

# ONLINE MARKETING VOOR KUNST EN CULTUUR

Geen kunst aan!

**KUNSTLOC  
BRABANT**

*Deze presentatie is eigendom van De Social Marketing Doctors, niets mag zonder toestemming worden gedeeld of gekopieerd. Als je het vraagt is het waarschijnlijk prima, maar vraag het even!*

februari 2023

# SOCIAL MARKETING DOCTORS

## TEAM OF SPECIALISTS



**Nathaly**  
Marketing  
generalist/  
eigenaar



**Esther**  
Account  
manager  
Content  
editor



**Dianne**  
UX designer  
en Website  
developer



**Michael**  
SEA  
specialist



**Rudy**  
Lead  
generatie  
specialist



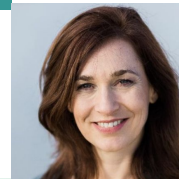
**Wendie**  
Content  
creator



**Nicoline**  
Online  
strategist/  
eigenaar



**Ivon**  
Art Director



**Fleur**  
PR specialist



**Arnold**  
Fotograaf en  
storyteller

# AGENDA

1. Warmer-upper
2. Wie ben je, wat doe je, wat maak je?
3. Met wie doe je zaken?
4. Waar zijn zij naar op zoek?
5. Website als spil van je marketing
6. Welke kanalen passen bij jou?
7. 4 traps raket programma

# WARMER-UPPER

Wie wordt er graag gebeld  
voor een opdracht of  
bestelling?

# WE TESTEN SAMEN: EEN BASIS FUNCTIONALITEIT VAN JOUW WEBSITE

Geef de URL van je website aan degene die naast je zit

Niet scrollen!

# OPDRACHT: BEL JE BUURMAN

Gentle reminder: nog steeds niet scrollen!



Een telefoonnummer op je site moet direct zichtbaar zijn en interactief!





## Werken aan werk in Meierijstad, Boekel en Bernheze



### PIM Werkt

PIM Werkt is de betrouwbare partner voor werkgevers, werknemers en werkzoekenden. Een fysiek loket gericht op werk en loopbaan. Experts bundelen lokaal en regionaal hun krachten en kennis om vandaag te mobiliseren wat morgen nodig is.

# TIP: LAAT MENSEN NIET ZOEKEN

## Maak het makkelijk

Maak het **zo makkelijk mogelijk** om **contact** met je op te nemen. Of om **dat te doen** wat **zij op jouw website willen doen**.

Hanteer dit principe **overal**. Op je **website**, maar ook op je **social media kanalen**.



**WIE BEN JE?  
WAT DOE JE?  
WAT MAAK JE?**

**MET WIE DOE JE ZAKEN?**

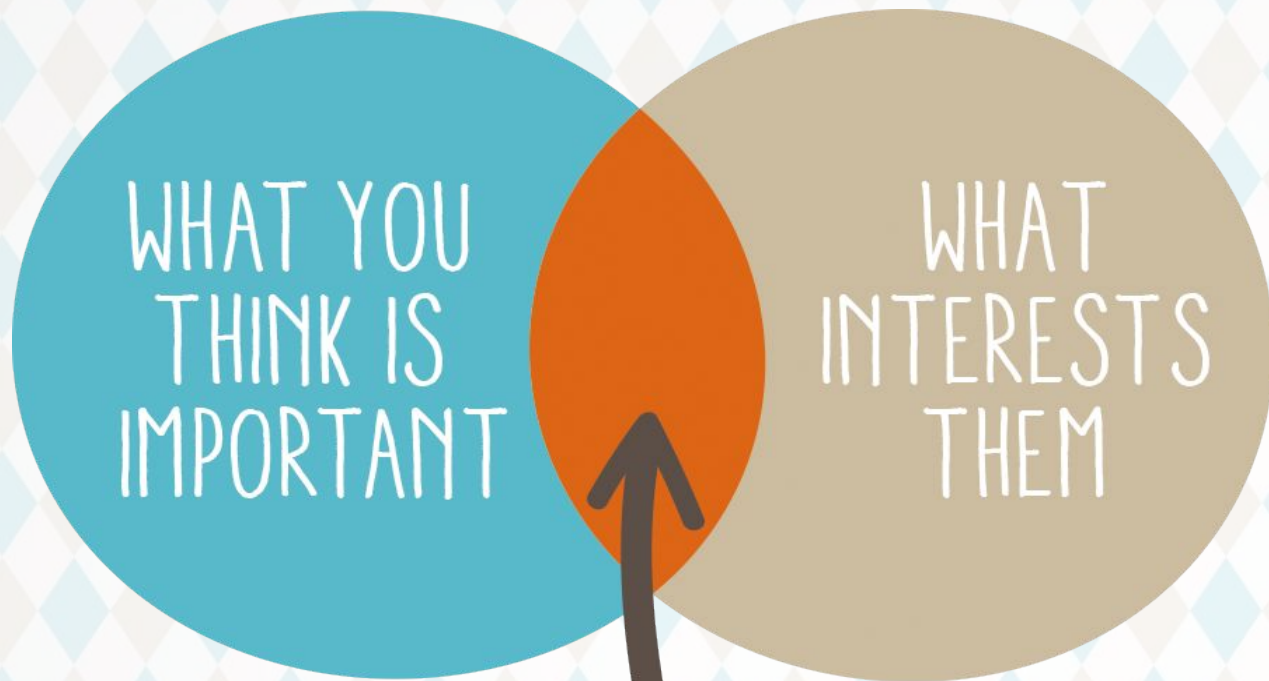


# INTRODUCTIE VAN EEN KLANTREIS OF FUNNEL



Online leads genereren is als daten...  
... je werkt langzaam ergens naartoe.

**WAAR ZIJN JE  
DOELGROEPEN NAAR OP  
ZOEK?**



**what's relevant**



Denk: outside in!  
En werk dan aan je  
marketing.

# WAT IS DE INTENTIE VAN DE MENSEN DIE JE WILT BEREIKEN?



In elke fase van hun klantreis.

<p>Mensen zijn zich <b>bewust dat je er bent</b> Waar waren ze <b>naar op zoek</b>? <b>Waar zochten ze</b>? Met <b>welke zoekwoorden</b>?</p>	

# WAT IS DE INTENTIE VAN DE MENSEN DIE JE WILT BEREIKEN?



In elke fase van hun klantreis.

Mensen zijn zich <b>bewust dat je er bent</b> Waar waren ze <b>naar op zoek</b> ? <b>Waar zochten ze</b> ? Met <b>welke zoekwoorden</b> ?	
Er is <b>interesse</b> in je werk. Waarom eigenlijk? <b>Hoe</b> wek jij hun interesse? Op welke <b>kanalen</b> ? Met <b>welke middelen</b> ?	

# WAT IS DE INTENTIE VAN DE MENSEN DIE JE WILT BEREIKEN?



In elke fase van hun klantreis.

Mensen zijn zich <b>bewust dat je er bent</b> Waar waren ze <b>naar op zoek</b> ? <b>Waar zochten ze</b> ? Met <b>welke zoekwoorden</b> ?	
Er is <b>interesse</b> in je werk. Waarom eigenlijk? <b>Hoe</b> wek jij hun interesse? Op welke <b>kanalen</b> ? Met <b>welke middelen</b> ?	
Wat wil men <b>afnemen</b> ? Hoe zorg je ervoor dat ze <b>weten wat er te krijgen is</b> . Hoe zorg je dat ze je <b>blijven volgen</b> ?	

# WAT IS DE INTENTIE VAN DE MENSEN DIE JE WILT BEREIKEN?



In elke fase van hun klantreis.

Mensen zijn zich <b>bewust dat je er bent</b> Waar waren ze <b>naar op zoek</b> ? <b>Waar zochten ze</b> ? Met <b>welke zoekwoorden</b> ?	Hoe kom je van <b>interesse naar intentie</b> ? Hoe <b>win je het vertrouwen</b> ?
Er is <b>interesse</b> in je werk. Waarom eigenlijk? <b>Hoe</b> wek jij hun interesse? Op welke <b>kanalen</b> ? Met <b>welke middelen</b> ?	
Wat wil men <b>afnemen</b> ? Hoe zorg je ervoor dat ze <b>weten wat er te krijgen is</b> . Hoe zorg je dat ze je <b>blijven volgen</b> ?	

# WAT IS DE INTENTIE VAN DE MENSEN DIE JE WILT BEREIKEN?



In elke fase van hun klantreis.

Mensen zijn zich <b>bewust dat je er bent</b> Waar waren ze <b>naar op zoek</b> ? Waar zochten ze? Met <b>welke zoekwoorden</b> ?	Hoe kom je van <b>interesse naar intentie</b> ? Hoe <b>win je het vertrouwen</b> ?
Er is <b>interesse</b> in je werk. Waarom eigenlijk? <b>Hoe</b> wek jij hun interesse? Op welke <b>kanalen</b> ? Met <b>welke middelen</b> ?	Hoe blijf je <b>'top of mind'</b> ? Wat maakt <b>jou beter dan je concullega's</b> ? Hoe weten ze dat ze <b>bij jou aan het goede adres zijn</b> ?
Wat wil men <b>afnemen</b> ? Hoe zorg je ervoor dat ze <b>weten wat er te krijgen is</b> . Hoe zorg je dat ze je <b>blijven volgen</b> ?	

# WAT IS DE INTENTIE VAN DE MENSEN DIE JE WILT BEREIKEN?



In elke fase van hun klantreis.

Mensen zijn zich <b>bewust dat je er bent</b> Waar waren ze <b>naar op zoek</b> ? Waar zochten ze? Met <b>welke zoekwoorden</b> ?	Hoe kom je van <b>interesse naar intentie</b> ? Hoe <b>win je het vertrouwen</b> ?
Er is <b>interesse</b> in je werk. Waarom eigenlijk? <b>Hoe</b> wek jij hun interesse? Op welke <b>kanalen</b> ? Met <b>welke middelen</b> ?	Hoe blijf je <b>'top of mind'</b> ? Wat maakt <b>jou beter dan je concullega's</b> . Hoe weten ze dat ze <b>bij jou aan het goede adres zijn</b> ?
Wat wil men <b>afnemen</b> ? Hoe zorg je ervoor dat ze <b>weten wat er te krijgen is</b> . Hoe zorg je dat ze je <b>blijven volgen</b> ?	Hoe <b>verleid je mensen tot een aankoop</b> of om (op dit moment) <b>zaken met je doen</b> ?

# WEBSITE ALS SPIL VAN JE MARKETING



**Hoe vaak krijg jij aanvragen via je website?**

**WELKE DOELEN  
DIENT JOUW  
WEBSITE?**

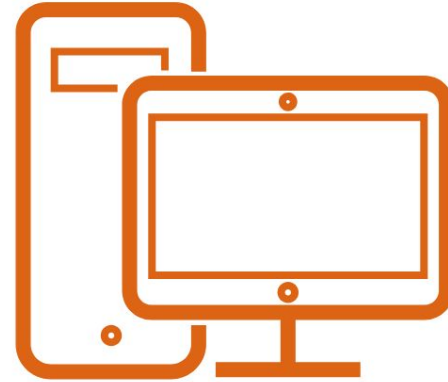


# WEBSITE TIPS

- ✓ Wat wil je dat de bezoeker doet? Toon belangrijkste bovenaan.
- ✓ CTA knop (Call to action) boven de vouw
- ✓ Geen afleiding en dus geen beweging
- ✓ Telefoon en e-mailadres in top header (klikbaar)
- ✓ Niet veel tekst op home (nooit: welkom op mijn site)
- ✓ Verdiep je in SEO. Laat je helpen met zoekwoordenonderzoek
- ✓ Laat 5 bekenden door je site klikken en feedback geven

Test alles op **ipad** en  
**mobiel**

**hoeveel** % bezoekers  
gebruiken een **mobiele**  
**telefoon** als ze jouw  
site bezoeken?

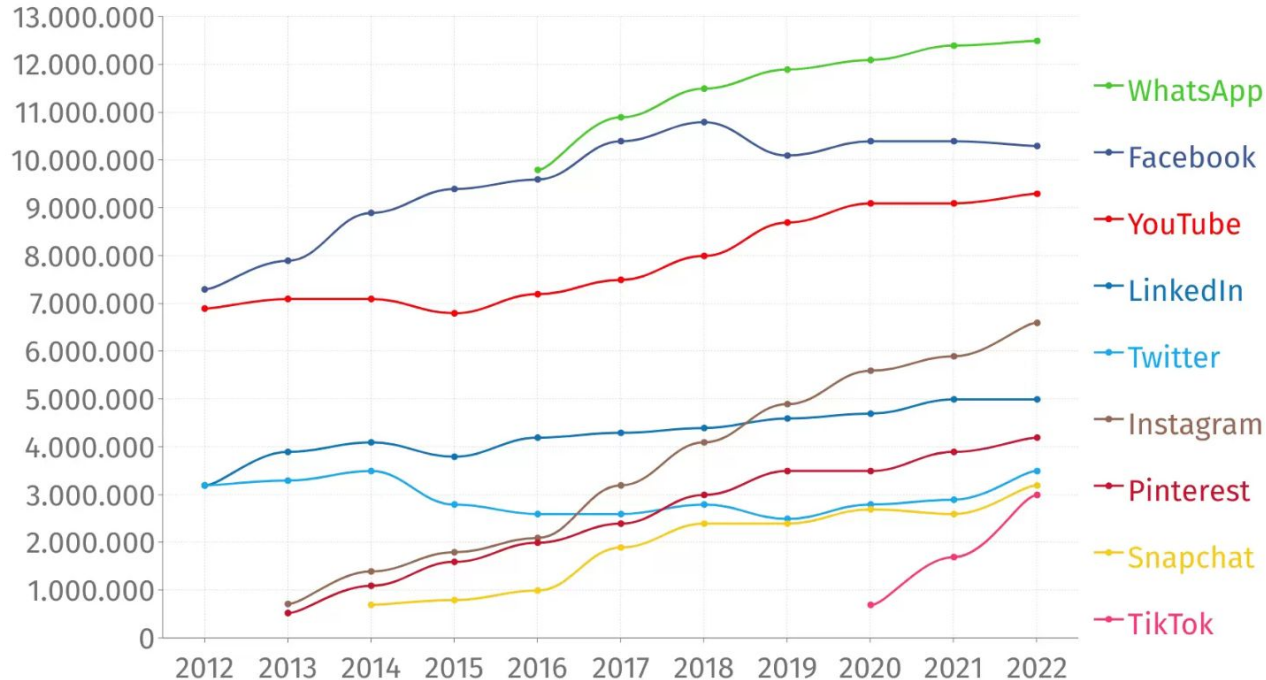


# WELKE KANALEN?

Welke social media kanalen  
gebruik je?  
En waarom?

# GEBRUIK SOCIAL MEDIA NEDERLAND

Aantal Nederlanders dat gebruikt maakt van social media



BRON: NEWCOM RESEARCH | DANNY OOSTERVEER | MARKETINGFACTS

# SOCIAL MEDIA TIPS

- ✓ Gedraag je als een reporter
- ✓ Geef kijkje achter de schermen
- ✓ Foto's werk in wording
- ✓ (Timelapse) video, stories & reels
- ✓ Start een Youtube kanaal
- ✓ Social selling: Geef antwoord op reacties
- ✓ Start een blog: Gebruik, probeer chat gpt
- ✓ Push & Pull: ook smart online advertising
- ✓ Plaats direct producten op FB/Insta

Rachel Derstine Designs  
January 27, 2013 · 🌐 Like Page

Rousseau - It's finally done!

Like · Comment · Share

👍 65 people like this.

↪️ 2 shares

**Gorgeous!!**  
January 27, 2013 at 10:53am · Like

**Favorite!!!**  
January 27, 2013 at 11:24am · Like

**Amazing!**  
January 27, 2013 at 11:33am · Like

**"Poppies."** I am stunned! This is my favorite, next to Arden's  
January 27, 2013 at 11:47am · Like

Please let me know if/when it is available for sale.  
January 27, 2013 at 11:49am · Like

**Rachel Derstine Designs** Thanks, Charlotte. That means a lot, coming from you! I'll message you with details.  
January 27, 2013 at 11:51am · Like

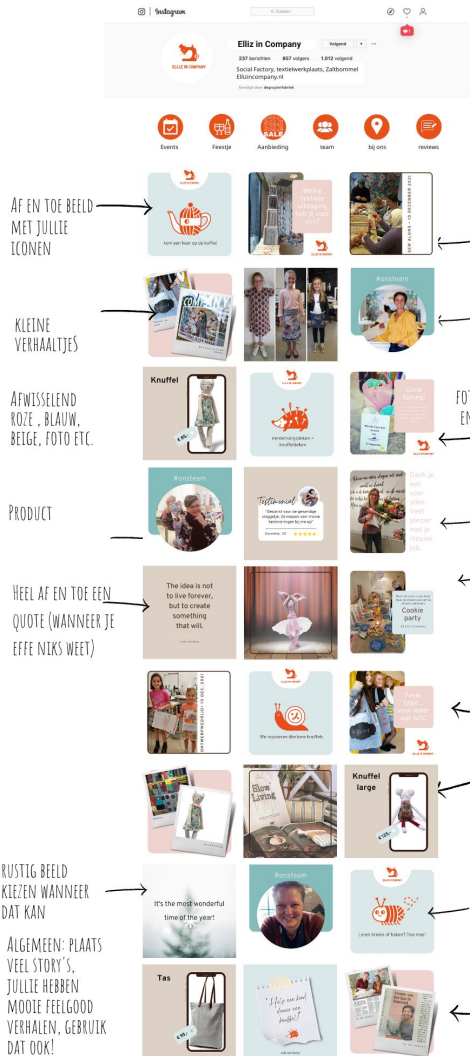
**Rach, your work is incredible!**  
January 27, 2013 at 11:56am · Like

**tropical paradise!**  
January 27, 2013 at 12:28pm · Like

**Absolutely Beautiful**  
January 27, 2013 at 12:40pm · Like

**Rachel Derstine Designs Sold!**  
January 27, 2013 at 1:00pm · Like · 👍 2





# Instagram: start met een plan

## Denk in categorieën

Achter elk berichtje zit een mini-**strategie**. Denk dus na over de het **doel** van een bericht. Zorg dat je 'feed' een geheel is.

## Denk in beeldtaal

Wissel kleur, close-ups, landschappen af met beeld met mensen erin. Wees consistent en denk **aan het geheel**, niet per los bericht. Komt de kwaliteit van je werk overeen met wat je op instagram/social media plaatst?

# VOLGENSWAARDIGE VOORBEELDEN

Instagram

Zoeken

Aanmelden Registreren

the.awkward.party **Volgen** Chatbericht sturen

224 berichten 920 volgers 1.000 volgend

Steffie the awkward  
VISUAL ARTIST  
TEASING THE MIDDLELANDS  
Sub of Edeleer / 316 66 611  
www.theawkwardparty.com

Life Choices SOLD OUT! LIFE STUDIO

BERICHTEN REELS GETAGD

**@the.awkward.party**

Instagram

Zoeken

Aanmelden Registreren

obeygiant **Volgen** Chatbericht sturen

3.653 berichten 1,3 mln. volgers 816 volgend

Shepard Fairey  
Kunst  
Official Instagram of Shepard Fairey  
#OBEY #OBEYGIGANT  
linkin.bio/obeygiant

PRINTS MURALS EXHIBITIONS WALLPAPER BOTS #ASKOBEY...

BERICHTEN REELS GETAGD

**@obeygiant**

Instagram

Zoeken

Aanmelden Registreren

kaws **Volgen** Chatbericht sturen

5.609 berichten 4,3 mln. volgers 2.260 volgend

KAWS Brian Donnelly  
www.kawson.com

BERICHTEN REELS GETAGD

**@kaws**

# DE ROUTE NAAR ONLINE SUCCES



Meet en weet

Start een  
campagne

bouw je basis

waar sta je nu

concurrentie  
analyse

Ken je  
doelgroepen

On- en offline  
doelen stellen

waarde  
propositie/merk

# De 4 TRAPS STRATEGIE AANPAK



research & strategy



launch verbetertraject



content creation



start campagne en  
analyseer

# 4 TRAPS PROGRAMMA SUCCES MET ONLINE MARKETING

## **Jij bent zelf jouw sterke merk**

Hoe zorg je voor herkenbaarheid? We werken aan jouw waardepropositie. Wie ben je, waar sta je voor en waar hebben jouw 'klanten' behoefte aan? Tijdens deze workshop leggen we het stevige fundament om op door te bouwen.

## **Strategisch online, doen wat werkt**

Hoe hoe haal het beste resultaat met een zo klein mogelijke investering in tijd en geld? Wat moet er zeker op orde zijn, waar liggen de kansen en waar begin je dan? We maken een online marketing strategie op 1 A4 (inclusief social media aanpak). Je krijgt huiswerk.

## **Website en social media kanalen**

We duiken in diverse online kanalen met passende voorbeelden. Aan bod komen: Instagram, Facebook, Pinterest, LinkedIn en uiteraard de website als spil van je online marketing. Daarna gaan we verder met de opbouw van jouw kanalen. Nicoline adviseert.

## **Aan de slag: bedenk een campagne**

Bedenk een korte campagne met een beproefde opzet van de Social Marketing Doctors die je zelf kunt invullen. Tijdens en na deze laatste sessie ga je je campagne voorbereiden, die je dan zelfstandig kunt lanceren. In een Whatsapp groep kun je tot 6 weken na deze laatste workshop vragen stellen.

# PLANNING WORKSHOPS

Duur van elke workshop: 2 uur, locatie tbd

**Workshop 1**

Donderdag 23 maart 09.30 - 11.30u

**Workshop 2**

Donderdag 6 april 09.30 - 11.30u

**Workshop 3**

Donderdag 11 mei 09.30 - 11.30u

**Workshop 4**

Donderdag 1 juni 09.30 - 11.30u

# Cursus effectieve online marketing

<b>4 dagdelen</b>	
<b>Georganiseerd door</b>	KunstLoc : <a href="https://www.kunstlocbrabant.nl/">https://www.kunstlocbrabant.nl/</a>
<b>Locatie</b>	De Nachtzuster, Carré 50, 5017 JE Tilburg
<b>Aanmelden via</b>	<a href="https://www.kunstlocbrabant.nl/agenda/effectieve-online-marketing-geen-kunst-aan-46061/">https://www.kunstlocbrabant.nl/agenda/effectieve-online-marketing-geen-kunst-aan-46061/</a>
<b>Contact</b>	Herman Kuypers Adviseur Kunsteducatie en Cultureel ondernemerschap 013 464 82 48

