

GELEERDE LESSEN RAPPORT



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO



Deze publicatie werd gefinancierd door het Fonds voor interne veiligheid van de Europese Unie - Politie onder subsidieovereenkomst nr. 867019

[HTTPS://COMMITPROJECT.EU/](https://commitproject.eu/)

7 IDEEËN VOOR HET MAKEN VAN CAMPAGNEPOSTS



01 BETREK DE 'JUISTE' MENSEN Als je campagne gericht is op jongeren, betrek jongeren dan bij het creëren van je berichten, betrek ze, neem hun ideeën mee: ze zullen beter weten wat leeftijdsgenoten leuk vinden en waarin ze geïnteresseerd zijn. Betrek ook influencers om je berichten te onderschrijven.	02 GEBRUIK REELS & VIDEO'S Reels en video's helpen je om je boodschap op een holistische manier te promoten en ze kunnen meer informatie bevatten. U krijgt ook meer "likes" en views op uw pagina!
03 GEBRUIK PAKKENDE BESCHRIJVINGEN Voeg altijd een pakkend en eenvoudig beschrijving toe, met een call-to-action om het probleem in detail te beschrijven.	04 CONTROLEER EN ZOEK HASHTAGS '#' Zoek naar de actuele problemen en de relevante # om de trends te volgen. Dit zal meer volgers en likes opleveren, omdat mensen deze # misschien volgen. Bijvoorbeeld # gerelateerd aan Covid-19, klimaat en nepnieuws..
05 WEES JE BEWUST VAN DE MIX VAN FORMATEN Denk na over de combinatie van indelingen die u gebruikt. Zorg voor variatie in je berichten, bijvoorbeeld reels, statische afbeeldingen, infographics. Je moet ook verschillende berichten hebben voor Instagram, Facebook en andere sociale media.	06 INCLUSIEF TRENDY MUZIEK OP REELS EN VIDEO'S Je kunt muziek gebruiken om je video's en reels op te fleuren. Daarnaast kan je ook muziek gebruiken die betrekking heeft op het specifieke onderwerp.
07 INCLUSIEF GIFS GIFS zijn interessanter voor de ogen, vergeleken met eenvoudige foto's, en ze voegen beweging toe aan je inhoud. Je kunt GIFS gebruiken om meer publiek aan te trekken en om om op een speelse manier naar je boodschap te verwijzen!!	



DE WINNENDE PUNTEN



GETUIGENISSEN EN HET MAKEN
VAN VIDEO'S

GEBRUIK VAN ONDERTITELS

SAMENWERKING, EXPERTISE &
INZET VAN PARTNERS

HET GEBRUIK VAN CANVA

SNEL LEREN EN ANALYSEREN VAN DE PROBLEMEN TIJDENS HET PROCES VOORTDUREND OM
HULP VRAGEN EN NIEUWE DINGEN LEREN OM TE GEBRUIKEN IN COMMIT

AANWEZIGHEID OP SOCIALE
MEDIA EN MARKETING

EDUCATIEF MATERIAAL

UITWISSELING VAN
PUBLICATIES/MATERIALEN/OE
FENINGEN

EXPLOITATIE VAN MEMES
& TIKTOK

PARTICIPATIEVE AANPAK:
CREËREN SAMEN MET JONGEREN

TEAMWORK VAN HET
CONSORTIUM

FLEXIBILITEIT IN TERMEN VAN PROBLEMEN EN OPLOSSINGEN - NIET OPGEVEN IN HET GEVAL
VAN PROBLEMEN



 **TAKE
ACTION**

GELEERDE LESSEN RAPPORT

De #COMMIT Suggesties

Planning is fundamenteel: stel een inhoudsplan en een redactionele kalender op.

Vermijd te wetenschappelijke analyses en te lange berichten: plaats artikelen op je website om een onderwerp te verdiepen. Blijf in sociale media kort en simpel: less is more.

Het betrekken van jongeren bij het co-ontwerpen en co-creëren van uw campagne is de sleutel tot succes! Maar hen actief betrekken op de lange termijn kan een uitdaging zijn: offline campagne voeren is net zo belangrijk als online campagnevoeren! Organiseer workshops, evenementen, flash-mobs, festivals, wedstrijden en andere activiteiten om de mensen je te laten kennen en hen te motiveren om betrokken te blijven!!

Als uw campagne Europees is, werk dan in groepen of in tandems om uitwisseling en brainstorming te vergemakkelijken, maar houd altijd rekening met uw nationale en lokale context, om uw doelgroep effectief te bereiken. Vertaal en pas algemene onderwerpen aan naar specifieke inhoud!

Houd er rekening mee dat de ondersteuning van sociale mediabedrijven en het benodigde budget om uw berichten te promoten de sleutel zijn, maar niet altijd gemakkelijk.

[HTTPS://COMMITPROJECT.EU/](https://commitproject.eu/)

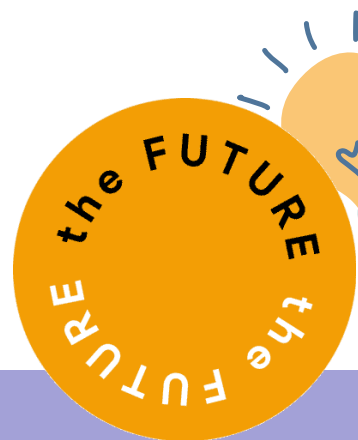
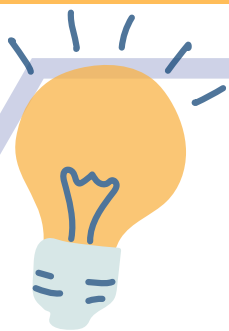


Deze publicatie werd gefinancierd door het Fonds voor interne veiligheid van de Europese Unie - Politie onder subsidieovereenkomst nr. 867019

Lessen uit de campagne



- 1 Gebruik **muziek** op de posts, indien van toepassing
- 2 **Verschillende sociale media** (bijv. Facebook, Instagram, TikTok) hebben verschillende doelgroepen
- 3 Berichten die verband houden met **actuele kwesties** zullen discussies creëren
- 4 'Less is more': create **simple posts**
- 5 De campagnes moeten vooruit worden **gepland**, met name videoproductie (wie zal spreken, waar en andere logistiek)
- 6 Het inhoudsplan moet duidelijk, gemakkelijk te volgen en **aanpasbaar** zijn; een **co-creatieprocedure** moet worden gevolgd met alle teamleden
- 7 Gebruik minder complexe onderwerpen en **vermijd lange berichten**
- 8 Neem **echte mensen** en meer influencers op in video's
- 9 Ontvang **feedback** van alle teamleden



Ideeën voor de toekomst

Leren van de campagne

- 1 Meer offline campagne voeren
- 2 Meer Facebook Lives voor de bespreking van de campagneonderwerpen
- 3 Gebruik het GAMMA+ Model voor het opstellen van uw strategie, het monitoren en evalueren van uw campagne
- 4 Begin vanaf het begin met adverteren om de volgers en het bereik van de berichten te vergroten
- 5 Zorg voor een duidelijke boodschap, plan de berichten omdat ze een verhaal zullen vertellen
- 6 Betrek scholen op een uitgebreidere manier, inclusief leerlingen, leerkrachten en ouders
- 7 Zoek handige tools, zoals CANVA (Pro)



<https://commitproject.eu/>

[HTTPS://COMMITPROJECT.EU/](https://commitproject.eu/)



Deze publicatie werd gefinancierd door het Fonds voor interne veiligheid van de Europese Unie -
Politie onder subsidieovereenkomst nr. 867019



GELEERDE LESSEN RAPPORT

+ Follow



EUROPE



[HTTPS://COMMITPROJECT.EU/](https://commitproject.eu/)



LA BENEVOLENCIA

Dit document is opgesteld voor de Europese Commissie, maar het weerspiegelt alleen de standpunten van de auteurs, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor enig gebruik dat kan worden gemaakt van de daarin opgenomen informatie.