PGP LEERJAAR 3 | Stage periode

Leerdoelen 3
Acties 8
PCDA Cycli

* Ik wil mijn bedrijfscommunicatie verbeteren op het onderwerp klantenservice, mail en telefonisch contact. Zodanig dat ik na deze periode zonder twijfels, onzekerheid en fouten dit onderwerp kan behandelen.
* Ik wil mij de programma’s van Adobe aanleren. Zodanig dat ik zelfstandig aan het werk kan in deze programma’s en alle stage opdrachten die ik hieraan kan koppelen goed kan uitvoeren.
* Ik wil mijn kennis van schrijven vergroten, met een loop naar SEO. Zodanig dat ik steeds makkelijker zelf aan de slag kan om goede teksten te schrijven die ik kan plaatsen op de websites van De Smaakspecialist.

Leerdoel 1; Ik wil mijn bedrijfscommunicatie verbeteren op het onderwerp klantenservice, mail en telefonisch contact. Zodanig dat ik na deze periode zonder twijfels, onzekerheid en fouten dit onderwerp kan behandelen.
1. Verkennen met behulp van de klantenservice van De Smaakspecialist, om te onderzoeken of dit mijn communicatie verbeterd.

P (1)
Het plan van aanpak is duidelijk, ik ga dit halve jaar de klantenservice bijhouden. Ik ga eerst het deel klachten bijhouden, waaraan ik dagelijks een groot aantal uur ga besteden. Ik moet klachten afhandelen en bekende contacten onderhouden. Door dit zo zorgvuldig mogelijk te doen, hoop ik dat ik zo goed mogelijk leer om op een nette manier via teams/mail/chats etc. mijn communicatie te laten overkomen. Ik ben hier het hele halve jaar gemiddeld 3 tot 4 uur mee bezig geweest.

D(1)

Bron; *Interne communicatie met Dhr. Pieter Dirven en Steffie van Leest.*

Ik heb voor ik begon een cursus klantenservice gehad van Steffie van Leest, een medewerkster bij De Smaakspecialist. Wanneer er geen stagiaires zijn neemt zij de klantenservice over en zij onderzoekt hoe De Smaakspecialist kan groeien op het gebied van klantenservice en klantencontact. Zij heeft tijdens deze cursus enkel de basis besproken, het binnenkrijgen van klachten, een passende oplossing zoeken en dit terug communiceren met het contactpersoon.

De klantenservice van De Smaakspecialist is een belangrijk onderdeel van het bedrijf. De Smaakspecialist staat garant voor goede kwaliteit, voor mens, dier, natuur, maar ook het product zelf. Door een goede klantenservice te hebben, zorgt De Smaakspecialist voor goede en duidelijke communicatie naar hun klanten toe.

De voordelen van goede communicatie:

1. Vermindering van frustraties
2. Delen van kennis
3. Lagere kosten en tijdsbesparing
4. Meer terugkomende consumenten
5. Verhoging leverbetrouwbaarheid
6. Vermindering voedselverspilling

*(Intern onderzoek van De Smaakspecialist)*

Tijdens het werken met de klantenservice ben ik veel verschillende klachten en onderwerpen tegen gekomen. Maar eigenlijk zijn bovenstaande voordelen de uitkomsten van het totale klachten overzicht. Ik heb per week 4-5 uur aan de klantenservice besteed, waarbij ik gewerkt heb aan het schrijven, communiceren en meedenken aan oplossingen.

C (1)
De feedback die ik gedurende mijn stage periode heb mogen ontvangen is afkomstig van Steffie van Leest, Esther en Daphne. Esther en Daphne houden alle klachten bij en zijn leidend in de onderzoeken die worden uitgevoerd, naar aanleiding van de klachten.

De keuze om aan hun feedback te vragen is dat ik het belangrijk vind dat ik feedback ontvang van personen die de juiste kennis hebben en weten wat er normaliter gebeurd met de klantenservice. Zij zijn gespecialiseerd en hebben enorm veel ervaring, vandaar dat ik denk dat zij mij de beste feedback kunnen geven. De feedback die ik heb mogen ontvangen heeft mij een goede spiegel voorgehouden of mijn kennis op het gebied van communicatie inderdaad vergroot is.

A (1)
Ik weet van mijzelf dat ik het erg lastig vind om kort en bondig te zijn in mijn communicatie. Bellen, mailen en kort-maar-krachtig communiceren ligt niet persé goed in mijn aard. Ik krijg vaak te horen dat ik tot de point moet komen en dat ik langdradig kan zijn op het gebied van communicatie. Daarom denk ik dat ik met dit leerdoel mijzelf goed kan aanleren hoe ik dit, zoals eerder benoemd, kort-maar-krachtig kan aanleren.

P (2)
Mijn plan van aanpak gedurende de tweede PCDA-Cyclus van mijn eerste actie van leerdoel 1 is dat ik nog steeds de klantenservice ga bijhouden. Maar nu niet alleen het deel klachten, maar ook productvragen, nieuwe/bestaande contacten en samenwerkingen. Hierdoor hoop ik er achter te komen wat de verschillen zijn qua communicatie en of ik mij goed kan aanpassen aan de verschillende contacten.

D (2)
Mijn eerste cursus was van Steffie van Leest, waarna ik nu een cursus krijg van Lisa Bastiaansen. Zij heeft mij tips en tricks gegeven hoe ik het beste bestaande en nieuwe contacten kan onderhouden en samenwerkingen kan aangaan.

Het belangrijkste aan het onderhouden van contacten is;

1. Het bied kansen. Door veel contacten te onderhouden, kan het zo maar eens zijn dat een van deze contacten je in de toekomst kan helpen met een probleem of zij juist het contact zijn dat je nog nodig hebt.
2. Veel contacten hebben betekend dat je bij veel bedrijven/klanten bekend bent. Hierdoor wordt De Smaakspecialist opgemerkt en kan de Smaakspecialist een reputatie opbouwen.
3. Er kan kennis worden gedeeld met deze contacten.
4. Veel contacten hebben heeft ook als voordeel dat er veel ‘’gratis’’ adviezen kunnen worden gegeven. Het bespreken van uitdagingen en kansen, opent vaak een deur naar waardevolle richtlijnen en suggesties.
5. Veel contacten vergroot de werkervaring van De Smaakspecialist.

*(Intern onderzoek van De Smaakspecialist)*

Tijdens deze tweede cyclus heb ik dus meer kunnen communiceren dan alleen klachtbehandeling. Dit heeft er voor gezorgd dat ik een breder beeld heb mogen creëeren op het gebied van bedrijfscommunicatie.

Ook hier heb ik heb per week 4-5 uur aan besteed, waarbij ik weer heb gewerkt aan het schrijven, communiceren en meedenken aan oplossingen.

C (2)
Nu ik meer weet over de bedrijfscommunicatie die ik heb mogen uitvoeren voor De Smaakspecialist en veel feedback heb mogen ontvangen vanuit Steffie, Esther en Daphne was zeer bruikbaar, niet alleen op het klantenservice onderdeel. Deze feedback blijft daarom ook bij deze cyclus staan.

A (2)
Nu ik heb mogen ervaren hoe ik mijn bedrijfscommunicatie kan verbeteren op het gebied van schrijven, ga ik dit toepassen op mijn tweede actie. Dit gaat om de telefonische communicatie, iets waar ik misschien nog wel meer moeite mee zal hebben.

2. Ik ga de bedrijfstelefoon overnemen. Wij zijn verantwoordelijk voor het opnemen, doorverbinden en informeren via de bedrijfstelefoon. Hier komen klachten, vragen en informatie op binnen. Het is de bedoeling dat dit op de juiste manier verwerkt en beantwoord wordt.

P (1)
Actie twee komt eigenlijk gedeeltelijk tot stand door mijn eerste actie. Ik wil graag beter kunnen communiceren op bedrijfsgebied. Nadat ik in mijn eerste actie heb gewerkt aan het schrijven, ben ik nu van plan om te werken aan mijn mondelijke communicatie.

D (1)
*Eigen ervaringen:*

Ik vond het dood eng, toen ik te horen kreeg hoe vaak de telefoon dagelijks afging. Zoals ik in een eerder persoonlijk ontwikkelingsplan heb benoemd heb ik enorme belangst. Zeker als ik weet dat het om belangrijke telefoontjes gaat. Dit is natuurlijk alles wat op de werktelefoon binnen komt. In een werkdag van 9 uur krijg ik gemiddeld 15 – 45 belletjes binnen. Allen daarvan zijn belangrijk, al moet ik het alleen maar doorverbinden. Ik moet niet alleen op knopjes drukken, ik moet luisteren, conclusies trekken, acties ondernemen en goed kunnen uitleggen wat de desbetreffende persoon aan de telefoon verwacht.

Naast het doorverbinden krijg ik ook veel klachten via de telefoon. Normaal kan ik deze heel handig achter mijn scherm behandelen, maar aan de telefoon is dit vaak anders. Mensen die bellen met een klacht, zijn vaak boos of geïrriteerd. Het is dus belangrijk dat ik duidelijk, vriendelijk en behulpzaam reageer en deze mensen zo goed mogelijk help. Het is best lastig om dit te kunnen doen, aangezien ik niet alle mogelijkheden heb om deze mensen te helpen. Ik heb veel geleerd hoe ik dit het beste kan oppakken. Zo goed zelfs dat ik vaak aan het einde van het gesprek een heel luchtig gesprek kan voeren en ik complimenten krijg over mijn handelen. Dit is voor mij erg fijne feedback. Toch merkte ik wel dat wanneer ik het niet zeker wist ik vaak verwees naar de mail. Dit voelde dan na het gesprek best als een domper.

Als laatste krijg ik vaak verzoeken tot samenwerkingen aan de telefoon. Normaliter hebben wij hier een standaard procedure voor, maar dit vond ik erg onpersoonlijk en ik had het idee dat dit beter kon. Normaal werd er meteen aangegeven dat er een mail gestuurd moest worden en er vanuit daar contact werd opgenomen. Ik heb dit omgegooid en heb deze mensen persoonlijk gesproken, waarbij zij hun verhaal konden doen. Ik heb hierna samen met deze mensen een oplossing gezocht, wat voor beide partijen een goede oplossing was. Ik kreeg veelal terug dat zij dit als prettig ervaren, omdat er vaak geen contact vanuit ons bedrijf kwam. Ik heb gevraagd aan mijn stage begeleider of ik dit mocht opnemen in de handleiding voor de werktelefoon en dit werd goedgekeurd. Daarom is de manier van handelen nu naar mijn ideeën aangepast, dit heeft mij het idee gegeven dat mijn nieuwe manier van communiceren als verbetering heeft bijgedragen.

C (1)
De feedback die ik heb gehad gedurende deze actie, komt veelal uit de gesprekken die ik heb gevoerd. Tijdens het doorverbinden kreeg ik vaak terug dat ik duidelijk communiceer en dat het duidelijk was wie er belde en wat zijn bedoelingen waren.

Tijdens het afhandelen van klachten heb ik vaak gevraagd hoe ze het gesprek hebben ervaren, waardoor ik daaruit veel feedback heb mogen ontvangen. Dit kwam er op neer dat de nette, behulpzame en vriendelijke manier een erg prettige ervaring was voor deze mensen. Soms kreeg ik terug dat ik net wat duidelijker mocht communiceren en dit heb ik dan ook meegenomen in mijn reflectie.

Zoals ik bovenstaand al genoemd heb, heb ik bij aanvragen van samenwerkingen. De feedback die ik hierop gekregen heb is van mijn stagebegeleider en de mensen die de aanvragen doen.

A (1)
Ik kan eigenlijk niets anders zeggen dan dat ik de feedback als prettig heb ervaren en er zelf ook achter sta. Ik kan hieruit concluderen dat de manier van communiceren zeker verbeterd is. Ik vind het ook niet meer eng om te bellen en stel nu zelf vaak voor om te bellen, ik denk dat dit voor mij een enorme overwinning is.

P (2)
Ik heb bij A(1) beschreven dat mijn belangst weg is, toch blijf ik reflecteren op mijn communicatie. Ik ga er voor zorgen dat ook de leermomenten en de ‘’negatieve’’ feedback omgezet kunnen worden naar positieve ervaringen.

D (2)
*Eigen ervaringen:*

De telefoontjes die ik in het tweede deel heb mogen opnemen, heb ik gekozen om alle telefoontjes die ik binnen kreeg te behandelen en goed af te werken. Wanneer ik niet wist voor wie een telefoontje was, heb ik ervoor gezorgd dat ik nu wel precies uit kon zoeken naar wie dit moest. Ik merkte dat de mensen aan de telefoon dit als fijn ervaarde. Normaal werden zij schijnbaar door veel andere bedrijven vaak verwezen naar de mail of kregen zij een verzoek om later terug te bellen. Ze kregen het idee dat wij als bedrijf hier meer moeite voor deden. Dit gaf mij een goed gevoel.

C (2)
De feedback die ik van de bellers heb mogen ontvangen, was positiever dan mijn eerste meet moment. Ik heb er voor gekozen om nog meer moeite te doen om te zorgen voor een juiste communicatie.

A (2)
Ik ben het eens met de personen aan de telefoon. Zij hebben mij fijne feedback mee kunnen geven, waardoor ik echt goed heb kunnen werken aan mijn communicatie. Ik heb in de tussentijd ook van mijn begeleidster feedback ontvangen, maar deze vond ik iets minder bruikbaar. Aangezien zij vaak niet aanwezig was op de momenten dat ik de telefoon moest opnemen. De tips en feedback van de mensen aan de telefoon, vond ik daarentegen dus wel erg bruikbaar.

Leerdoel 2: Ik wil mij de programma’s van Adobe aanleren. Zodanig dat ik zelfstandig aan het werk kan in deze programma’s en alle stage opdrachten die ik hieraan kan koppelen goed kan uitvoeren.

* Mijzelf verdiepen in het werken in Adobe, in combinatie met sociale media kanalen.

P (1)
Het plan van aanpak rondom mijn eerste PDCA-Cyclus van deze actie is om mijn sociale media posts te ontwikkelen in samenwerking met Adobe. Het bewerken, creëren zal ik doen in de programma’s Photoshop en Lightroom. Mij lijkt dit een erg goede actie, aangezien ik merk dat wanneer ik goed kan werken in Adobe, ik een enorme voorsprong heb op andere studenten.

D (1)
Ik heb eerst onderzocht waarom ik deze programma’s graag wil gebruiken. Dit is een zelf onderzoek geweest en is tot stand gekomen met gesprekken met Eef de Regt, mijn stage begeleidster.

In de toekomst zullen veel opdrachtgevers vragen of je creatief aan de slag kunt in Adobe, wanneer dit niet het geval is zullen zij kiezen voor iemand die dit wel kan. Adobe programma’s zorgen namelijk voor goede kwaliteit. Deze kwaliteit zorgt ervoor dat je klanten het resultaat kunt bieden en beloven dat ze wensen. Je hoeft het dus niet uit te besteden, maar je kunt dit zelf doen.

Het werk wat ik later wil gaan doen, zal tegen die tijd een standaard verzoek hebben om goed overweg te kunnen in Adobe. Daarom wil ik hier graag nu mee aan de slag.

C(1)
De feedback die ik heb mogen ontvangen is van Eef de Regt, mijn stagebegeleider en brandmanager van het merk BioToday. Het was voor mij fijn om aan Eef feedback te vragen, aangezien ik voor het merk BioToday de sociale media kanalen bij hield. Voor alle posts en story’s heb ik de Adobe Programma’s gebruikt. Eef kan zelf ook erg goed overweg met alle Adobe programma’s, dus ik heb enorm veel aan haar feedback gehad.

Onderstaand de resulaten:
   

A (1)
Na Eefs feedback heb ik een enorm duidelijk beeld gekregen waar ik nog in moest groeien en hoe ik bepaalde handelingen moest uitvoeren, om nog betere beelden te krijgen. De feedback heb ik in de volgende acties goed kunnen verwerken en uitbreiden!

P (2)
Naar aanleiding van de feedback van Eef had ik enorm veel zin om alle andere programma’s van Adobe te leren kennen. Daarom ga ik in de tweede cyclus leren editten en banners ontwerpen.

D (2)
Ik heb voor ik gebruik ging maken veel filmpjes gekeken hoe ik het beste overweg kon gaan met Adobe Première Pro en InDesing. Ik wilde graag al weten waar ik alle instellingen, bruikbare knoppen en opties kon vinden die ik het meeste nodig had. Hiernaast heb ik aan mijn mede stagiair Pieter gevraagd of hij mij hiermee kon helpen. Hij deed een creatieve opleiding en had al jaren ervaring met de programma’s van Adobe.

Samen met deze twee onderzoeken, kwam ik er achter dat deze programma’s een stuk moeilijker waren dan ik dacht. Kortom, veel werk aan de winkel om deze programma’s onder de knie te krijgen.

C (2)
Na een hele periode van leren en oefenen had Eef de vertrouwen dat ik genoeg kennis had van bovenstaande programma’s. Ze vertrouwde mij erop dat ik een aantal opdrachten van haar kon overnemen. Allereerst een video, er moest een video gemaakt worden voor het landgoed waarop De Smaakspecialist zich bevind. Deze heb ik mogen maken in samenwerking met Pieter, mijn mede stagiair. De tweede film opdracht die ik kreeg heb ik zelfstandig gemaakt, met als hoofddoel een product promoten. Beide filmpjes zijn volledig door mij ge-edit en zijn te zien in onderstaande Foto’s (link is gekoppeld aan de foto):

Of zie onderstaande linkjes voor korte edits;
[https://mymedia.avans.nl/media/Ahorn+Syrup/1\_oea120rv](https://mymedia.avans.nl/media/Ahorn%2BSyrup/1_oea120rv)

[https://mymedia.avans.nl/media/Almond+butter/1\_y4awitgh](https://mymedia.avans.nl/media/Almond%2Bbutter/1_y4awitgh)

[https://mymedia.avans.nl/media/Candybar+coconut/1\_mijsca48](https://mymedia.avans.nl/media/Candybar%2Bcoconut/1_mijsca48)

<https://mymedia.avans.nl/media/Cookies/1_lesovh4c>

[https://mymedia.avans.nl/media/No+bake+kokos+bites/1\_qez5ewlk](https://mymedia.avans.nl/media/No%2Bbake%2Bkokos%2Bbites/1_qez5ewlk)

Hiernaast mocht ik werken aan verschillende banners. Deze banners werden op sociale media geplaatst en gemaild naar klanten. Ik had dit nog nooit gemaakt, dus het was even zoeken hoe ik dit het beste kon doen. Maar het feit dat mij het vertrouwen werd gegeven dit te mogen doen, gaf mij zeker een boost!

Onderstaand een aantal van de resultaten;



A (2)
Zoals bovenstaand aangegeven is, had het team genoeg vertrouwen in mij dat ik deze opdracht goed kon voltooien. Ik heb later als feedback ontvangen dat het inderdaad goed gelukt was en ze er erg blij mee waren.

Leerdoel 3: Ik wil mijn kennis van schrijven vergroten, met een loop naar SEO. Zodanig dat ik steeds makkelijker zelf aan de slag kan om goede teksten te schrijven die ik kan plaatsen op de websites van De Smaakspecialist.

* Ik ga mij verdiepen in het schrijven van teksten, door recepten en productpagina’s te schrijven op de website van BioToday ([www.biotoday.bio](http://www.biotoday.bio))

P (1)
Mijn plan van aanpak is om tijdens het schrijven van de teksten een eigen draai te geven aan de teksten. Er ligt een format hoe het er uit moet komen te zien, maar ik wil graag leren hoe ik goede SEO kan toepassen tijdens het schrijven van deze teksten.

D (1)
*Internet bron:*

Allereerst ben ik gaan opzoeken waarom SEO eigenlijk zo belangrijk is voor BioToday. BioToday heeft op sociale media veel volgers, maar het is ook belangrijk dat BioToday ook gevonden kan worden door mensen die gezonde producten of recepten zoeken op Google.

Ik ben tot de conclusie gekomen dat SEO belangrijk is omdat je bouwt aan je naamsbekendheid op Google, waarbij je zichtbaar wordt voor een grotere doelgroep en potentiële klanten. Door meer online zichtbaarheid te creëeren kan BioToday zorgen dat zij hun boodschap goed kunnen overbrengen, naar potentiële klanten en lezers.

De website van BioToday heeft achter de schermen een handige tool die fijne tips en tricks geeft, zodat je SEO altijd goed in elkaar steekt. Deze tool heb ik tijdens het hele schrijf proces aangehouden.

C (1)
De feedback die ik ontvangen heb tijdens het schrijven van deze teksten en recepten is van Eef, zoals eerder benoemd mijn stagebegeleider en brandmanager van het merk BioToday. Zij is het gezicht van BioToday en zij maakt alle beslissingen rondom dit merk. Ik heb veel gesproken met haar over de website en wat er verbeterd kon worden. Na alle feedback heb ik kunnen concluderen dat de teksten goed passen bij de doelgroep, maar nog meer focus op het SEO mogen hebben.

A (1)
Na de feedback en gesprekken die ik met Eef heb gehad, ben ik tot de conclusie gekomen dat we dezelfde mening en bevinding hadden. Ik kon hierdoor goed door met de volgende stappen van deze cyclus.

P (2)
Zoals bij C1 al is aangegeven ga ik mij nu meer focussen op de SEO, ik heb daarom gevraagd of er binnen De Smaakspecialist iemand werkt die veel verstand heeft van SEO. Nu heeft De Smaakspecialist een bedrijf ingehuurd die alle websites in de gaten houden op het gebied van SEO en de geschreven teksten. Ik heb contact gehad met dit bedrijf en ben samen met Fleur aan de slag gegaan om mijn SEO te verbeteren. Dit is haar dagelijkse bezigheid, dus ik heb veel kunnen leren van Fleur.

D (2)
Er zijn een aantal onderwerpen waar Fleur mij over heeft ingelicht, namelijk;

1. Zorg dat je de juiste zoektermen gebruikt in je Titel, waarbij ik moest zorgen dat deze terug kwamen in mijn tekst, url en meta-description.
2. Mijn tekstlengte moest minimaal 300 woorden zijn.
3. Er moesten interne en externe links aanwezig zijn.
4. De afbeeldingen moeten dezelfde titel hebben als je artikel, url en meta-description.

Ik ben hier in de cyclus mee verder gaan werken.

C (2)
De feedback die ik van Fleur heb gekregen was erg bruikbaar. Ik kreeg inderdaad een betere SEO score op alle nieuwe artikelen die ik heb geschreven. Ik ga met alle tips en tricks aan de slag in mijn tweede actie.

A (2)
Ik ga, zoals ik hierboven heb aangegeven, aan de slag met actie twee.

* Ik ga voor het nieuwe E-book van BioToday teksten schrijven, die gekoppeld worden aan recepten en producten.

P (1)
Mijn plan van aanpak is om mijn opgedane kennis vanuit mijn vorige actie toe te passen in dit E-book. Een E-book is natuurlijk wat anders dan een korte tekst op sociale media of website plaatsen, maar de kern blijft hetzelfde. Het moet de doelgroep aanspreken en de structuur van de zinnen en inhoud moet kloppen. Wanneer ik een deel van dit E-book geschreven heb, ga ik feedback vragen aan Eef de Regt en Steffie van Leest. Zij zorgen voor het uiterlijk en de rest van de inhoud van het E-book.

D (1)
Ik wilde graag uitzoeken hoe ik het beste kon beginnen met het schrijven van de teksten. Dus ik ben mijn gaan inlezen op oudere E-books van De Smaakspecialist. Door dit te lezen heb ik veel verschillende manieren gezien hoe een E-book ingedeeld kon worden. Hierna ben ik alle recepten gaan doorlezen, zodat ik een goed overzicht had van alle gegevens en recepten die verwerkt moesten worden in het E-book. Nadat ik mijzelf dus goed ingelezen en heb laten informeren kon ik naar mijn mening aan de slag.
Ebook is te downloaden via deze link: <https://www.biotoday.bio/pancake-stack/>

C (1)
De feedback die ik terug kreeg is dat ik niet te gehaast moest werken. De inhoud van de teksten was erg goed en paste, net als in de feedback van cyclus 1, goed bij de doelgroep. Echter waren er een aantal fouten in de zinsopbouw en in de spelling. Door wat rustiger te werken, dachten ze dat deze foutjes mijzelf makkelijker zouden opmerken.

A (1)
Ik ben het wel met de gekregen feedback eens, ik kan wel eens slordig werken. Als ik mij beter focus en de tijd neem voor opdrachten die ik krijg, zal de kwaliteit van mijn werken verbeteren. Hierdoor ben ik er misschien wel iets langer mee bezig, maar is de kwaliteit wel beter en hoef ik het niet nog eens over te doen. Ik ga dit dus zeker meenemen bij alle opdrachten en werksituaties.

P (2)
Kwalitatief beter werk leveren, is het motto waar ik in cyclus 2 mee aan de slag ga. Het E-book moet op sociale media bekend gemaakt worden. Dit wil het merk BioToday doen op Instagram, Facebook en op Pinterest. Ik krijg de verantwoordelijkheid over Instagram en Facebook. Ik moet de foto’s van het E-book delen en hierbij toepasselijke teksten schrijven. Ik ga hier mijn feedback op toepassen en hoop hierdoor kwalitatief goede en motiverende teksten te kunnen schrijven. De posts zijn te lezen op: [www.instagram.nl/biotoday\_](http://www.instagram.nl/biotoday_) en op [www.facebook.nl/BioTodayNL](http://www.facebook.nl/BioTodayNL)

D (2)
*Internet bron:*
Voordat ik de teksten had geschreven heb ik onderzoek gedaan naar wat de beste manier van schrijven op sociale media is. Uit mijn onderzoek bleek:

1. Zorg dat je een duidelijk onderwerp hebt.
2. Zorg voor een Call-to-Action.
3. Maak je volgers nieuwsgierig.
4. Schrijf actief en in de tegenwoordige tijd.
5. Zorg voor passende hashtags en links naar personen.
6. Zorg dat je afbeelding de aandacht trekt op de tijdlijn van je volgers.
7. Gebruik emoji’s en bullet-points, zodat je volgers geen grote teksten hoeven te lezen.

Ik heb bovenstaande tips gebruikt tijdens het schrijven van mijn teksten.

C (2)
De feedback die ik heb ontvangen van Eef de Regt en Steffie van Leest, is dat zij zeker gezien hebben dat ik mijn feedback goed heb opgepakt. Ik heb de eerste teksten moeten delen met Eef en Steffie, zodat zij deze konden controleren. Maar na 2 teksten was dit al niet meer nodig en hadden ze het idee dat het mij goed af ging en hadden ze vertrouwen dat ik dit door zou trekken in alle andere teksten/posts. Ik kreeg weer terug dat de teksten goed paste bij de doelgroep en we hebben enorm veel positieve reacties ontvangen onder elke post. Ik had een Call-to-Action button geplaatst in mijn teksten en er zijn enorm veel volgers die deze Call-to-Action hebben uitgevoerd. Hieruit viel dus te concluderen dat de tekst inderdaad activerend geschreven is.

A (2)
Als ik terug kijk naar dit leerdoel, denk ik dat ik enorm blij ben dat ik dit leerdoel gekozen heb. Ik ben er achter gekomen dat ik de creativiteit achter het schrijven leuker vind dan dat ik in eerste instantie gedacht had. Ook het schrijven van het E-Book en de koppeling naar sociale media was voor mij bijzonder. Ik heb ontzettend veel geleerd en ervaring opgedaan.