

Instagram

Media Campagne

Jasmin Hachmane

Doelen Campagne

Mijn taak in deze mediacampagne was om meer studenten aan te trekken voor de Fontys ICT Deeltijdopleiding. Ik wilde ervoor zorgen dat de opleiding aantrekkelijk en makkelijk te vinden bleef voor nieuwe studenten. Daarom heb ik gewerkt aan het verbeteren van het huidige Fontys Instagram-account en andere online platforms. Ik wilde nieuwe studenten een goed idee geven van wat de Fontys Ict Deeltijd-opleiding te bieden heeft. Daarom heb ik me gericht op het vergroten van de online zichtbaarheid en het verbeteren van hoe mensen de andere online platforms gebruiken. Ik heb geprobeerd me in te leven in de doelgroep en hun behoeften en interesses te begrijpen om zo effectief mogelijk te kunnen communiceren.



In het project moesten we onderzoeksvragen bedenken om te ontdekken wat mensen moeilijk vinden op de website van de Fontys ICT deeltijdopleiding en hoe we dat kunnen verbeteren.

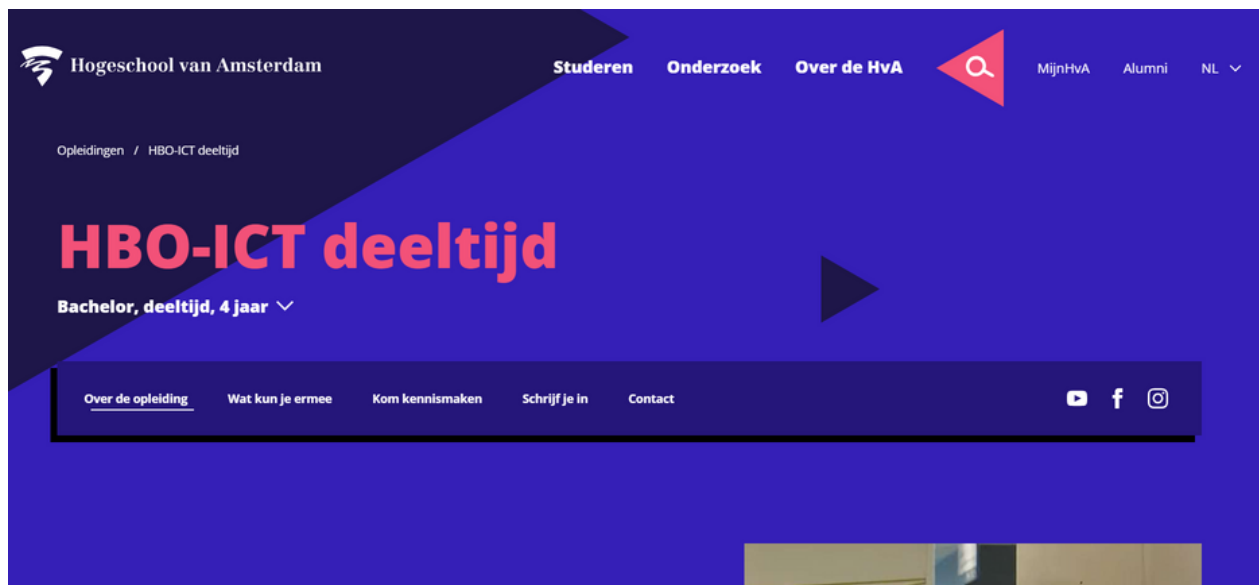
Mijn Onderzoeksvragen

- **Wat vinden mensen lastig op de huidige website van de Fontys ICT deeltijdopleiding?** *Hoe kunnen we dit beter maken?*
- **Wat voor informatie willen mensen zien op LinkedIn over de Fontys ICT deeltijdopleiding?** *Hoe kunnen we dit gebruiken om betere berichten te maken?*
- **Wat zijn de grootste zorgen van mensen als ze denken aan een deeltijd ICT-opleiding?** *Hoe kunnen we deze zorgen wegnemen in onze advertenties?*

Concurrentie

Deeltijd Hogescholen

Ik heb voorgesteld om samen te kijken naar wat onze concurrenten, in dit geval Avans Hogeschool, doen om deeltijdstudenten aan te trekken via sociale media. Ze hebben ook verschillende sociale mediaplatforms en een uitgebreide website, maar over het algemeen niets bijzonders. Ze hebben echter wel een TikTok-account en organiseren meerdere open dagen. Daarna hebben we ook gekeken naar hoe andere opleidingen voor volwassenen eruit zien en welke informatie ze delen en op welke manier.



Ik heb voorgesteld om samen te kijken naar wat onze concurrenten, in dit geval Avans Hogeschool, doen om deeltijdstudenten aan te trekken via sociale media. Ze hebben ook verschillende sociale mediaplatforms en een uitgebreide website, maar over het algemeen niets bijzonders. Ze hebben echter wel een TikTok-account en organiseren meerdere open dagen. Daarna hebben we ook gekeken naar hoe andere opleidingen voor volwassenen eruit zien en welke informatie ze delen en op welke manier.

Doelgroep

Met mijn groepsgenoten heb ik een vragenlijst gemaakt om naar de deeltijd opleiding te sturen. We wilden meer te weten komen over wie ze zijn en hebben belangrijke vragen gesteld om een beter beeld te krijgen. We waren verrast door de vele uitgebreide antwoorden die we kregen.

Op basis van al die antwoorden heb ik persona's gemaakt en gebruikersverhalen om een duidelijker beeld te krijgen van onze doelgroep.

Hieronder lees je een korte beschrijving van willekeurige personen op basis van de enquête:

Pieter's onderzoek:

Pieter is geïnteresseerd in een deeltijd opleiding in techniek, maar hij heeft nog wat twijfels over hoe hij zijn huidige werk kan combineren met studeren. Hij besluit om op LinkedIn te zoeken naar ervaringen van mensen die dezelfde uitdaging hebben gehad. Hij komt een bericht tegen van Fontys met een video van een student die vertelt hoe hij zijn werk en studie succesvol heeft kunnen combineren. Dit motiveert Pieter om meer te leren over de deeltijdopleidingen van Fontys.

Thomas' informatieavond:

Thomas heeft besloten om een carrièreswitch te maken en overweegt een deeltijd opleiding te volgen. Hij komt een aankondiging tegen op Facebook van een informatieavond georganiseerd door Fontys over de deeltijdopleidingen in zijn interessegebied. Hij meldt zich aan voor het evenement en krijgt de kans om docenten te ontmoeten, vragen te stellen en meer te weten te komen over het programma. Dit helpt hem om een weloverwogen beslissing te nemen.

Eva's zoektocht naar flexibiliteit:

Eva is ondernemer en zoekt naar een flexibele studie optie die ze kan combineren met haar drukke schema. Ze komt een advertentie tegen op Instagram van Fontys over hun deeltijdopleidingen met flexibele lesuren. Ze neemt contact op met Fontys voor meer informatie en ontdekt dat de opleiding goed te combineren is met haar werkverplichtingen. Dit motiveert haar om zich aan te melden voor een informatiebijeenkomst.

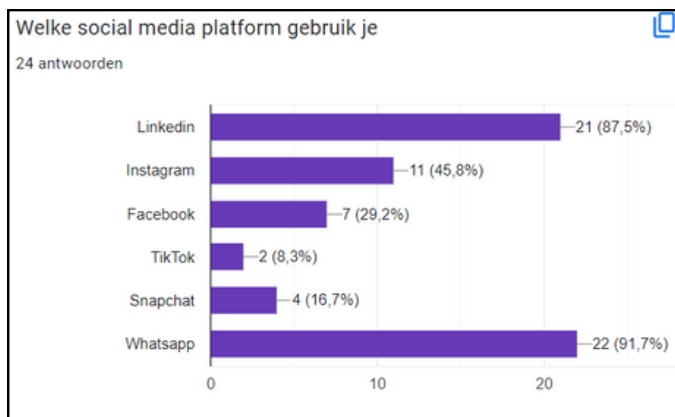
Enquête

Uit de resultaten van onze enquête bleek dat LinkedIn en Instagram de populairste sociale platforms zijn onder onze doelgroep. Daarom hebben we deze platforms opgenomen in onze mediacampagne om meer deeltijdstudenten aan te trekken.

Waarom LinkedIn en Instagram?

LinkedIn en Instagram bedienen verschillende leeftijdsgroepen, die samen een brede demografie afdekken. LinkedIn wordt voornamelijk gebruikt door professionals en oudere doelgroepen, terwijl Instagram populair is onder jongere volwassenen.

De meerderheid van de respondenten, tussen de 25 en 34 jaar oud, gaf de voorkeur aan deze platforms. Dit benadrukt de effectiviteit van LinkedIn voor professionele netwerken en Instagram voor visueel aantrekkelijke content.



Welke rol speelt visuele content (zoals afbeeldingen en video's) in jouw besluitvormingsproces?

21 antwoorden

Mijn voorkeur heeft een afbeelding waarin alles samengevat staat zodat je als gebruiker zo min mogelijk tijd kwijt bent. Hetzelfde met een video, kort maar krachtig. Tekst zal ik waarschijnlijk niet lezen, in ieder geval niet verder dan een zin of twee.

Dit is afhankelijk van de inhoud van deze content maar goede content heeft zeker een positief effect.

Altijd prettig

Je krijgt er een beeld van, maar dat geeft voor mij alleen voorbeelden. Het is niet zoals in een bedrijf.

Kleine rol.

Dat ligt er aan of het inhoudelijk relevantie afbeeldingen zijn en geen aandachtstrekkers of sfeermakers.

Speelt zeker een rol, al is de inhoud ook van groot belang

Belang van Visuele Content

Uit de vraag "Welke rol speelt visuele content (zoals afbeeldingen en video's) in jouw besluitvormingsproces?" kwam naar voren dat een groot deel van de respondenten visuele content cruciaal vindt in hun beslissingsproces.

Heldere beelden en video's trekken de aandacht en wekken interesse op bij deze groep.

Door deze strategie toe te passen, kunnen we ons richten op de voorkeuren en het gedrag van onze doelgroep, wat de kans vergroot dat onze campagne succesvol is in het aantrekken van meer deeltijdstudenten.

Analyse Doelgroep

De doelgroep lijkt voornamelijk te bestaan uit mannen tussen de 25 en 44 jaar oud, werkend in verschillende IT-gerelateerde functies, zoals docent MBO ICT, systeembeheerder, IT-specialist, software support engineer, software engineer, functioneel applicatiebeheerder, enzovoort. Ze hebben allemaal een aantal jaren werkervaring in hun vakgebied, variërend van 1 tot 10 jaar of meer.

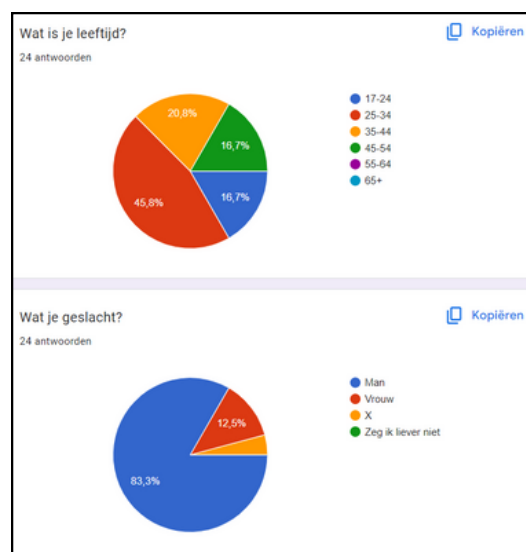
Motieven om opnieuw te gaan studeren zijn verschillend, waaronder het vergroten van kennis, carrièreswitches, hoger salaris, ontwikkelen, en het verkrijgen van een diploma. Ze zijn allemaal gemotiveerd om hun vaardigheden te verbeteren en nieuwe kansen te verkennen.

De respondenten van de enquête hebben over het algemeen een drukke weekindeling, waarbij ze hun werk combineren met studie en vrije tijd. De balans tussen werk, studie en persoonlijke verplichtingen wordt als uitdagend ervaren, maar over het algemeen haalbaar.

Wat betreft informatiebronnen en communicatiekanalen maken ze voornamelijk gebruik van sociale media zoals LinkedIn, Instagram, Facebook, en Whatsapp. Ze geven de voorkeur aan praktische informatie, zoals concrete voorbeelden van de inhoud van de opleiding, verhalen van mensen die werk en studie combineren, en visuele content zoals afbeeldingen en video's.

Samengevat:

De doelgroep bestaat voornamelijk uit mannen maar ook een klein deel vrouwen werkzaam in IT-gerelateerde functies, met verschillende motivaties om opnieuw te gaan studeren. Ze ervaren een uitdaging in het combineren van werk, studie en persoonlijke verplichtingen, maar zijn gemotiveerd om hun vaardigheden te verbeteren en nieuwe kansen te verkennen. Ze maken voornamelijk gebruik van sociale media en hechten waarde aan praktische informatie en flexibiliteit in hun opleiding.



Persona

CMD Methods



Persona



Why?

Represent the user in discussions about the design in an elegant way.

[More info](#)

Waarom?

Ik wil de gebruiker op een nette manier in ontwerp discussies vertegenwoordigen.

Hoe?

Ik maak een persona die een groep gebruikers vertegenwoordigt met vergelijkbare kenmerken, attitudes of doelen. Ik gebruik inzichten uit onderzoek en informatie van gebruikers om een representatieve persona te maken, gebaseerd op wat ze nodig hebben, willen, verwachten en andere kenmerken.

Persona: Eva Smeets

Fontys ICT Deeltijd

Flexibele ondernemer op zoek naar groei.

PERSONA



Eva

Smeets

Leeftijd: 38 jaar	Huidig beroep: Ondernemer	Eva is een drukke ondernemer die op zoek is naar een flexibele studieoptie om een nieuwe professionele richting in te slaan.
Geslacht: Vrouw	Locatie: Venlo, Limburg	

Socials



MOTIVATIE STUDIE

- Eva wil een nieuwe professionele richting inslaan en zich verder ontwikkelen door te studeren.

TIJDSBESTEDING

- Eva is druk met haar werk als ondernemer, deeltijdstudie en zorgt voor haar twee kinderen. Ze probeert ook tijd vrij te maken voor hobby's en ontspanning.

HOE FONTYS GEVONDEN?

- Eva ontdekte Fontys tijdens een bezoek aan verschillende hogescholen en had een positieve ervaring.

DOELEN

- Haar professionele vaardigheden verbeteren door middel van een studie.
- Een betere balans vinden tussen haar werk als ondernemer, haar gezinsverplichtingen en haar persoonlijke ontwikkeling.
- Een nieuwe carrièrerichting verkennen en zich specialiseren in media design en software engineering.
- Het vergroten van haar kennis en vaardigheden om haar onderneming te laten groeien en te innoveren.
- Een waardevol voorbeeld zijn voor haar kinderen door te laten zien dat het mogelijk is om werk, studie en gezin te combineren en persoonlijke doelen na te streven.

PERSOONLIJKE INTERESSES

- Eva houdt ervan om tijd door te brengen met haar familie, te lezen in haar vrije tijd en te genieten van lange wandelingen in de natuur.

VOORKEUR CONTENT

- Eva interesseert zich voor media design en software engineering, en zoekt naar content die haar helpt haar kennis op deze gebieden uit te breiden.

UITDAGINGEN

- Als ondernemer en moeder van twee kinderen heeft Eva te maken met het balanceren van haar werk-, gezins- en studieverplichtingen. Ze zoekt een flexibele studieoptie die haar kan helpen om deze uitdagingen aan te pakken.

Ik heb een persona gemaakt voor Eva om een beter beeld te krijgen van haar leven, haar doelen en wat haar motiveert. Eva is een fictief personage dat ik heb gecreëerd op basis van inzichten uit onderzoek en interviews. Haar verhaal helpt ons om ons te verplaatsen in de situatie van iemand zoals Eva, zodat we beter kunnen begrijpen wat ze nodig heeft en hoe we haar kunnen helpen.

Persona

Persona: Thomas de Jong

Fontys ICT Deeltijd

"Streven naar groei in tech-onderwijs."

PERSONA



Leertijd: 36 jaar
Geacht: Man

Huidig beroep: Docent MBO ICT & Ondernemer
Locatie: Noord-Brabant

Thomas, docent en ondernemer, wil meer leren over techniek. Hij is druk met werk en avondstudie, zoekt handige tips online.

MOTIVATIE STUDIE

- Thomas wil zijn kennis verbreden en zich verder ontwikkelen in de technieksector.

TUUSSENTOEGANG

- Thomas zoekt een manier om met zijn werk als docent MBO ICT, de avondopleiding en de ondernemerschap te combineren.

HOE FONTYS GEVOEGD

- Thomas ontdekte Fontys door een aanbeveling van een vriend of collega. Hij is benieuwd naar de mogelijkheden van Fontys om zijn kennis te verbreden en zijn carrière te ontwikkelen.

DOELEN

- Zijn kennis verbreden en zich verder ontwikkelen in de technieksector.
- Succesvol zijn in zijn avondstudie aan Fontys en deze combineren met zijn werk als docent en ondernemer.
- Praktische tips en ervaringen vinden die relevant zijn voor zijn werk en studie via sociale media.
- Meer weten over de deeltijdopleidingen die Fontys aanbiedt, met name over de mogelijkheden om werk en studie te combineren.
- Vergoeden van kennis en vaardigheden voor toekomstige groei.

SOCIAL MEDIA

- Thomas is actief op verschillende sociale media platformen, waaronder LinkedIn, Instagram, TikTok en WhatsApp.

VOORKEUR CONTENT

- Thomas geeft de voorkeur aan blogs en vlogs waarin hij praktische tips en ervaringen kan vinden die relevant zijn voor zijn werk en studie.

BESCHIKBAARHEID SOCIALS



Ik heb ook een persona gemaakt voor Pieter om een duidelijker beeld te krijgen van zijn leven en doelen. Met behulp van deze persona kunnen we ons beter inleven in zijn situatie en begrijpen wat hem motiveert en waar hij behoefte aan heeft.

Zo weet ik bijvoorbeeld dat Pieter, 26 jaar oud is, een docent MBO ICT en ondernemer is. Hij wil zijn kennis uitbreiden in de technieksector en volgt een avondopleiding aan Fontys naast zijn werk. Pieter is actief op sociale media, zoals LinkedIn en Instagram, en zoekt naar praktische tips en ervaringen die relevant zijn voor zijn werk en studie. Hij kwam Fontys tegen via een aanbeveling van een vriend of collega en wil meer leren over de deeltijdopleidingen van Fontys om werk en studie te kunnen combineren.

Eva, 38 jaar oud, is een ondernemer die haar professionele vaardigheden wil verbeteren door een studie te volgen. Ze heeft twee kinderen en zoekt een studie die ze kan combineren met haar drukke leven. Eva is actief op sociale media, zoals LinkedIn en Instagram, en interesseert zich voor media design en software engineering. Ze ontdekte Fontys tijdens een bezoek aan verschillende hogescholen en besloot zich aan te melden voor een informatiebijeenkomst om meer te leren over de deeltijdopleidingen van Fontys.

Story telling

User stories

Ik heb wat tijd besteed aan het nadenken over verschillende scenario's of situaties waarin nieuwe OVP'ers zich zouden kunnen bevinden.

Deze scenario's hebben geleid tot het formuleren van enkele user stories die de behoeften, doelen en uitdagingen van deze mensen weerspiegelen. Door deze user stories te creëren, kan ik beter inleven in de perspectieven van verschillende gebruikers en begrijpen hoe ik hun ervaring met de opleiding kan verbeteren.

User story 1:

Je bent een recent afgestudeerde student in de richting van communicatie en marketing. Je hebt altijd al interesse gehad in technologie en wilt je carrière een nieuwe impuls geven door je kennis uit te breiden in het vakgebied van ICT. Je zoekt een deeltijdopleiding die je kunt combineren met je huidige baan als junior marketeer. Het is voor jou van belang om te weten hoe de opleiding aansluit bij je achtergrond in communicatie en marketing, en welke carrièremogelijkheden dit voor jou kan bieden.

User story 2:

Je bent een werkende ouder met een passie voor softwareontwikkeling. Je hebt enige ervaring met het maken van eenvoudige programma's en websites als hobby, maar je wilt je kennis naar een hoger niveau tillen en professioneel worden in het vakgebied van IT. Als ouder met verantwoordelijkheden thuis en op het werk, zoek je een flexibele opleidingsmogelijkheid die je kunt volgen in je vrije tijd. Je wilt graag weten hoe de opleiding je kan helpen je carrièredoelen te bereiken en hoe je het studeren kunt combineren met je drukke leven.

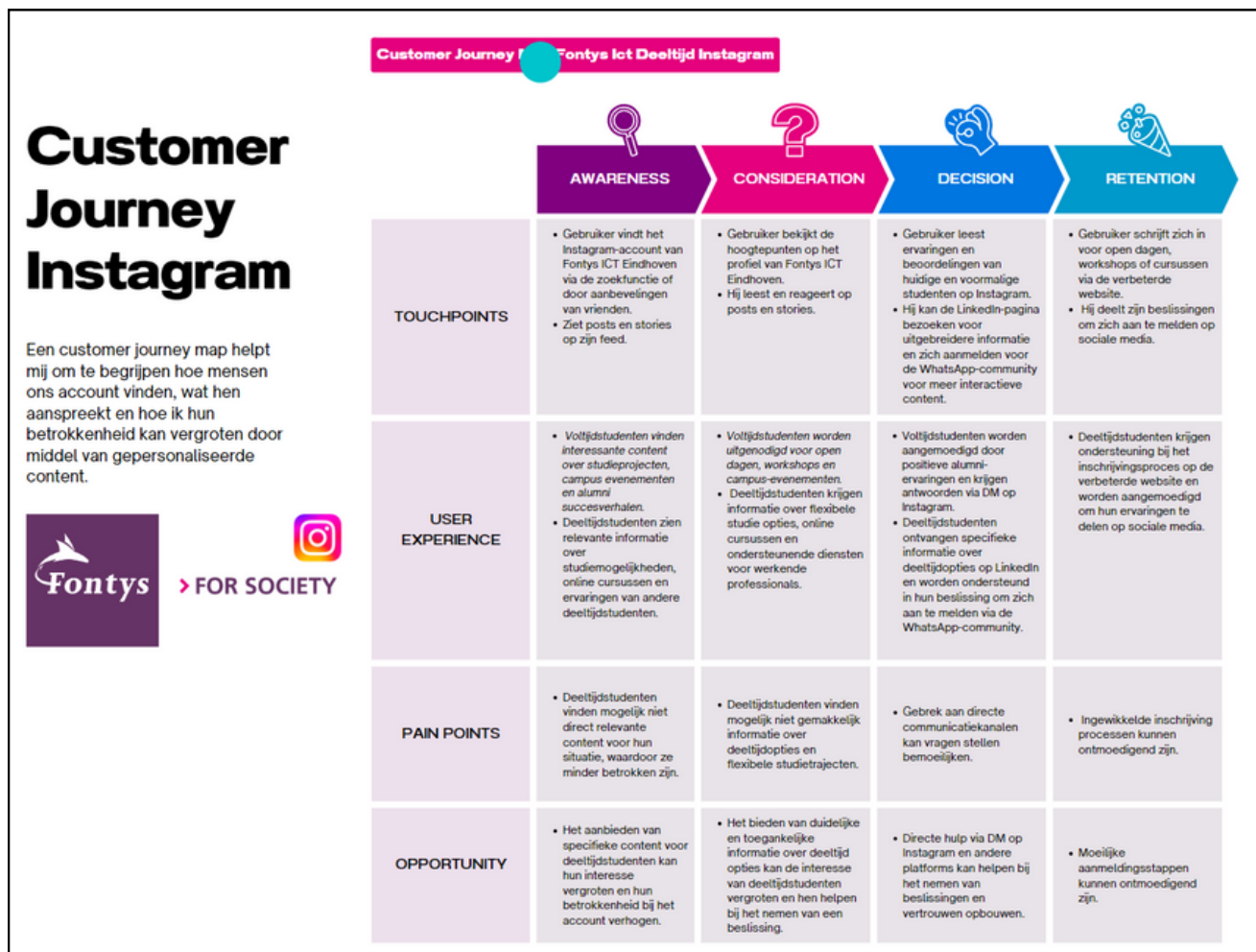
User story 3:

Je bent een freelance grafisch ontwerper en hebt gemerkt dat veel van je klanten vragen om websites en digitale ontwerpen. Je wilt je vaardigheden uitbreiden en meer leren over webontwikkeling en UX-design om je dienstenportfolio te verbeteren en meer opdrachten binnen te halen. Je zoekt een deeltijdopleiding die flexibel genoeg is om te combineren met je freelance werk en die je de nodige kennis en vaardigheden kan bieden om je professionele doelen te bereiken.

Customer Journey

CMD Method

Omdat mijn focus lag op het verbeteren en stimuleren van de Fontys social media-accounts om meer deeltijdstudenten aan te trekken, heb ik zelf nog meer onderzoek gedaan naar Instagram en het gebruik ervan. Ik heb opnieuw de CMD-methode toegepast door een customer journey te maken en een aparte persona te creëren van iemand die geïnteresseerd is in de Instagrammaatregelen als toekomstige deeltijdstudent. Dit hielp me om een dieper inzicht te krijgen in de behoeften, verwachtingen en gedragingen van potentiële studenten op Instagram, zodat ik effectiever strategieën kon ontwikkelen om hun betrokkenheid te vergroten en hen naar de deeltijdopleiding te leiden.



Customer Journey

CMD Method

De customer journey voor het Instagram-account van Fontys ICT Eindhoven omvat vier fasen: awareness, consideration, decision, en retention.

In de awareness fase ontdekt de gebruiker het account via de zoekfunctie of aanbevelingen.

Tijdens consideration kijkt de gebruiker content op het profiel, leest reacties en kan eventueel naar andere platforms gaan voor meer informatie.

In de decision-fase overweegt de gebruiker zich aan te melden voor evenementen en workshops, hij deelt zijn beslissingen op sociale media.

Retention focust op het behouden van gebruikers door hen relevante content te bieden en ondersteuning te bieden bij het inschrijvingsproces.

Belangrijke punten zijn het verstrekken van relevante informatie voor deeltijdstudenten, het gemakkelijk maken van informatie over deeltijd-opties, het bieden van directe communicatiekanalen, en het vereenvoudigen van het inschrijvingsproces. Het benutten van deze kansen kan de gebruikerservaring verbeteren en de betrokkenheid vergroten.

Door het maken van deze customer journey map heb ik geleerd hoe mensen ons Instagram-account vinden, wat ze interessant vinden en hoe we ze meer kunnen betrekken door dingen te posten die ze leuk en interessant vinden.



Persona User

CMD Method

Voorafgaand aan het maken van deze customer journey map heb ik een specifieke persona gemaakt voor het gebruik van Instagram. Dit hielp me om een duidelijk beeld te krijgen van de gebruikers die ons Instagram-account zouden bezoeken. Ik heb deze persona gemaakt op basis van informatie uit enquêtes en interviews.

 Max Van der Vlugt		BACKGROUND			
		Max heeft een achtergrond in de IT-sector en werkt momenteel in een junior positie als softwareontwikkelaar. Hij heeft enige ervaring in het werkveld, maar heeft nog geen HBO-diploma behaald. Max is nu op zoek naar mogelijkheden om zijn werk te combineren met een deeltijd HBO-studie in ICT, waarmee hij zijn vaardigheden kan verbeteren en zijn carrière kan bevorderen.			
NEEDS AND GOALS					
Behoeften - Max wil een deeltijddopleiding vinden in ICT die hem flexibele studiemogelijkheden biedt, zodat hij zijn werk kan blijven doen terwijl hij studeert. - Hij zoekt een opleiding die praktische kennis en ervaring biedt, waarmee hij zijn vaardigheden kan ontwikkelen en een formele kwalificatie kan behalen.		Doelen - Max zoekt naar een vriendelijke groep waar hij advies kan vragen, verhalen worden gedeeld en zich gesteund voelt tijdens zijn studie. - Ook wil hij een opleiding vinden die bekend staat om goede begeleiding en die hem helpt zijn carrière doelen te bereiken.			
ONLINE		WORK EXPERIENCE			
- Max gebruikt sociale media, zoals Instagram, om informatie te vinden over deeltijd HBO-studies en om ervaringen van andere studenten te lezen. - Hij volgt accounts van onderwijsinstellingen en studentenverenigingen om op de hoogte te blijven van evenementen en nieuws over deeltijddopleidingen. - Max zoekt actief naar online beoordelingen van deeltijdstudenten om inzicht te krijgen in de ervaringen en resultaten van verschillende opleidingen.		Max werkt als softwareontwikkelaar bij een IT-bedrijf. Hij helpt bij het maken van software en werkt met verschillende programmeertalen. Hij vindt technologie leuk en wil graag meer leren.			
LONG-TERM GOALS					
- Max wil doorgroeien in zijn carrière als softwareontwikkelaar en hogere functies krijgen. - Hij wil ook meer leren over specifieke onderwerpen in de IT. - Hij denkt dat zijn deeltijddopleiding bij Fontys hem kan helpen om deze doelen te bereiken.					

Max van der Vlugt is een junior softwareontwikkelaar die op zoek is naar een flexibele deeltijd HBO-studie in ICT om zijn vaardigheden te verbeteren en zijn carrière te bevorderen. Hij zoekt naar een ondersteunende studiegroep en een opleiding met goede begeleiding. Op sociale media, zoals Instagram, zoekt hij naar informatie en ervaringen van andere studenten. Hij gelooft dat de deeltijddopleiding bij Fontys hem kan helpen zijn lange termijn doelen te bereiken.



Stappen Fontys ICT Instagram

Gebruik van een template

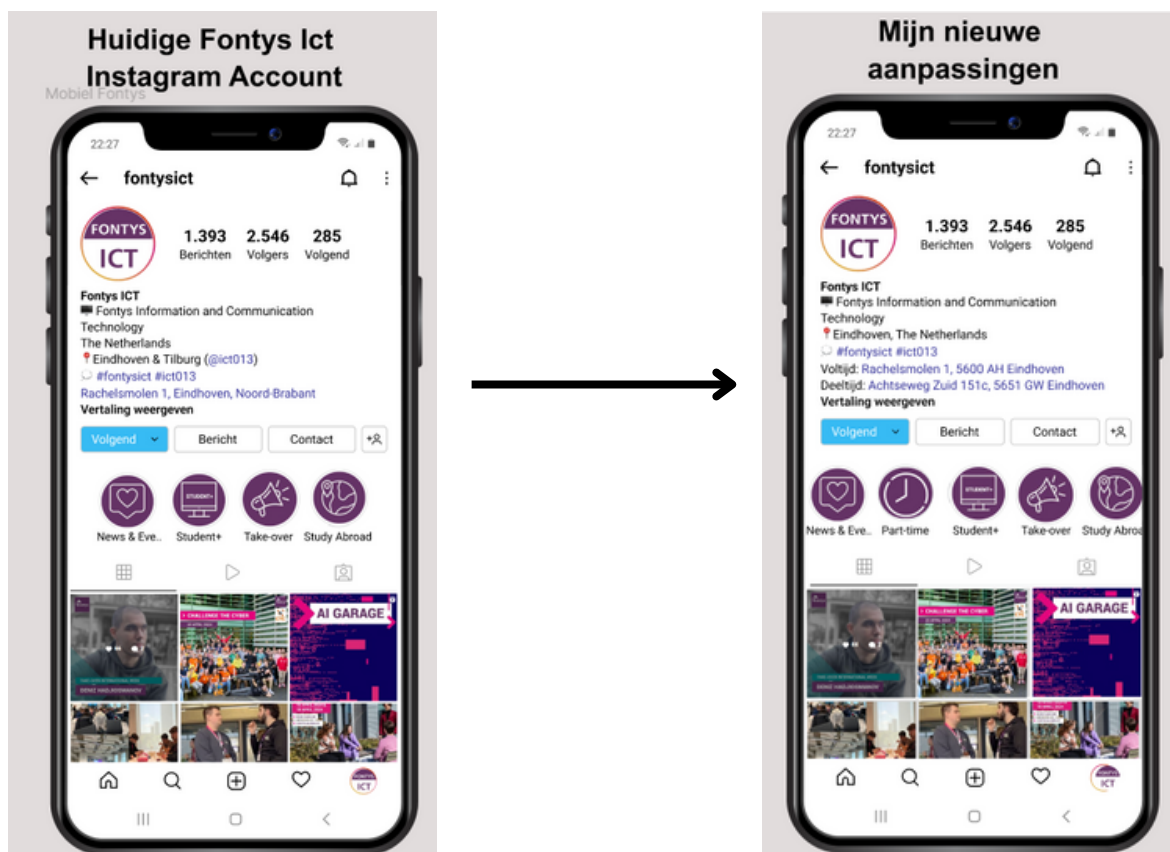
Ik begon door een bestaande template te gebruiken voor Instagram-accounts in Figma. Deze template diende als basis om tijd te besparen en een fatsoenlijke lay-out te garanderen.

Overname van het huidige Fontys ICT-account

Vervolgens heb ik het bestaande Fontys ICT Instagram-account als advies genomen. Ik heb de lay-out, kleurenschema's en andere visuele elementen van dit account letterlijk overgenomen in mijn Figma-project.

Aanpassingen voor deeltijdonderwijs

Nadat ik het bestaande account had nagemaakt, heb ik veranderingen gemaakt om de deeltijd-opties van Fontys ICT meer te laten opvallen. Dit betekende dat ik nieuwe delen heb toegevoegd, de tekst heb aangepast en ideeën heb gebruikt om deeltijdstudenten meer te interesseren.

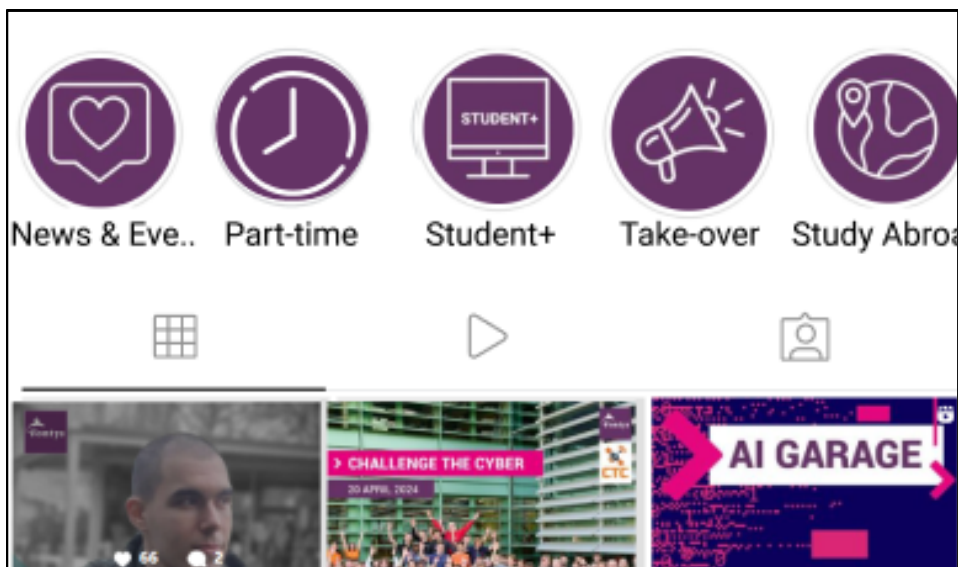




Fontys ICT Instagram

Ik heb zorgvuldig nagedacht over mijn keuzes en heb verschillende versies van de biografie gemaakt om alleen de deeltijdstudie duidelijker te benadrukken. Ik heb feedback gevraagd over deze wijzigingen.

De biografie is een van de eerste dingen die een gebruiker opvalt, dus ik wilde ervoor zorgen dat het goed was. Ik heb al veel aanpassingen gedaan door de locaties van de voltijd- en deeltijdstudies duidelijk te vermelden. Ook heb ik voorlopig Tilburg uit de biografie weggelaten omdat ik heb gemerkt dat dit verwarrend kan zijn voor gebruikers.



Verder heb ik ook nagedacht aan het maken van een nieuw highlight op het account, dat speciaal is bedoeld voor de deeltijdstudenten. Daar zouden we dingen plaatsen die interessant zijn voor hen, zoals speciale berichten of foto's die laten zien hoe het er bij de deeltijdopleiding aan toegaat. Ook kunnen mensen die gewoon nieuwsgierig zijn naar meer informatie daar kijken.

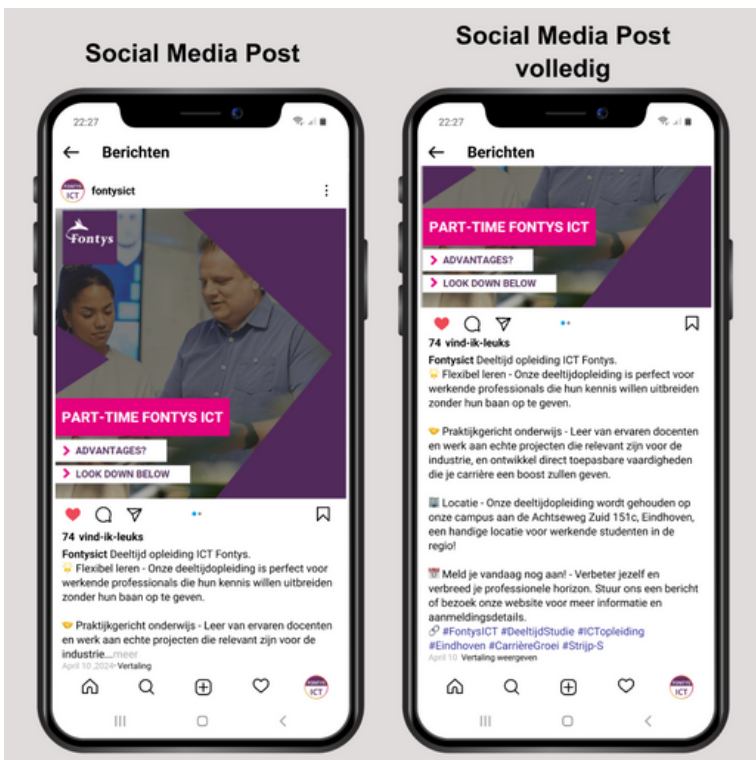


Instagram Posts Deeltijd

Voor het creëren van de berichten heb ik Photoshop gebruikt om nieuwe Instagram-posts te maken, helemaal in lijn met de stijl van Fontys en met behulp van de beschikbare sjablonen. Voor de deeltijdopleiding heb ik speciale berichten ontworpen, zodat mensen die hiernaar op zoek zijn meteen weten wat ze kunnen verwachten.



Deze posts heb ik zelfgemaakt en kunnen gebruikt worden voor o.a Instagram

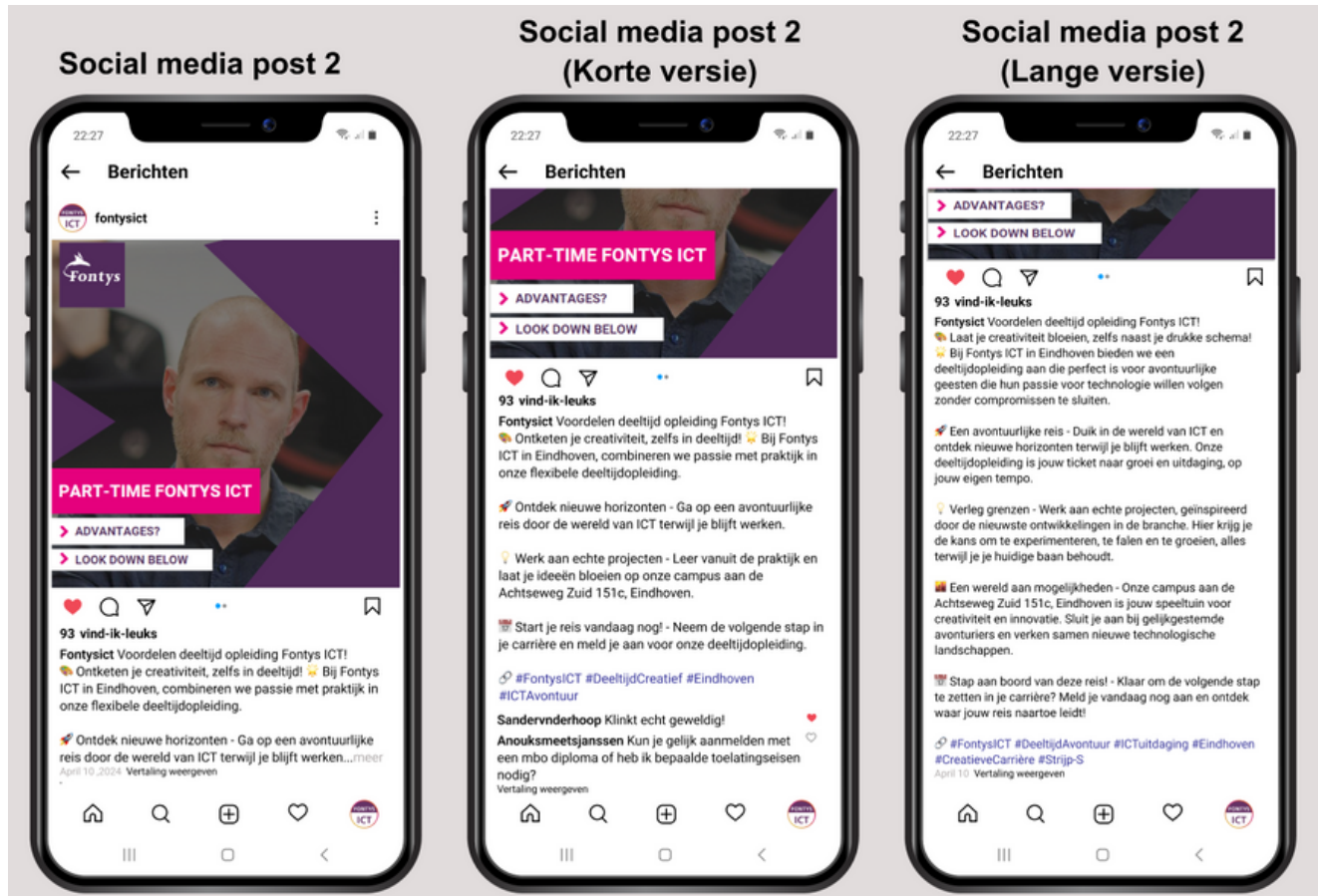


Ik heb ook gedacht aan het verstrekken van pakkende informatie voor nieuwe geïnteresseerden, dus heb ik teksten bedacht om het visueel aantrekkelijker en interactiever te maken. Door te kijken naar de customer journey zag ik bijvoorbeeld dat een probleem kan zijn dat er niet genoeg relevante content is voor de deeltijdopleiding. Daarom wil ik met de berichten op een leuke manier precies die informatie bieden die ze nodig hebben.

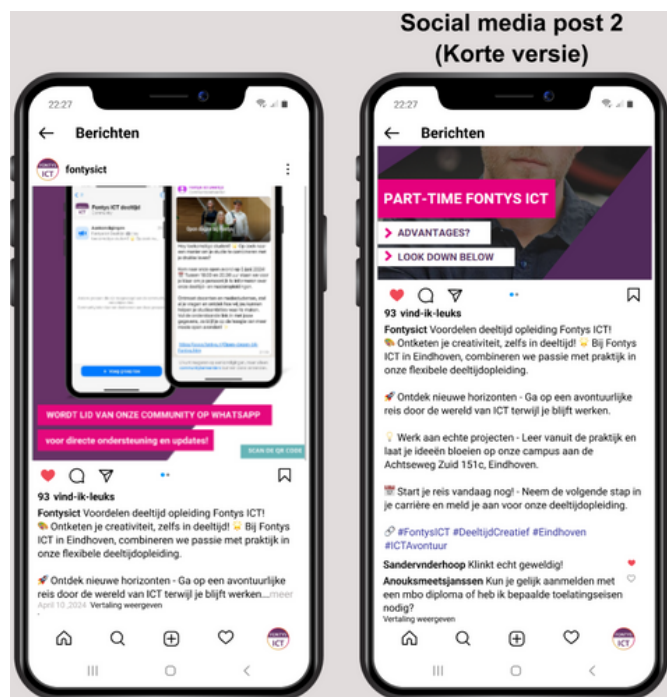


Instagram Posts Deeltijd

Hier vindt je meer designs die ik heb gemaakt voor het interactieve Instagram-account



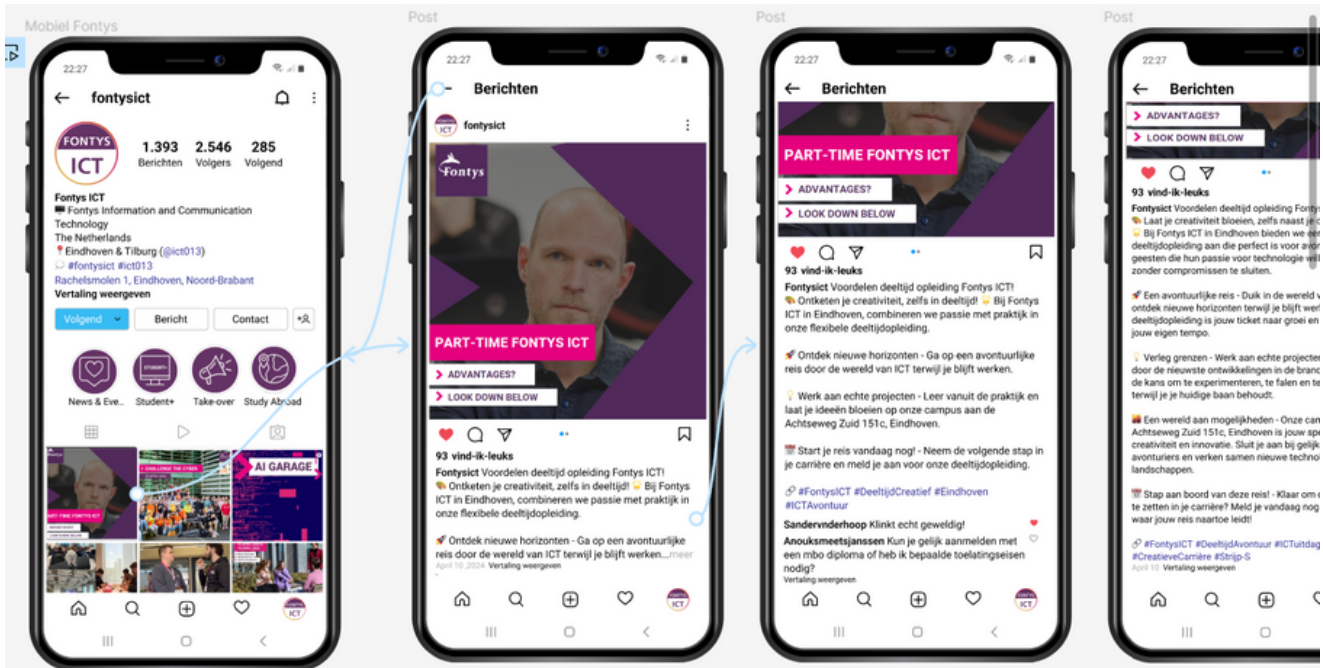
Bij dit bericht, hier rechts, zie je dat er ook is samengewerkt met een groepsgenoot die zich bezighield met de WhatsApp community. Haar ideeën zijn gebruikt om een post te maken, waardoor er samenhang ontstond tussen onze verschillende social media kanalen.



Interactive

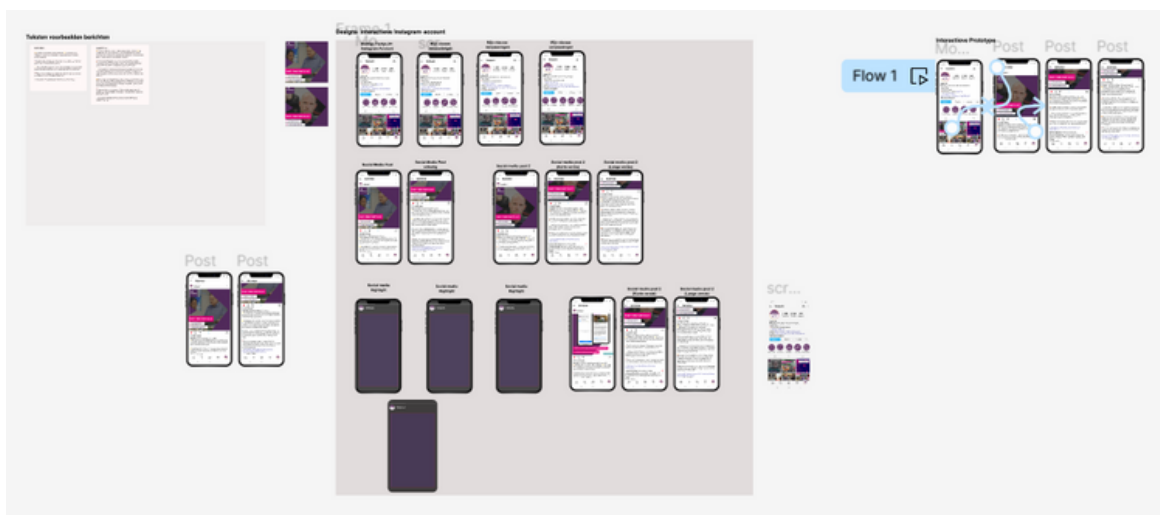
Instagram Interactief maken

De Instagram-account is interactief gemaakt in Figma, wat betekent dat wanneer je op een bericht klikt, je verder kunt klikken en vervolgens weer terug kunt gaan.



Conclusie

Ik heb ervoor gezorgd dat de Instagram-account interactief is in Figma, dus als je op een bericht klikt, kun je meer informatie zien. Bijvoorbeeld, als je op een foto klikt, kun je doorklikken naar meer details of extra foto's. Dit maakt het bekijken van onze inhoud leuker en interessanter voor onze volgers.



Testen en Reflectie

Feedback

Ik heb mijn ontwerp laten beoordelen door verschillende mensen, zoals docenten die experts zijn in campagnes en andere studenten, om feedback te krijgen op mijn werk. Hoewel ik geen specifieke gebruikerstest kon uitvoeren, heb ik waardevolle feedback gekregen van docenten en medestudenten. De meeste feedback was positief en richtte zich meer op het bevestigen van wat al goed was, in plaats van op grote aanpassingen die nodig waren.

Reflectie

Over het algemeen ben ik tevreden met de Instagram-campagne en de stappen die ik heb gezet tijdens het proces. Ik denk dat ik goede vooruitgang heb geboekt en waardevolle ervaringen heb opgedaan. Maar, voor de volgende keer wil ik misschien wat dieper ingaan op contentstrategieën en meer aandacht besteden aan het creëren van mediaproducten. Dit zou kunnen helpen om de campagne nog effectiever te maken en beter aan te sluiten bij de behoeften van de doelgroep.

Ik heb echt mijn best gedaan om de doelgroep zo goed mogelijk te begrijpen. Hiervoor heb ik verschillende CMD-methoden gebruikt. Omdat de doelgroep vrij breed was, heb ik me gericht op verschillende leeftijdsgroepen om een beter inzicht te krijgen in hun behoeften en interesses.



Visualisatie Figma

