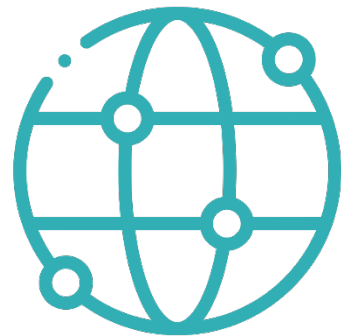


# Module 6: Sociale media en toerisme

DIGITOUR



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Project titel:** Building Digitalisation Readiness in the Tourism SME sector.

**Projectacroniem:** DIGITOUR

**Projectnummer:** 2021-2-IE01-KA220-VET-000048348

**Module:** sociale media en toerisme

**Primaire doelgroep:** Mkb's in de toeristische sector

**Secundaire doelgroepen:** deskundige aanbieders van beroepsonderwijs en -opleiding, vertegenwoordigers van het toerisme en in-company trainers.

**Geschatte tijd:** 120 minuten

**Doelstellingen:** De doelstellingen van deze module zijn:

- Weet hoe je een Social Media campagne maakt;
- Beheer sociale media eenvoudig;
- Kennis over het plannen van een bericht;
- In staat zijn om samen te werken via sociale media.

**Leerresultaten:** Aan het einde van deze module zullen de deelnemers:

- De basiskennis van sociale media begrijpen en het belang ervan om jouw toeristische activiteiten te promoten in overeenstemming met jouw digitale marketingstrategie;
- De verschillende vormen van sociale media begrijpen;
- Weten hoe je de zichtbaarheid van een website of webpagina kunt verbeteren door middel van zoekmachineoptimalisatie (SEO);
- Begrijpen hoe je toegang krijgt tot en inzicht krijgt in analyses;
- De belangrijkste demografische gegevens voor elk sociaal media-platform kennen
- Zich bewust zijn van betaalde advertenties op SM;
- Weet hoe je moet samenwerken via sociale media.

# Inhoudsopgave

## Contents

Inleiding: Social Media en het belang ervan in de hedendaagse zakenwereld.....	4
Overzicht van de belangrijkste sociaal mediakanalen.....	5
Top 5 toerismebloggers wereldwijd:.....	6
Belang van jouw website als onderdeel van de Social Media strategie .....	7
Wedstrijden en andere kansen.....	8
Belangrijkste demografische gegevens voor elk social media-platform.....	10
Leesmateriaal en links: .....	22

*Dit project is gefinancierd met de steun van de Europese Commissie. De verantwoordelijkheid voor deze publicatie ligt uitsluitend bij de auteur; de Commissie kan niet aansprakelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie die erin is vervat*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Definitie van sociale media

Interactieve vormen van media die gebruikers in staat stellen met elkaar te interageren en voor elkaar te publiceren, meestal via internet.

### Inleiding: Social Media en het belang ervan in de hedendaagse zakenwereld.

Social Media-marketing is essentieel voor elke nieuwe startup en gevestigde mkb-onderneming om hun producten en diensten te promoten en hun naamsbekendheid te vergroten, hun digitale marketing te verbeteren, bekendheid en merkherkenning te creëren en uiteindelijk nieuwe klanten te werven. De belangrijkste voordelen van het inzetten van een social mediacampagne voor marketingdoeleinden zijn kosteneffectiviteit, merkherkenning, verhoogde klanttevredenheid en verhoogde merkloyaliteit.



## Overzicht van de belangrijkste sociaal mediakanalen

1. Facebook is 's werelds grootste en populairste sociale netwerksite. Hiermee kunnen gebruikers profielen maken, foto's en video's uploaden, contact maken met vrienden en familie en inhoud delen.
2. Twitter is een microblogplatform waarmee gebruikers korte berichten (tot 140 tekens) kunnen posten, ook wel 'tweets' genoemd. Het is een geweldige manier om in contact te blijven met vrienden en familie en om nieuws en evenementen te volgen.
3. Instagram is een app voor het delen van foto's en video's waarmee gebruikers inhoud kunnen uploaden naar een openbaar profiel of deze privé kunnen houden. Het is een geweldige manier om verbonden te blijven via beeldmateriaal, verschillende culturen te ontdekken en nieuwe interesses te ontdekken.
4. LinkedIn is een professioneel netwerkplatform dat individuen en bedrijven met elkaar verbindt. Het is een geweldige manier om relaties op te bouwen en nieuwe vacatures te vinden.

5. YouTube is een platform voor het delen van video's waarmee gebruikers video's kunnen uploaden, delen en bekijken. Het is een geweldige manier om je talenten te laten zien, ervaringen te delen en vermaakt te blijven.
6. TikTok is een applicatie voor sociale media waarmee gebruikers korte video's kunnen maken en delen. Het heeft ook een live streaming-functie, waar gebruikers in realtime met elkaar kunnen communiceren. De app is ongelooflijk populair geworden en wordt door miljoenen mensen over de hele wereld gebruikt. Het heeft een breed scala aan inhoud, van grappige sketches tot muziekvideo's tot educatieve inhoud. Het stelt gebruikers ook in staat om andere gebruikers te vinden en te volgen, en hun berichten leuk te vinden en erop te reageren. Het platform evolueert voortdurend en er worden voortdurend nieuwe functies toegevoegd.

***Andere sociale mediaplatforms die misschien interessant zijn: Pinterest, Tumblr en Snapchat en bloggen.***

### Top 5 toerismebloggers wereldwijd:

1. **Nomadic Matt** - Nomadic Matt is een reisblogger, auteur en ondernemer. Hij is naar meer dan 75 landen gereisd en gebruikt zijn blog om budgetreistips en advies te delen.
2. **The Blonde Abroad** – Kiki is een fulltime reiziger, influencer en schrijver. Haar blog staat vol met reistips, advies en reisideeën voor mensen die de wereld willen verkennen.
3. **Avontuurlijke Kate** – Kate is een fulltime reisblogger die meer dan 85 landen heeft bezocht en haar ervaringen, tips en advies deelt op haar blog.
4. **De reisbarrière doorbreken** - Scott is een reisblogger en freelanceschrijver die zijn blog gebruikt om verhalen, tips, advies en reisfoto's te delen.
5. **The Planet D** – Dave en Deb zijn een getrouwd stel dat sinds 2006 samen de wereld rondreist. Ze gebruiken hun blog om hun ervaringen, foto's en advies te delen.

## Belang van jouw website als onderdeel van de Social Media strategie

De website is een cruciaal onderdeel van jouw sociale mediastrategie omdat het de spil is van jouw online aanwezigheid. Jouw website is de plek waar je mensen naar toe kunt leiden om meer informatie over jouw merk en producten te vinden en om aankopen te doen. Het is ook het belangrijkste knooppunt waar mensen al jouw sociale media-accounts kunnen vinden en kunnen zien wat je op elk platform doet. Bovendien kan jouw website



je helpen vertrouwen op te bouwen bij jouw klanten en hun laten zien dat je een legitiem bedrijf bent. Met het juiste websiteontwerp, de juiste inhoud en SEO-strategieën kunt je de zichtbaarheid van jouw website vergroten en meer klanten aantrekken.

## SEO

Zoekmachineoptimalisatie (SEO) is een continu proces om de zichtbaarheid van een website of webpagina in de resultaten van zoekmachines te verbeteren. Het gaat om het optimaliseren van de inhoud, technische opzet en autoriteit van een website om de organische positie in zoekmachines te verbeteren. SEO helpt ervoor te zorgen dat een site toegankelijk is voor een zoekmachine en vergroot de kans dat de site door de zoekmachine wordt gevonden.

## Hoe toegang te krijgen tot en inzicht te krijgen in analyses

- **Stel jouw statistieken vast:** voordat je jezelf gaat verdiepen in sociale media-analyse, is het belangrijk om vast te stellen welke statistieken je wilt bijhouden. Dit kunnen betrokkenheid, bereik, vertoningen, websiteklikken en conversies zijn.
- **Tracers instellen:** als je eenmaal weet welke statistieken je wilt bijhouden, moet je trackers instellen. Dit kan worden gedaan via analysetools voor sociale media, zoals Google Analytics, Hootsuite, Sprout Social of Buffer.

- **Analyseer jouw gegevens:** Nadat de tracers zijn ingesteld, kun je beginnen met het duiken in jouw gegevens. Kijk hoe je posts en campagnes hebben gepresteerd, identificeer patronen of trends en bepaal welke posts het meest succesvol waren.
- **Bewaak jouw prestaties:** Nadat je jouw gegevens hebt geanalyseerd, is het tijd om een monitoringsysteem op te zetten. Dit is belangrijk om ervoor te zorgen dat je jouw voortgang in de loop van de tijd kunt volgen en indien nodig kunt bijstellen.
- **Concurrenten volgen:** Ten slotte zou je ook moeten overwegen om de prestaties van concurrenten op sociale media bij te houden. Dit geeft je inzicht in hoe ze presteren en welke strategieën ze gebruiken.

## Wedstrijden en andere kansen

Wedstrijden op sociale media en andere beschikbare mogelijkheden zijn onder meer foto- en videowedstrijden, prijsvragen, weggeefacties, trivia-uitdagingen, vraag- en antwoordsessies, campagnes voor influencer-marketing en loyaliteitsprogramma's.

## Betaalde sociale media – opties.

1. **Betaalde advertenties** op sociale mediaplatforms zijn een van de meest populaire opties voor bedrijven die hun producten of diensten willen promoten. Advertenties kunnen worden gericht op specifieke demografische groepen en bieden gedetailleerde rapporten over de prestaties van de advertentie. Populaire platforms voor betaalde advertenties zijn Facebook, Google Ads, Instagram, Snapchat en Twitter.

2. **Gesponsorde inhoud:** bedrijven kunnen ook gesponsorde inhoud gebruiken om hun producten of diensten op sociale mediaplatforms te promoten. Bij gesponsorde inhoud worden influencers of makers van inhoud betaald om inhoud te maken die verband houdt met de producten of diensten van het bedrijf. Deze inhoud kan worden gedeeld op de sociale mediapagina's van het bedrijf of op de pagina's van de influencer.

3. **Beheer van sociale media:** bedrijven kunnen beheerservices voor sociale media gebruiken om hun accounts te beheren en regelmatig inhoud te creëren. Dit kan het maken van berichten, het reageren op opmerkingen en het aanspreken omvatten.



## Waarde van een blog

Een blog kan een geweldige manier zijn om jezelf te uiten, je gedachten en meningen te delen en in contact te komen met anderen. Het kan ook een geweldig platform zijn voor marketing, netwerken en het presenteren van jouw werk. Het kan worden gebruikt om een aanhang op te bouwen en zelfs inkomsten te genereren voor jouw bedrijf. De waarde van een blog kan direct zijn, maar het kan ook de samenwerking openen met social media Influencers die zijn afgestemd op jouw sector, bedrijf of geografische regio.

## Influencers van sociale media

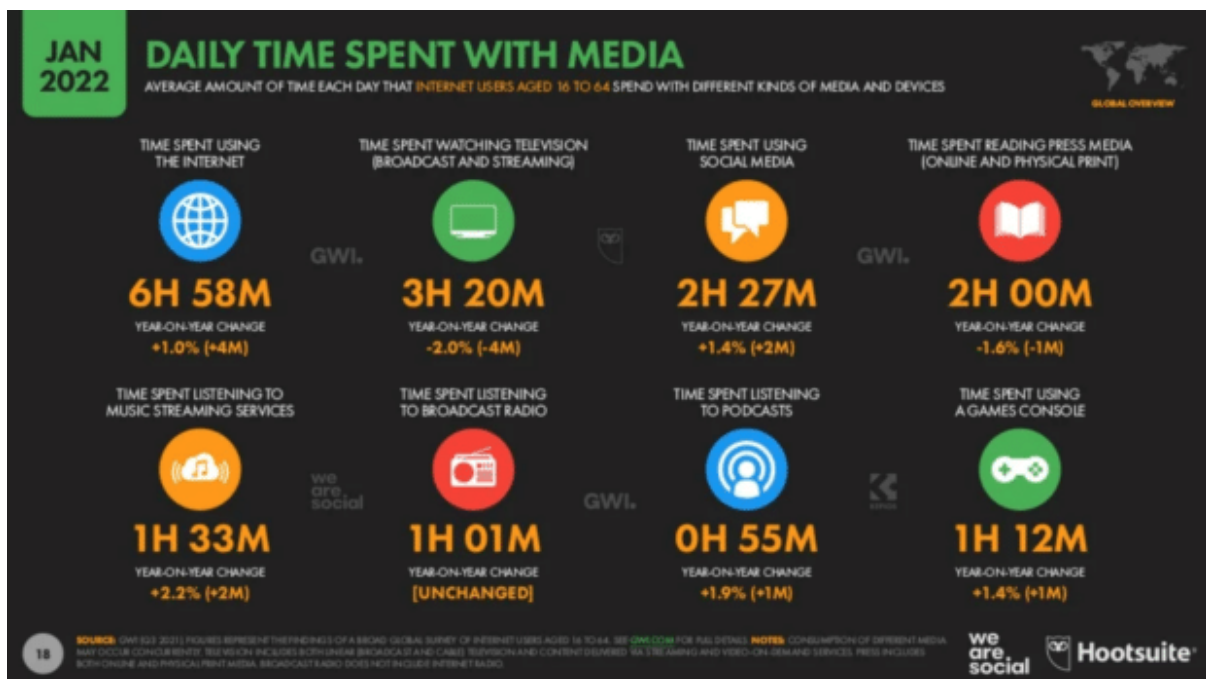
Social media Influencers zijn mensen die geloofwaardigheid hebben verworven in een bepaalde branche of niche. Zij kunnen hun invloed gebruiken om producten en diensten te promoten via hun sociale mediakanalen. Veel Influencers hebben enorme volgers op sociale mediaplatforms, zoals Instagram, YouTube en Twitter. Door gebruik te maken van hun status kunnen Influencers een groot publiek bereiken en een grote invloed hebben op de aankoopbeslissingen van hun volgers. Als gevolg hiervan wenden merken zich steeds meer tot Influencers als onderdeel van hun marketingstrategieën, waarbij velen een financiële vergoeding bieden voor het promoten van hun producten en diensten.

## Belangrijkste demografische gegevens voor elk social media-platform

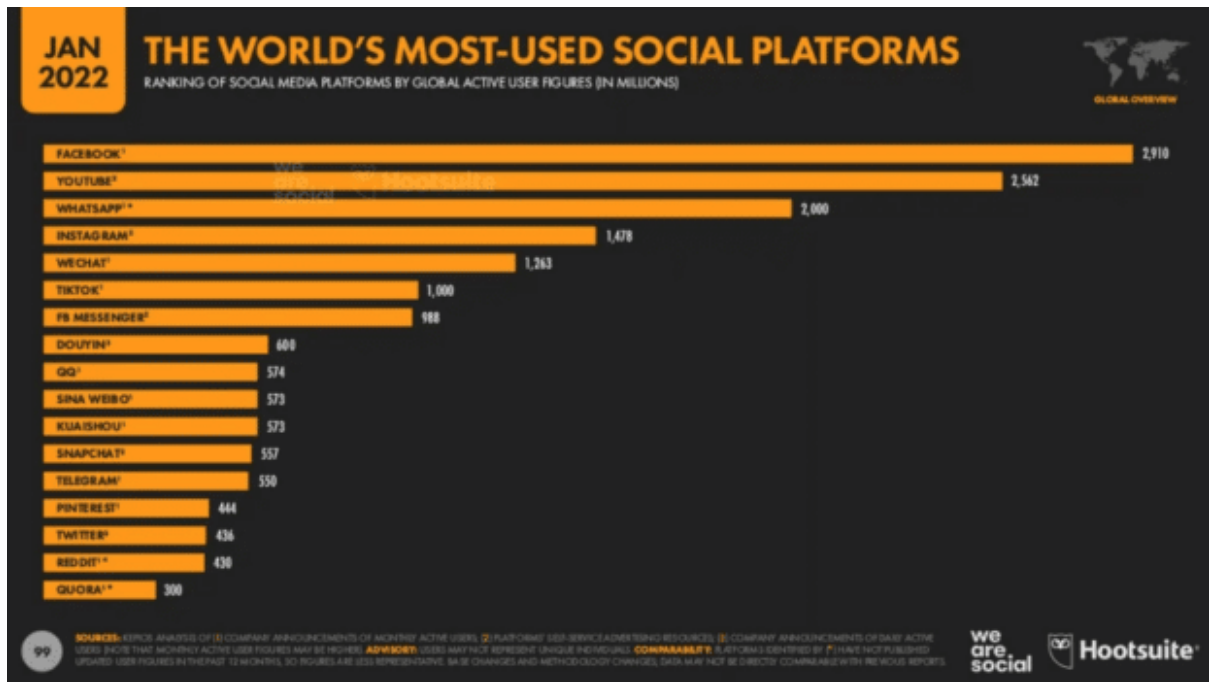
### Volgens de Hootsuite:

“In januari 2022 bedroeg het aantal gebruikers van sociale media wereldwijd **4,62 miljard**. Dat is meer dan de helft van de totale wereldbevolking.

Wereldwijd besteden we gemiddeld **2 uur en 27 minuten** per dag aan social media.” De gemiddelde gebruiker besteedt ongeveer **35% van zijn totale tijd op internet** op sociale media.



“Facebook is **nog steeds het populairste** sociale mediaplatform ter wereld. Het heeft momenteel bijna 3 miljard wereldwijd actieve gebruikers.”



<https://blog.hootsuite.com/social-media-demographics/>

## Demografie van een Europese Facebook-gebruiker versus Instagram-gebruiker

### FACEBOOK

**Leeftijd:** Facebook is het populairst onder jongeren in Europa: volgens een onderzoek van Eurostat uit 2021 gebruikt 76% van de 18- tot 24-jarigen en 71% van de 25- tot 34-jarigen het platform. Het percentage gebruikers neemt af met de leeftijd: 41% van de 55-74-jarigen en 18% van de 75-plussers gebruikt het platform.

**Geslacht:** Er is een ongeveer gelijke verdeling tussen mannelijke en vrouwelijke Facebook-gebruikers in Europa, hoewel dit enigszins verschilt per land.

**Inkomen:** Facebookgebruik komt ook vaker voor bij mensen met lagere inkomens in Europa. Volgens een onderzoek uit 2021 van het Pew Research Center gebruikt 60% van de mensen met een gezinsinkomen van minder dan € 30.000 per jaar Facebook, vergeleken met 47% van degenen met een inkomen tussen € 30.000 en € 60.000 en 36% van degenen met een inkomen boven dit bedrag.

### INSTAGRAM

**Leeftijd:** De grootste leeftijdsgroep op Instagram in Europa is tussen 18-24 jaar oud, gevolgd door de leeftijdsgroep 25-34 jaar. Dit suggereert dat Instagram vooral populair is onder jongeren in Europa.

**Geslacht:** Instagram-gebruikers in Europa zijn iets vaker vrouw dan man, hoewel het verschil niet significant is.

**Locatie:** Het grootste aantal Instagram-gebruikers in Europa bevindt zich in Duitsland, Frankrijk en Italië, hoewel er ook aanzienlijke aantallen gebruikers in andere Europese landen zijn.

**Inkomen:** Instagram-gebruikers in Europa hebben uiteenlopende inkomensniveaus. Hoewel er veel gebruikers zijn met relatief lage inkomens, zijn er ook veel die relatief welvarend zijn.

**Interesses:** Instagram-gebruikers in Europa zijn vaak geïnteresseerd in mode, beauty, reizen, eten en lifestyle. Dit varieert echter sterk, afhankelijk van de specifieke gebruiker en zijn voorkeuren.

***Over het algemeen is Instagram een populair platform onder jongeren in Europa, met name vrouwen. Het wordt gebruikt voor het delen en consumeren van visuele inhoud met betrekking tot een verscheidenheid aan interesses en ambities. Facebook wordt gezien als toegankelijk voor een breder publiek.***

---

**Oprdracht: Je kunt nu jouw eigen beoordeling van kanalen uitvoeren om te vinden wat voor jou het beste werkt.**

Het kiezen van de juiste mix van sociale mediakanalen voor jouw digitale marketingcampagne kan afhankelijk zijn van jouw doelmarkt –

Wat is de demografie van jouw doelgroep?

---

---

---

---

Welk sociaal mediakanaal hebben ze ook of gebruiken ze momenteel?

---

---

---

---

*Deze vragen zullen de juiste social mediacampagne voor jouw digitale marketingstrategie bepalen.*

### Opdracht - Maak een campagne voor sociale media

1. Kies een doel: Het doel van deze campagne is om de naamsbekendheid en betrokkenheid op sociale media te vergroten.
2. Creëer content: Creëer content die aansluit bij jouw merkstrategie en het doel van de campagne overbrengt. Dit kunnen afbeeldingen, video's, blogposts, infographics, enz. zijn van de inhoud die je hebt beveiligd.
3. Kies een hashtag: #BrandAwareness.
4. Promoot de campagne: gebruik bestaande sociale media-accounts om de campagne te promoten en maak een hashtag die specifiek is voor de campagne. Zorg ervoor dat je relevante hashtags gebruikt om maximale zichtbaarheid te garanderen. **Kies er een uit de bovenstaande lijst.**
5. Een bericht plannen: er zijn veel manieren om berichten op sociale media in te plannen. De meeste sociale-mediaplatforms hebben hun eigen ingebouwde planningstools, waarmee je berichten kunt plannen en vooraf kunt inplannen voor toekomstige datums en tijden. Je kunt ook tools van derden gebruiken, zoals Hootsuite, Buffer of Sprout Social, om berichten op meerdere sociale-mediaplatforms te helpen beheren en plannen.

6. Resultaten volgen en meten: gebruik analysetools om de resultaten van de campagne bij te houden en te meten. Zo kun je bepalen of de campagne succesvol was.



**Mijn Social Media Campagne om \_\_\_\_\_ uit te lichten**

1. Kies een doel: Het doel van deze campagne is om de naamsbekendheid en betrokkenheid op sociale media te vergroten.

---

---

2. Kies de inhoud die je gaat gebruiken.

---

---

---

---

---

---

---

---

3. Creëer je # hashtag (bijv. #BrandAwareness)

---

---

4. Plan een bericht in

---

---

5. Noteer het tijdsbestek waarvoor je de post wilt laten lopen en volg en meet de resultaten.

---

---

6. Vat jouw bevindingen samen en beoordeel jouw resultaten met behulp van analyses.

---

---

---

---

---

---

---





**Beste adviezen:**

- Je hoeft geen honderden euro's uit te geven.
- Er zal veel vallen en opstaan zijn - wat goed werkt voor het ene bedrijf, werkt mogelijk niet voor het andere.
- Laat je bericht altijd 24 uur organisch presteren voordat je het gaat promoten.
- Laat de advertentie niet te lang lopen - maximaal 4/5 dagen.

**Voordelen:**

- Je kunt het bereik gericht delen: met betaalde advertenties op sociale media kunnen bedrijven zich richten op specifieke doelgroepen op basis van demografie, interesses, gedragingen en locatie, waardoor de kans groter wordt dat ze hun doelgroep bereiken.
- Verhoogde zichtbaarheid: advertenties op sociale media vergroten de zichtbaarheid van een merk, aangezien ze verschijnen in de nieuwsfeeds van potentiële klanten, waardoor de kans op merkherinnering toeneemt.
- Kostenbesparend: adverteren op sociale media is vaak goedkoper dan traditionele vormen van adverteren en kan worden aangepast aan elk budget.
- Meetbare resultaten: Met advertenties op sociale media kunnen bedrijven hun resultaten volgen, zoals bereik, betrokkenheid en conversies, en waardevolle gegevens opleveren voor het optimaliseren van toekomstige campagnes.
- Flexibiliteit: adverteren op sociale media kan flexibel zijn, waardoor bedrijven campagnes direct kunnen aanpassen op basis van prestaties.

**Nadelen:**

- Onthoud dat gebruikers moe kunnen worden van het herhaaldelijk zien van dezelfde advertenties, wat resulteert in advertentiemoede, wat de effectiviteit van advertenties op sociale media in de loop van de tijd kan verminderen.
- Veel concurrentie: met zoveel bedrijven die adverteren op sociale media, kan de concurrentie om advertentieruimte groot zijn, waardoor het moeilijker wordt om op te vallen.
- Beperkt organisch bereik: algoritmen van sociale media geven prioriteit aan betaalde inhoud, waardoor het moeilijker wordt voor organische inhoud om zichtbaarheid en betrokkenheid te krijgen.

- Advertentieblokkering: sommige gebruikers gebruiken software voor het blokkeren van advertenties, die kan voorkomen dat advertenties op sociale media hen bereiken.
- Advertentieblindheid: gebruikers zijn er misschien aan gewend advertenties te negeren, wat resulteert in lage betrokkenheidspercentages en beperkte conversies.

### **Advertentiemogelijkheden op sociale media**

Er zijn verschillende advertentie-opties voor sociale media beschikbaar, waaronder:

1. Facebook-advertenties: Facebook is een van de meest populaire sociale mediaplatforms, met meer dan 2 miljard actieve gebruikers. Met Facebook-advertenties kunnen bedrijven zich richten op specifieke demografische gegevens, interesses, gedragingen en locaties, en kunnen ze op gebruikers richten die eerder interactie hebben gehad met hun inhoud.
2. Instagram-advertenties: Instagram is een zeer visueel platform waarmee bedrijven advertenties kunnen maken die naadloos overgaan in organische inhoud. Instagram-advertenties kunnen worden gericht op basis van demografische gegevens, interesses, gedragingen en locaties, en kunnen opnieuw op gebruikers richten die zich met hun inhoud hebben beziggehouden.
3. Twitter-advertenties: met Twitter-advertenties kunnen bedrijven hun accounts, tweets of trends promoten bij gerichte gebruikers op basis van interesses, gedragingen en trefwoorden. Twitter-advertenties kunnen worden gebruikt om naamsbekendheid te vergroten, websiteverkeer te stimuleren en betrokkenheid te vergroten.
4. LinkedIn-advertenties: LinkedIn is een professioneel netwerkplatform waarmee bedrijven zich op gebruikers kunnen richten op basis van hun functietitel, bedrijfsgrootte, branche en anciënniteit. LinkedIn-advertenties kunnen worden gebruikt om vacatures te promoten, naamsbekendheid op te bouwen en leads te genereren.

5. YouTube-advertenties: YouTube is een platform voor het delen van video's waarmee bedrijven videoadvertenties kunnen maken die vóór, tijdens of na video's worden weergegeven. YouTube-advertenties kunnen worden gericht op basis van demografie, interesses en onderwerpen.

**Om te adverteren op Facebook en Instagram, aangezien beide worden beheerd vanuit Facebook, kun je deze stappen volgen:**

- Stel een Facebook Ads-account in: Ga naar de Facebook Ads Manager-pagina en maak een nieuw account aan of log in met jouw bestaande account.
- Kies jouw doel: Facebook biedt verschillende advertentiedoelen, zoals naamsbekendheid, verkeer, conversies en meer. Kies het doel dat het beste aansluit bij jouw marketingdoelen.
- Definieer jouw doelgroep: Je kunt specifieke demografische gegevens, interesses, gedragingen en meer kiezen om je op jouw ideale doelgroep te richten.
- Stel jouw budget en planning in: bepaal hoeveel je wilt uitgeven en hoe lang je jouw advertentie wilt weergeven.
- Maak jouw advertentie: kies het advertentieformaat (afbeelding, video, carrousel, enz.), voeg jouw tekst en afbeeldingen toe en bekijk een voorbeeld van jouw advertentie voordat je deze bevestigt.
- Lanceer je advertentie: zodra jouw advertentie is goedgekeurd, wordt deze weergegeven volgens jouw budget en planning.
- Bewaken en aanpassen: Controleer de prestaties van jouw advertentie regelmatig en voer de nodige aanpassingen uit om jouw resultaten te optimaliseren.

# Opdracht



**Doelstelling:** Plan een campagne om een nieuw of bestaand product of dienst te introduceren die jouw bedrijf aanbiedt.

**Selecteer je ideale klant/doelgroep.**

**Bereid de campagnedetails voor:** dit kan het gebruik van beeldadvertenties, videoadvertenties, carouseladvertenties zijn.

**Hoe lang wil je dat de advertentie loopt?** Zeg voor de eerste aanbieding 48 uur?

**Hoeveel wil je uitgeven?** Onthoud dat het wordt aangeboden als een bedrag per dag of per campagne.

**Controleer het plan** en plaats de advertentie organisch [niet betaald voor] laat deze 48 uur lopen en voer vervolgens dezelfde advertentie 48 uur uit met het overeengekomen budget.

**Leg jouw beoordeling** van de resultaten vast met behulp van de SEO-bevinding van jouw Facebook-manager account.

**Heeft dit je geholpen bij het plannen en uitvoeren van jouw campagne?**

Ja nee

## Leesmateriaal en links:

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

[https://www.youtube.com/watch?v=3fJqcPF\\_dgU](https://www.youtube.com/watch?v=3fJqcPF_dgU)

[www.hootesuite.com](http://www.hootesuite.com)

[Maak een Facebook-pagina voor jouw bedrijf | Meta Business Helpcentrum](#)

<https://business.instagram.com/>

<https://sproutsocial.com/insights/how-to-create-youtube-account/>

<https://business.linkedin.com/marketing-solutions/linkedin-pages>

<https://prsmith.org/sostac/>