



Postuniversitair
centrum



POSTACADEMISCHE VORMING

Sociale media & ondernemerschap

Kortrijk, november – december 2011

Ook te volgen via live stream

Dienst Postacademische Vorming
Postuniversitair Centrum
K.U.Leuven Kulak
E. Sabbelaan 53 - BE-8500 Kortrijk
tel. 056 24 61 84 - fax 056 24 69 98
info.pav@kuleuven-kortrijk.be
pav.kuleuven-kortrijk.be



Praktische gegevens

Data, tijdstip en plaats

De sessies gaan door op woensdag 9, 16, 23, 30 november en 7 december 2011 telkens van 18.00 tot 21.00 uur. Er is steeds een pauze met drank en broodjes. Alle sessies gaan door op de K.U.Leuven Kulak, E. Sabbelaan 53, 8500 Kortrijk.

Inschrijving

Het inschrijvingsgeld bedraagt 575 euro. Inschrijven gebeurt door het terugsturen van het ingevuld inschrijvingsformulier vóór 3 november 2011. Kort voor aanvang van de opleiding ontvangt u via e-mail onze bevestiging van inschrijving.

In geval van annulering voor de uiterste inschrijvingsdatum wordt 10% van het inschrijvingsgeld in rekening gebracht voor de gemaakte administratiekosten. Bij annulering na 3 november 2011 blijft het volledige bedrag verschuldigd. Vervanging door een collega is mogelijk op voorwaarde dat dit tijdig wordt doorgegeven. Wij aanvaarden enkel schriftelijke annuleringen.

Als door de Vlaamse overheid erkende opleidingsinstelling aanvaarden we opleidingscheques van werknemers en betalingen via de KMO-portefeuille. Meer informatie vindt u op www.vdab.be/opleidingscheques of www.kmo-portefeuille.be.

Elektronisch inschrijven kan via onze website.

Alle info: <http://pav.kuleuven-kortrijk.be>

Praktijkcase Matexi Group NV

Daniel Stepman, *Directeur Personeel & Organisatie*
(Matexi Group)

- Hoe gaat Matexi Group om met het gebruik van ICT, e-mail, internet, intranet in het algemeen en sociale media in het bijzonder?
- Hoe werden deze policies gedefinieerd, gecommuniceerd en geformaliseerd (contracten, AR, beleidsnota, onthaal interne communicaties, controle, ...)?
- Gebruik van sociale media in rekruteringen en andere bedrijfsprocessen (company branding, marketing)

De strategische inzet van sociale media bij de Van Marcke Group

Philippe Borremans, *Chief Social Media Officer*,
(Van Marcke Group of Companies)

- Social media voor externe communicatie
- Social media voor interne communicatie en collaboratie
- Social media guidelines en online monitoring

Sessie 5: woensdag 7 december 2011

Wat zegt men online over jou en levert dat iets op?

Anthony Bosschem, *Conversation Starter (Talking Heads)*

In deze bijdrage over social media monitoring & de ROI van sociale media worden volgende vragen beantwoord:

- Hoe weet ik wanneer iemand over mij spreekt?
- Hoe moet ik reageren op online vermeldingen?
- Kan ik negatieve berichten negeren?
- (Hoe) moet ik actief zijn op sociale media?
- Waar moet ik op letten als ik actief word op sociale media?
- Wat levert mij dat op, die sociale media?

Beyond the Promise. Communiceren in een post-digitaal tijdperk

Louis Ingelaere, *Strategic Planner (Boondoggle)*

Digitaal is meer dan een medium, het is een onzichtbare laag geworden die deel is gaan uitmaken van ons sociaal DNA en dit vraagt om een nieuwe manier van communiceren die verder gaat dan het broadcasten van boodschappen.



Ten geleide

Sociale media zijn een jong en nog volop evoluerend aandachtsgebied. Het biedt mogelijkheden voor een nieuwe stijl van communiceren: transparant, simpel, snel, participatief, direct, altijd en overal bereikbaar. Je public relations verzorgen als bedrijf doe je tegenwoordig steeds vaker online. U hoort het overal: recruiters gebruiken social media om kandidaten te vinden. Sociale netwerken als LinkedIn, Twitter en Facebook worden een slagvaardiger alternatief voor de klassieke communicatie- en PR-kanalen. Sociale media lijken de nieuwe toverformule. Maar hoe ga je ermee om? Is het een nieuwe hype of moet je er echt iets mee? Hoe zet je social media in voor branding? Wat zijn de valkuilen en waarin schuilt het succes? Hoe stuur je de reputatie van een merk? Hoe kondig je online vacatures aan?

Tijdens deze opleiding wordt dieper ingegaan op de opportuniteiten van sociale media voor uw onderneming. Er wordt een algemeen beeld geschetst van hoe deze netwerken functioneren, welke er beschikbaar zijn, en welke netwerken het beste toepasbaar zijn voor uw organisatie.

Doelgroep

Deze opleiding richt zich tot professionals die zich dit actueel onderwerp eigen willen maken. U bent actief in de bedrijfsweld (marketing, inkoop, verkoop, administratie, productie, ...), de dienstensector, de overheid, ... Mogelijke functies zijn: marketeer, (HR-)manager, PR adviseurs, strategy director, consultant, medewerker/hoofd van een redactie of communicatieafdeling, ...

Attest van deelname

De deelnemers ontvangen na afloop een attest van deelname uitgereikt door de K.U.Leuven Kulak, als academische bevestiging van hun actieve deelname aan deze cyclus.

Live stream



Wij bieden u de mogelijkheid om deze cyclus (hetzij volledig, hetzij één of meerdere sessies terwijl u de overige sessies ter plaatse komt volgen) te volgen via live stream. Het enige wat u nodig hebt, is een computer met internetverbinding. Tegelijkertijd kan u ook interageren via de chatruimte en live uw vragen stellen aan de spreker. Mocht u zich de avond zelf niet vrij kunnen maken, kan de live stream ook nadien opgevraagd worden. Zo hoeft u geen enkele sessie van deze cyclus te missen!

Programma

Sessie 1: woensdag 9 november 2011

Wegwijs in de sociale media

Erik Lenaers, Senior PR-consultant bij FINN Public Relations

- Social media: facts & figures
- Enkele sociale media nader bekeken
- Waarom sociale media?
- Aan de slag met sociale media
- Praktijkcases

Evolutie van media gebruik. Terug naar de toekomst?

Dr. Ike Picone, onderzoeker bij IBBT-SMIT (VUB)

Dimitri Schuurman, onderzoeker bij IBBT-MICT (UGent) & iLab.o.

We geven een overzicht van een aantal recente evoluties in het mediagebruik in Vlaanderen met een focus op sociale media. We staan stil bij:

- nieuwe sociale media hypes en hoe deze zich al dan niet vertalen in eigenlijk gebruik,
- oude media en hoe deze nog belangrijk blijven ondanks het feit dat vooral over nieuwe media gesproken wordt,
- hoe we de participerende gebruiker kunnen begrijpen, wat drempels en motivaties zijn om informatie te delen.

Sociale media gebruik bij Belgische bedrijven

Pieter De Wit, PR en social media adviseur (Leads United, A LEWIS Group Company)

- Hoe ver staat de Belgische marketeer met de integratie van sociale media?
- Wat zijn de meest toegepaste sociale media-tools?
- Wat is de evolutie: we vergelijken 2007, 2008, 2010 en 2011.

Sessie 2: woensdag 16 november 2011

Sociale media: geen magie maar strategie

Stefaan Lammertyn, zaakvoerder en social media coach (Pixular)

- 10 stappen om uw sociale media in de praktijk te brengen.
- In deze uiteenzetting leert u aan de hand van praktijkvoorbeelden hoe u concreet start met sociale media.
- Via een plan van aanpak komt u goed voorbereid aan de start.

Belgische sociale media cases

Fania Van Meirhaeghe, opleidingscoördinator / internet marketing trainer (The AIM)

- Ontdek de succesverhalen in België!
- De verschillende strategische benaderingen in de praktijk (productlancering, branding, ...)
- Hoe wordt het succes gemeten?

Sessie 3: woensdag 23 november 2011

Een sociale media policy, een zegen of een vloek?

Mic Adam, Social Media Policy Creator & General Manager (Vanguard Leadership)

- Moet ik een policy of guidelines maken?
- Waarom zou je een policy opstellen?
- Wie stelt de policy op?
- Vanuit welke vlakken moet je de policy opstellen (privé, professioneel, ...)?
- Wat is het legale kader van een policy?
- Hoe kun je een policy opstellen?
- Wat moet er in een policy staan?
- Hoe implementeer je een policy?

Hoe optimaliseer ik mijn persoonlijke profielen in sociale media?

Frank De Graeve, expert in mediarelaties (Quadrant Communications)

- Op welke platformen moet ik aanwezig zijn?
- Welke profielinformatie kan mij helpen om mijn doelstellingen te bereiken?
- Hoe ga ik mijn profielen gebruiken op de verschillende platformen?
- Hoe optimaliseer ik mijn profielen? – praktische demo van hoe je dit in LinkedIn, Twitter, Facebook, ... doet (in functie van de tijd)

Sessie 4: woensdag 30 november 2011

Social media & rekrutering

Erwin Schellens, HR Consultant, specialisatie Headhunting (SDWorx)

- Hoe maximaliseer ik mijn instroom aan kandidaten? Welke zijn de verschillende kanalen die ik kan gebruiken?
- Welke sociale media kunnen gebruikt worden voor een rekruteringscampagne (LinkedIn, Twitter, Blogs, Yammer, Facebook, ...)? Welke doelgroepen bereik ik met mijn campagnes? Bespreking van een studie rond LinkedIn. Welke zijn de voordelen en de aandachtspunten van sociale media?
- Business Case.