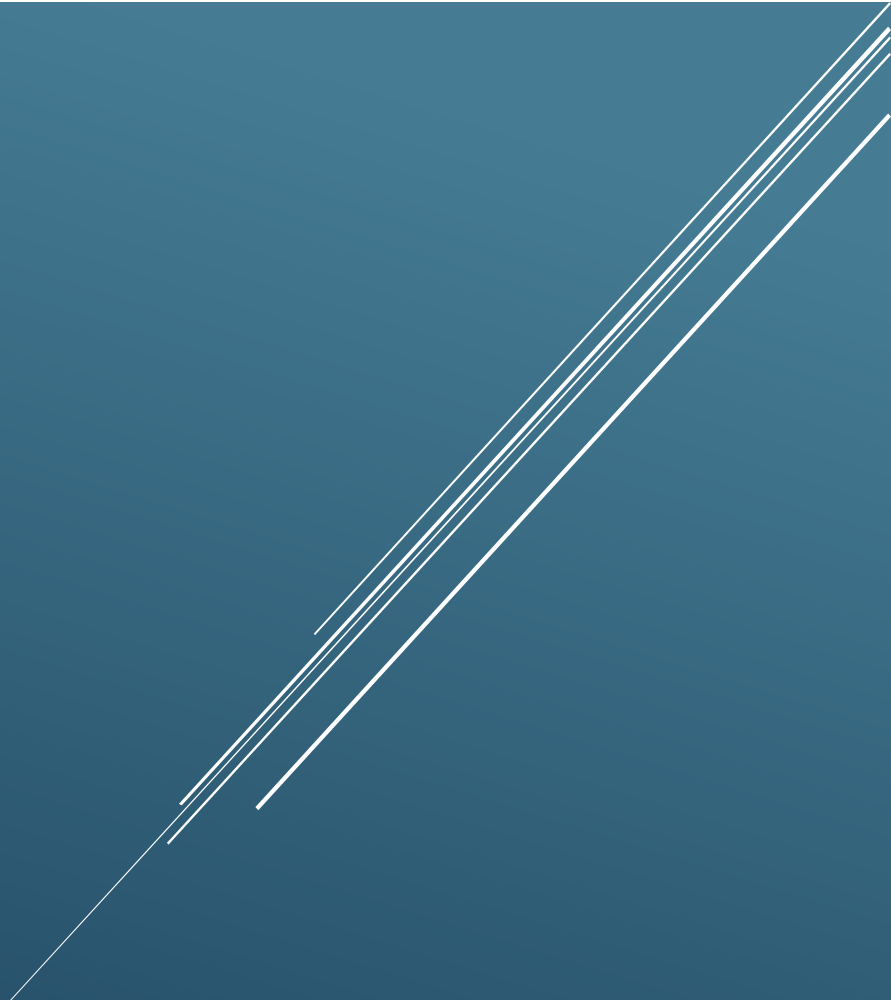




PROCES VERSLAG MEDIASTRATEGIE EN MEDIAPLANNING NETWERKBORREL CROWNSBURG

Niels Mol

Inleiding

In dit verslag beschrijf ik het proces dat ik heb gevolgd om een mediaplanning en marketingstrategie op te stellen voor de netwerkbijeenkomst van Crownsburg. Het doel van deze netwerkbijeenkomst is om meer leads te genereren en de naamsbekendheid van het merk te vergroten. Tijdens dit proces heb ik stap voor stap gewerkt aan het ontwikkelen van een strategie die niet alleen de doelgroep effectief bereikt, maar ook het exclusieve karakter van Crownsburg benadrukt. Door een duidelijke planning en slimme timing te hanteren, wil ik zorgen voor een succesvolle uitvoering van de campagne.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Stap 1: Onderzoek en voorbereiding	1
Stap 2: Ontwikkelen van de mediaplanning.....	1
Stap 3: Opstellen van de content	2
Stap 4: Plannen van social media posts	2
Stap 5: Organiseren van de netwerkbijeenkomst.....	2
Stap 6: Opvolging na het evenement.....	2
Conclusie	2

Stap 1: Onderzoek en voorbereiding

De eerste stap in het proces was het doen van onderzoek naar effectieve marketingstrategieën voor evenementen. Hierbij heb ik gebruik gemaakt van onlinebronnen, zoals rapporten van Eventbrite en HubSpot, die aantonen hoe je het beste een promotiecampagne kunt opzetten. Uit mijn onderzoek bleek dat het belangrijk is om al acht weken van tevoren te beginnen met promotie. Dit geeft zakelijke professionals voldoende tijd om de datum vrij te houden in hun agenda en zorgt voor een breed bereik. Daarnaast heb ik de doelgroep van Crownsburg in kaart gebracht: voornamelijk zakelijke professionals die waarde hechten aan luxe en exclusiviteit.

Stap 2: Ontwikkelen van de mediaplanning

Nadat ik voldoende informatie had verzameld, ben ik begonnen met het opstellen van een mediaplanning. Hierin heb ik een tijdlijn uitgewerkt. De campagne start acht weken voor de netwerkbijeenkomst met een "Save the Date"-mail. Zes weken van tevoren wordt de officiële uitnodiging verstuurd. Vervolgens wordt er vier weken van tevoren een herinneringsmail verstuurd, en een week voor de bijeenkomst ontvangen de deelnemers een laatste mail met praktische informatie. Deze structuur zorgt ervoor dat de doelgroep op meerdere momenten wordt bereikt, wat de kans vergroot dat zij zich aanmelden.

Stap 3: Opstellen van de content

De volgende stap was het creëren van de content voor de campagne. Voor de “Save the Date”-mail heb ik een korte en aantrekkelijke tekst geschreven die de nieuwsgierigheid wekt en de ontvangers motiveert om de datum in hun agenda te zetten. De uitnodiging bevatte meer details over de locatie, het programma en de voordelen van deelname, zoals een interactieve workshop en exclusieve kortingen. Voor de herinneringsmail heb ik testimonials en video’s van eerdere evenementen opgenomen om de doelgroep te inspireren. Tot slot bevatte de mail met praktische informatie een overzicht van belangrijke zaken zoals parkeermogelijkheden, dresscode en het tijdschema.

Stap 4: Plannen van social media posts

Naast de e-mailcampagnes heb ik ook een plan gemaakt voor social media. Dit plan richt zich op LinkedIn, Instagram en Facebook, de platforms waar de doelgroep het meest actief is. Acht weken van tevoren worden visueel aantrekkelijke posts gedeeld om de netwerkborrel aan te kondigen. Deze posts worden regelmatig herhaald, met steeds meer details naarmate de datum dichterbij komt. Een belangrijk onderdeel van de social mediastrategie is het gebruik van hashtags, zoals #Crownsburg, om de zichtbaarheid van het merk te vergroten.

Stap 5: Organiseren van de netwerkborrel

Tijdens het evenement zelf ligt de focus op het bieden van een exclusieve gastbeleving. Hiervoor heb ik een programma uitgewerkt dat bestaat uit een interactieve workshop over professioneel kleden, persoonlijk stijladvies en een fotomoment. De locatie wordt ingericht om een luxe en professionele sfeer te creëren, passend bij het imago van Crownsburg. Het fotomoment biedt niet alleen een leuke ervaring voor de gasten, maar zorgt ook voor extra zichtbaarheid op social media.

Stap 6: Opvolging na het evenement

De laatste stap is de opvolging. Binnen 48 uur na de netwerkborrel wordt een bedankmail verstuurd naar alle deelnemers. Deze mail bevat een samenvatting van de hoogtepunten van de avond en een kortingscode voor toekomstige aankopen. Dit versterkt de relatie met de deelnemers en stimuleert hen om klant te worden. Daarnaast worden de contactgegevens van de deelnemers toegevoegd aan een mailinglijst voor toekomstige updates en evenementen.

Conclusie

Door dit proces stap voor stap te doorlopen, heb ik een effectieve mediaplanning en marketingstrategie ontwikkeld voor de netwerkborrel van Crownsburg. Het onderzoek naar de juiste timing en de gefaseerde aanpak heeft ervoor gezorgd dat de campagne goed is afgestemd op de doelgroep. Het creëren van aantrekkelijke content en het inzetten van social media hebben bijgedragen aan een breed bereik. Tijdens de borrel zelf wordt het exclusieve karakter van Crownsburg benadrukt, terwijl de opvolging helpt om langdurige relaties op te bouwen met de deelnemers. Dit proces heeft niet alleen geleid tot een sterke strategie, maar ook tot waardevolle inzichten in het organiseren van succesvolle evenementen.