal er strak uitziet. Je kunt dit op Instagram doen bij "omslag bewerken". En op Facebook en Youtube kun je een "thumbnail selecteren". Als omslag kun je bijvoorbeeld een pakkende foto uit de beeldbank pakken.

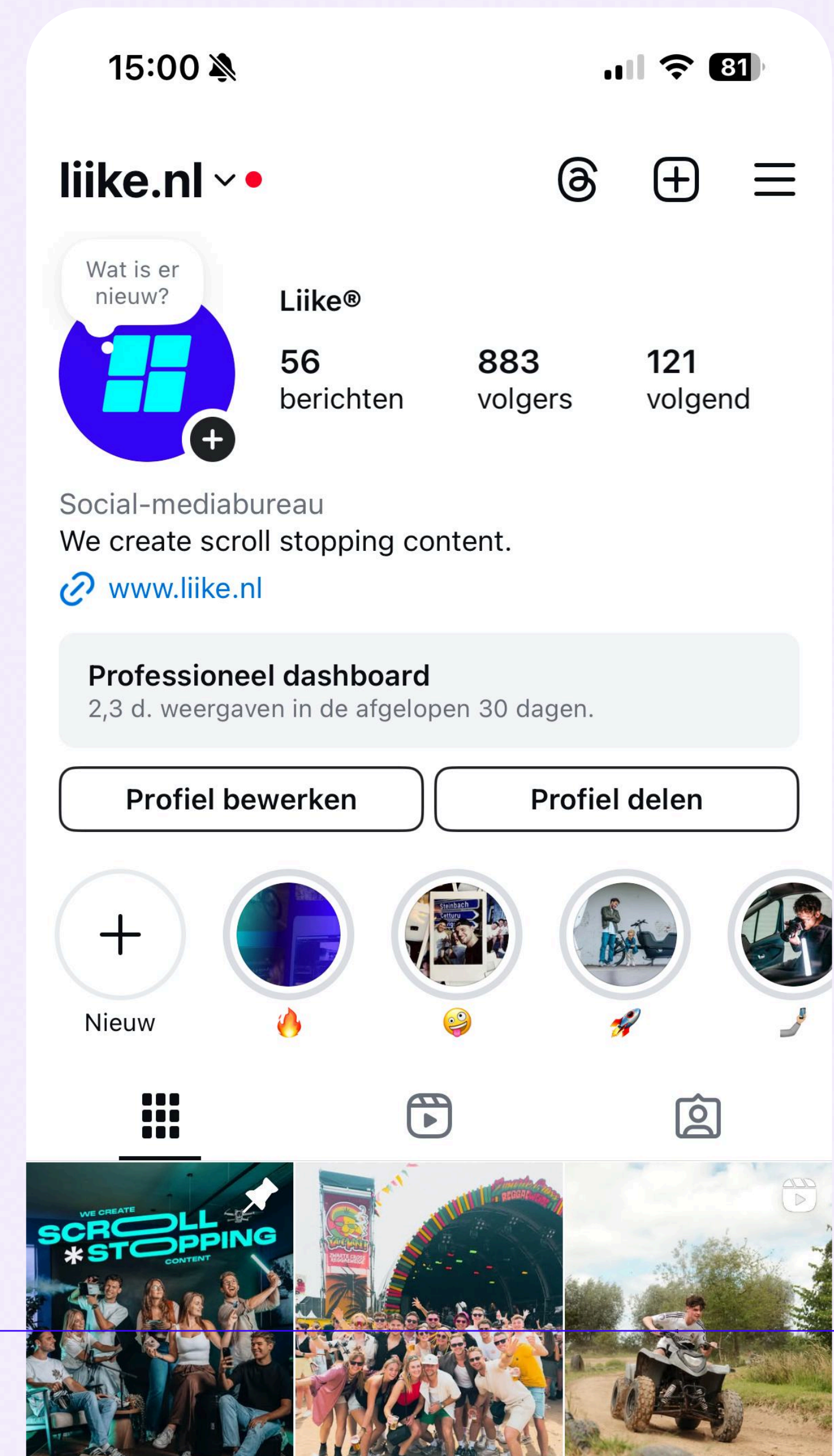
Een thumbnail voor een Instagram Reel heeft het formaat: 9:16. (1080×1920px)

Voor een mooie weergave op jullie tijdlijn kun je eventueel ons Photoshop template gebruiken.



Instagram highlights

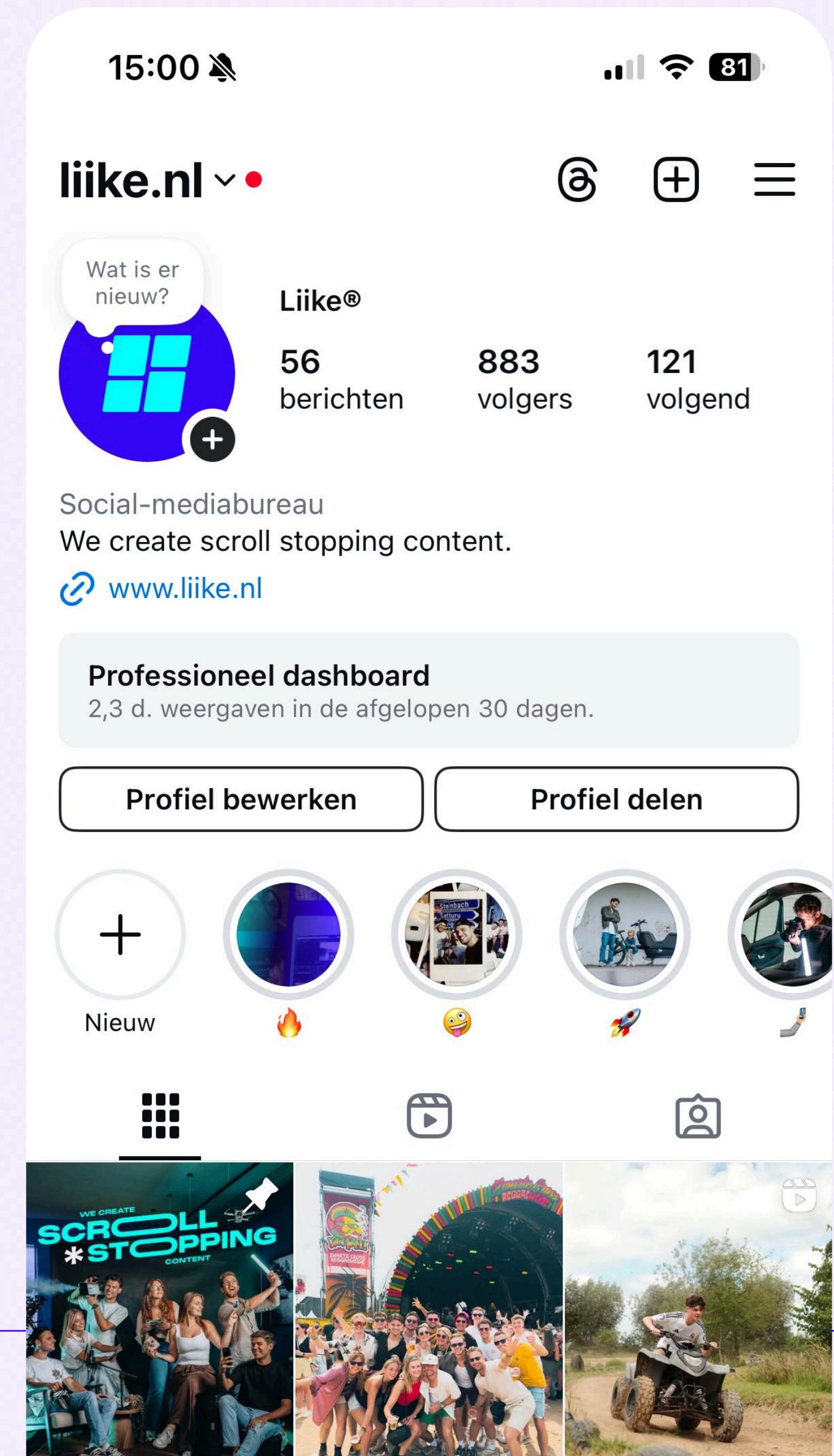
Ondanks dat je stories maar 24 uur zichtbaar zijn, kun je ze wel opslaan zodat iedereen ze later nog terug kan zien. Deze kun je structureren in je overzicht. Geef de highlights een goede en korte naam zodat de kijker weet waar die naar gaat kijken. Wij gaan hier een aanzet voor jullie maken die jullie kunnen gaan inzetten.



Biografie aanpassen

In je bio kun je kort omschrijven wat je doet, wie je bent en wat personen op je pagina kunnen vinden. Een aanzet kan bijvoorbeeld zijn:

We create scroll stopping content.



Gezamenlijke posts

Je hebt vast weleens op je socials gezien dat mensen worden getagd in een post – of misschien heb je het zelf ook al eens gedaan.

Tegenwoordig is er echter meer mogelijk dan alleen taggen: je kunt ook iemand uitnodigen als bijdrager.

Wanneer je dit doet, verschijnt de post niet alleen op jouw feed, maar ook op die van de bijdrager. Zo vergroot je eenvoudig je bereik. Werk je dus samen met een bedrijf of influencer? Nodig diegene dan uit als bijdrager. Het werkt op dezelfde manier als iemand taggen, maar met extra zichtbaarheid als resultaat.



Reposten van berichten

Eigen posts

Repost je berichten ook altijd in de stories. Door ook hier zichtbaar te zijn, vergroot je het bereik op je bericht. Plaats er bijvoorbeeld een polletje bij om op deze manier nog meer aandacht en interactie te creëren. Je kunt dit doen door op het papieren vliegtuigje te klikken bij je bericht.

Posts van anderen

Het reposten van berichten van anderen zorgt voor betrokkenheid. Heeft een klant, partner of collega wat gedeeld over de organisatie of is de organisatie getagd in een story? Repost deze dan af en toe. Dit zal voor meer betrokkenheid bij je account zorgen.

Stories

Stories zijn 24 uur zichtbaar, maar zijn daarom niet minder relevant. Door regelmatig actief te zijn met stories, ben je goed zichtbaar. Een grote doelgroep kijkt namelijk vaker naar stories dan de feed. Daarom is het goed om af en toe een leuke Behind The Scenes te plaatsen of een kort filmpje van bijvoorbeeld een beurs waar jullie op staan. Je kunt er altijd een korte tekst bijschrijven om meer context te geven.

Interactie opzoeken in stories

Maak gebruik van de interactie knoppen die je kunt toevoegen in je stories, dit zorgt ervoor dat je storie hoger op komt te staan bij je volgers en daardoor dus veel relevanter is. Een interactie knop is bijvoorbeeld een leuke quizvraag of een polletje.





Algemeen

We create scroll stopping content



Opmaak van social post teksten

Tips voor het schrijven van een social media-tekst (caption):

- **Ken je doelgroep.** Richt je op Gen Z? Houd het dan kort en krachtig – deze groep heeft meestal een korte aandachtsspanne.
- **Begin sterk.** Start met een pakkende paar woorden of een prikkelende eerste zin.
- **Gebruik emoji's.** Ze maken je post speelser en opvallender.
- **Vermijd linkjes in de tekst.** Verwijs in plaats daarvan naar de link in je bio.
- **Voeg hashtags toe.** Zo vergroot je je vindbaarheid.

Hashtags

Zorg ervoor dat je altijd 4 of 5 relevante hashtags toevoegt aan je post. Deze moeten aansluiten bij hetgeen wat je ziet op de post. Hierdoor vergroot je het bereik en kun je in het overzicht komen bij de doelgroep die jullie nog niet volgen.



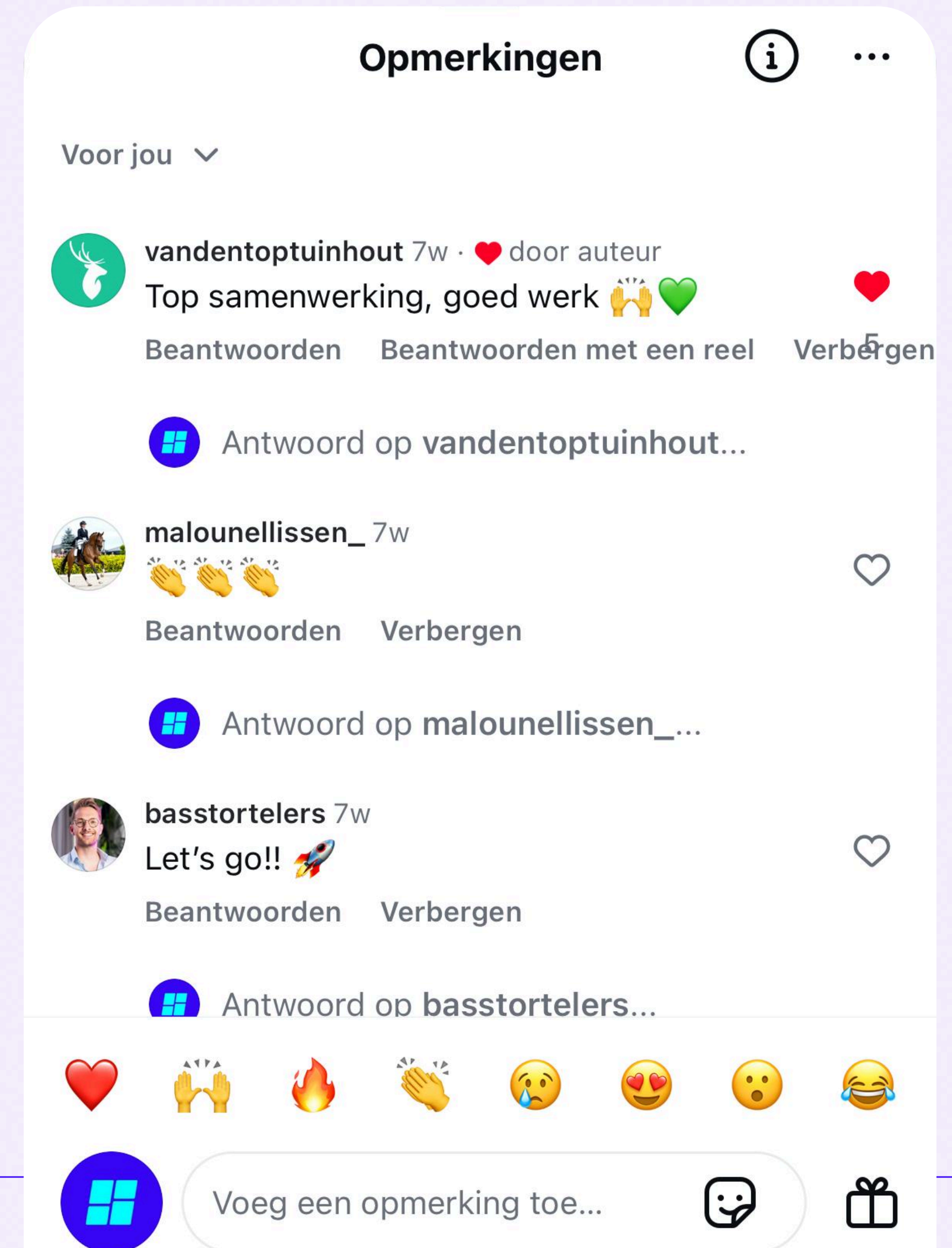
Reageren op comments

Comments liken

Je zult merken dat sommige mensen een reactie plaatsen onder jouw post. Super leuk! Laat ook zien dat je dit waardeert door de reactie te liken. Klik hiervoor op het hartje aan de rechterkant van de reactie.

reageren op comments

Naast leuke reacties kunnen er ook vragen onder je posts verschijnen. Reageren hierop is super goed voor de interactie. Natuurlijk kun je ook reageren op een grappige of leuke opmerking.





TikTok

We create scroll stopping content



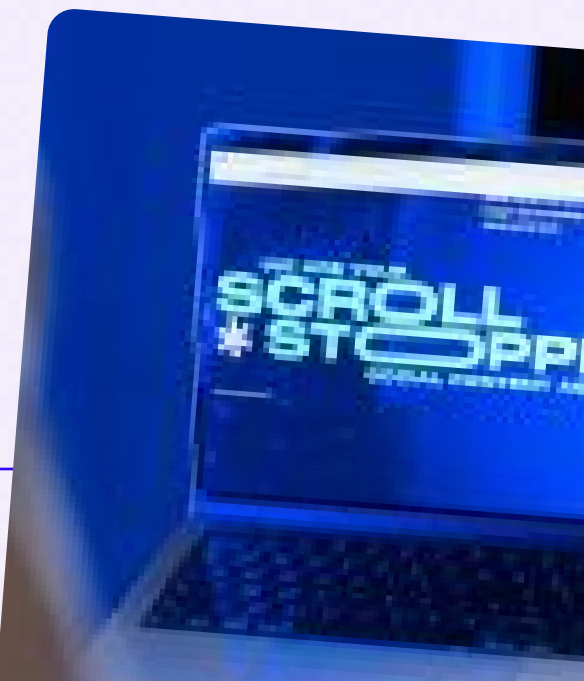
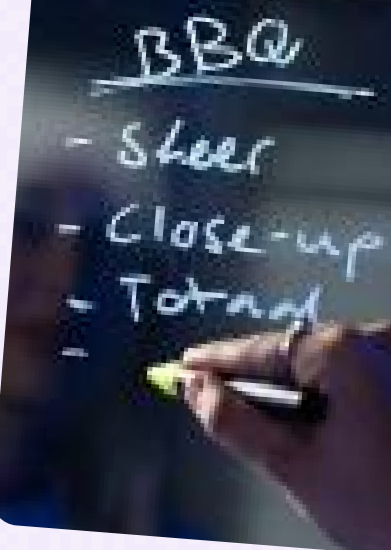
Basisinstellingen

Zorg dat je bij het aanmaken van je account je profiel voorziet van een duidelijke naam, profielfoto en biografie. Zorg dat deze makkelijk herkenbaar zijn, het liefst hetzelfde op al je socials.

Zodra je 1.000 volgers hebt kun je je website/Instagram in je account vermelden.

Content maken

- Maak verticale video's (9:16) in goede kwaliteit.
- Zorg voor een goede hook aan het begin van je video.
 - De eerste 2-3 seconden moeten de aandacht grijpen.
- Maak gebruik van trending sounds & hashtags om sneller op de For You-page te komen.
- Plaats je content consistent. Bijvoorbeeld iedere week op dinsdag.
- Maak gebruik van tekst op het scherm (ondertiteling)



TikTok strategie

- Hoe langer mensen kijken, hoe beter TikTok je video pusht.
- Reageer op comments om een band op te bouwen met je volgers (community bouwen).
- Plaats reacties bij anderen voor meer bereik.
- Pak trends mee en geef er je eigen draai aan om uniek te blijven.
- Sla geen video op in 'drafts', want die video's gaat TikTok niet pushen.
- Stel een vraag aan je volgers onder je video.

Content uploaden

Bij TikTok moet je op een aantal dingen letten bij het uploaden van je video. Als je dit stappenplan volgt dan kan er niks fout gaan.

1. Selecteer je video
2. Schrijf een korte en pakkende beschrijving inclusief relevante hashtags
3. Bewerk je omslag (dit kun je later niet meer aanpassen)
4. Wanneer je gebruik maakt van een trending sound kun je deze toevoegen
5. Plaats de video



Start vandaag nog!

Starten is beter dan niks doen.



We create scroll stopping content

