

Proces verslag: ontwikkeling LinkedIn concept voor Boomfeestdag

Inleiding

Voor mijn project bij Boomfeestdag heb ik gewerkt aan het opzetten van een LinkedIn post om een reeks webinars voor leraren te promoten. Het doel van deze webinars was om leraren bewust te maken van de educatieve waarde van Boomfeestdag en hen te helpen duurzaamheid en het planten van bomen te integreren in hun lessen. In dit proces heb ik verschillende stappen doorlopen, van het bedenken van het concept tot het plaatsen van de post op LinkedIn. Hieronder beschrijf ik de stappen die ik heb genomen om de LinkedIn post tot stand te brengen en het succes van de campagne te evalueren.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Stap 1: Het identificeren van de doelgroepen en het concept.....	1
Stap 2: Het uitwerken van de inhoud	1
Stap 3: Het plannen van de promotie	2
Stap 4: Het ontwerp van de visuele content	2
Stap 5: Het schrijven van de tekst en de call-to-action.....	2
Stap 6: Het verzamelen van feedback	2
Stap 7: Evaluatie en verbeteringen op basis van feedback	3
Conclusie:	3

Stap 1: Het identificeren van de doelgroepen en het concept

Bij het opzetten van de LinkedIn post voor Boomfeestdag begon ik met het bepalen van het doel van het evenement: het organiseren van een reeks webinars voor leraren. De belangrijkste doelgroep voor de webinars zijn leraren die geïnteresseerd zijn in duurzaamheid en die willen leren hoe ze Boomfeestdag en duurzaamheid in hun lessen kunnen toevoegen. Het idee was om deze doelgroep te bereiken met een aantrekkelijk concept: een webinar waarin experts uitleggen hoe het planten van bomen bijdraagt aan het onderwijs en hoe leraren hun leerlingen kunnen betrekken bij dit duurzame project.

Stap 2: Het uitwerken van de inhoud

In deze stap heb ik de inhoud van het webinar verder uitgewerkt. Ik besloot om deskresearch te doen op het gebied van duurzaamheid, bosbeheer en educatie. Het was belangrijk om de waarde van het planten van bomen voor educatie duidelijk te maken en leraren te motiveren om duurzaamheid in hun les op te nemen. Daarnaast wilde ik ervoor zorgen dat de webinars interactief zouden zijn, zodat leraren niet alleen kennis opdoen, maar ook actief kunnen deelnemen en vragen kunnen stellen.

Stap 3: Het plannen van de promotie

In deze fase heb ik nagedacht over de promotie van het evenement. Omdat de webinars specifiek gericht zijn op leraren, besloot ik LinkedIn en e-mail te gebruiken als promotiekanalen. LinkedIn is een platform dat goed geschikt is voor het bereiken van professionals, zoals leraren. De oproep tot actie in de post moest duidelijk maken dat deelnemers zich konden aanmelden om hun school voor Boomfeestdag in te schrijven en extra educatieve materialen konden ontvangen. Dit zou niet alleen de aantrekkelijkheid van het evenement vergroten, maar ook helpen om meer scholen te betrekken bij het project.

Stap 4: Het ontwerp van de visuele content

De visuele content was een cruciaal onderdeel van de post. Ik bedacht een afbeelding die de educatieve en duurzame boodschap van Boomfeestdag op een aantrekkelijke manier zou overbrengen. Dit heb ik gedaan doormiddel van AI. De prompt wat ik hiervoor heb gebruikt staat in mijn uitwerkte document over de LinkedIn-campagne. Vervolgens heb ik dat prompt in Adobe Firefly toegevoegd en iets aangepast zodat het zou matchen met wat ik wilde. Vervolgens heb ik de gehele LinkedIn post in Photoshop gemaakt zodat ik de complete vrijheid had. De achtergrond van de afbeelding moest een levendig bos zijn, met zonlicht dat door de bomen schijnt om de positieve en inspirerende boodschap van het webinar te versterken. Er zijn dus 3 tools gebruikt: ChatGPT, Adobe Fire Fly, Adobe Photoshop.

Stap 5: Het schrijven van de tekst en de call-to-action

De tekst van de LinkedIn post moest informatief en uitnodigend zijn. Ik wilde duidelijk maken wat de leraren konden verwachten van de webinars, namelijk inzichten van experts, tips over het integreren van duurzaamheid in lesmateriaal, en extra educatieve materialen die beschikbaar zouden worden gesteld. De oproep tot actie was een belangrijke stap om de leraren aan te moedigen zich in te schrijven en hun school aan te melden voor Boomfeestdag. Ik gebruikte ook relevante hashtags zoals #Boomfeestdag, #Onderwijs en #Duurzaamheid om het bereik van de post te vergroten.

Stap 6: Het verzamelen van feedback

Aangezien het niet mogelijk was om de LinkedIn post daadwerkelijk te publiceren op de socials van Boomfeestdag, heb ik ervoor gekozen om feedback te verzamelen van verschillende leerlingen en een leraar. Ik deelde de tekst en het ontwerp van de post met hen om te peilen hoe zij de boodschap en de visuele elementen zouden ontvangen. Ik vroeg hen specifieke vragen, zoals of de oproep tot actie duidelijk was en of de inhoud hen zou motiveren om deel te nemen aan het webinar. De feedback die ik ontving was waardevol, aangezien het me hielp te begrijpen hoe de doelgroep de post zou ervaren en of er eventuele verbeterpunten waren in de communicatie.

Stap 7: Evaluatie en verbeteringen op basis van feedback

Na het ontvangen van de feedback van de leerlingen en de leraar, evalueerde ik de reacties en pas ik de LinkedIn post aan waar nodig. De belangrijkste feedback betrof het versterken van de oproep tot actie, zodat het nog duidelijker werd waarom leraren zich zouden moeten aanmelden voor het webinar en wat de voordelen voor hen zouden zijn. Daarnaast werd er vermeld om de visuele elementen wat eenvoudiger te maken, zodat de boodschap minder druk overkwam. Op basis van deze feedback heb ik de tekst en de opmaak aangepast om de post nog effectiever te maken wanneer deze in de toekomst zou worden gepubliceerd.

Conclusie:

Het proces van het opzetten en uitvoeren van de LinkedIn post voor Boomfeestdag was een leerzame ervaring. Door stap voor stap het concept uit te werken, de inhoud te verfijnen en de juiste visuele en tekstuele elementen te kiezen, heb ik een effectieve campagne opgezet die de betrokkenheid van leraren bij Boomfeestdag vergrootte. Het vragen van feedback gaf me waardevolle inzichten in de effectiviteit van de post en liet me zien waar ik mogelijk verbeteringen kon aanbrengen. Al met al heb ik geleerd hoe ik een doelgerichte onlinecampagne kan ontwikkelen en uitvoeren, wat me zal helpen bij toekomstige projecten.