



Europese
Commissie

EUROPESE WEEK VAN BEROEPSVAARDIGHEDEN



2018 | Social media toolkit

#DiscoverYourTalent

Werkgelegenheid,
sociale zaken en
inclusie

Over de Social Media Toolkit

De social media toolkit van de Europese Week van Beroepsvaardigheden 2018 is ontworpen om u als belanghebbenden en partners te helpen de Europese Week van Beroepsvaardigheden en de voordelen van beroepsonderwijs en -opleiding (VET) in heel Europa te promoten.

Deze toolkit biedt informatie over de communicatiecampagne in het kader van de Europese Week van Beroepsvaardigheden en over de manieren waarop u via de social media kunt deelnemen:

- Door het delen van het campagnemateriaal via social media
- Door de campagneplatformen te volgen, content te delen en de hashtags van de campagne te gebruiken
- Via tips en advies over het publiceren van content op Facebook en Twitter enz., inclusief kant-en-klare posts en links naar campagnemateriaal dat u kunt gebruiken en plaatsen
- Via tips en advies over hoe u uw eigen content kunt maken, bijvoorbeeld via Facebook Live of Instagram live!
- Door erover te praten tijdens evenementen, bijvoorbeeld via tips over live-tweeting

Over de campagne voor de Europese Week van Beroepsvaardigheden

De Europese Weken van Beroepsvaardigheden in 2016 en 2017 waren succesvol en de Europese Commissie organiseert een derde Europese Week van Beroepsvaardigheden om beroepsonderwijs en -opleiding (VET) onder de aandacht te brengen. De officiële Week vindt plaats in Wenen van 5 tot en met 9 november 2018 en van september tot en met december 2018 worden in heel Europa honderden evenementen in verband met beroepsonderwijs en -opleiding georganiseerd.

De campagne brengt aanbieders van onderwijs en opleiding, maatschappelijke organisaties, overheden, bedrijfsorganisaties en het grote publiek samen om het beroepsonderwijs en de beroepsopleiding in heel Europa beter te profileren. De Week wil de vele mogelijkheden die beroepsonderwijs en -opleiding aan jongeren en volwassenen kan bieden, en de waarde van beroepsonderwijs en -opleiding voor de economie en de toekomst van werk en vaardigheden onder de aandacht brengen.

CAMPAGNEMOTTO & HASHTAGS

Het motto van het initiatief is **'Ontdek je talent!'**

Er zijn twee hashtags voor de campagnes. #EUVocationalSkills zal worden gebruikt om belanghebbenden en opiniemakers te bereiken, terwijl #DiscoverYourTalent is bedoeld voor het algemene publiek. Gebruik deze hashtags zodat we kunnen volgen wat er zoal wordt gezegd.

6 manieren om deel te nemen

1. HET CAMPAGNEMATERIAAL VERSPREIDEN

Wij stellen al het campagnemateriaal beschikbaar op de webpagina's van de Europese Commissie over de Europese Week van Beroepsvaardigheden. Het materiaal bestaat uit informatie over de campagne, campagnetoolkits, online tentoonstelling, enz.

Op het audiovisuele portaal van de Europese Commissie en op de Social Europe YouTube-, Facebook- en Twitter-kanalen van de Europese Commissie worden video's geplaatst om te delen, te posten en/of in te bedden¹ in websites, blogposts en social mediakanalen.

Ook zo'n fan van online quizen?
Bekijk onze social media kanalen en doe mee!!

2. VOLG ONS!

Volg ons op deze social media platforms en neem deel aan het gesprek door gebruik te maken van de hashtags: #EUVocationalSkills en #DiscoverYourTalent

Aarzel niet om content van deze media te delen.

Twitter @EU_social en @EuropeanYouthEU

Facebook @socialeurope en @EuropeanYouthEU

3. PUBLICIEER OP SOCIAL MEDIA

We hebben een aantal kant-en-klare berichten voor u voorbereid om te publiceren op uw online media. Deze kunnen samengaan met foto's, infographics, GIF's en video's om ze interactiever en boeiender te maken.

Voorbeeld social media berichten

Wij organiseren een evenement voor de Europese Week van Beroepsvaardigheden!
#DiscoverYourTalent #EUVocationalSkills
www.ec.europa.eu/social/VocationalSkillsWeek

De Week is terug! Vind een evenement van de Europese Week van Beroepsvaardigheden op de interactieve kaart #EUVocationalSkills
www.ec.europa.eu/social/VocationalSkillsWeek

¹ Als u naar de video gaat die u wilt gebruiken en op 'Delen' of op het pictogram klikt, dan verschijnt er een URL die u kunt gebruiken om de video te embedden.

Wil je van baan veranderen? De mogelijkheden van volwassenen onderwijs zijn fantastisch om je vaardigheden te upgraden.

www.ec.europa.eu/social/VocationalSkillsWeek #DiscoverYourTalent
#EUVocationalSkills #adultlearning

Wil je leren op de werkplek? Overweeg dan leerling plaats! Kom meer te weten op ons #EUVocationalSkills Week evenement: [Link naar evenement info]
#DiscoverYourTalent #apprenticeships

Tips

- Links opnemen naar de webpagina van de Europese Week van Beroepsvaardigheden om gebruikers naar de website van de Week te leiden;
- Neem visuals en video-content op in uw tweets om de betrokkenheid te vergroten. Meer informatie hierover vindt u hier;
- Gebruik Twitterhandles om andere gebruikers in uw tweets te vermelden en te taggen in uw foto's, en communiceer met anderen door te reageren op hun tweets;
- Pin tweets over #DiscoverYourTalent activiteiten of video's bovenaan in uw feed vast;
- Like, deel en becommentarieer deze berichten via afzonderlijke profielen of de Facebook-pagina van uw organisatie;
- Neem deel aan gesprekken door commentaar te geven of te reageren op andere gebruikers op #EUVocationalSkills en #DiscoverYourTalent posts;
- U kunt de planningstool van Facebook gebruiken om toekomstige berichten in te plannen, zodat u verzekerd bent van regelmatige campagne promotie;
- Organiseer een activiteit of evenement via Facebook Live . Hieronder vindt u informatie over het gebruik van Facebook Live. Meer informatie is ook te vinden via het [Facebook Help Centre](#).

Andere social media platforms

U kunt het promotiemateriaal van de Europese Week van Beroepsvaardigheden aanpassen voor diverse social media. Als u bijvoorbeeld deel uitmaakt van een relevante LinkedIn groep, of als uw land een eigen, populair social media platform heeft, voel u dan vrij om daar campagnemateriaal en informatie over evenementen te delen.

4. MAAK UW EIGEN CONTENT

Gedurende de hele campagneperiode heeft u via verschillende social media platforms een scala aan mogelijkheden om uw ervaringen te delen en evenementen te bezoeken. Het is een fantastische manier om aandacht te genereren en mensen aan te sporen om de evenementen bij te wonen. Zorg er dus wel voor dat uw content zo aantrekkelijk mogelijk is! Het is een goed idee om waar mogelijk een combinatie van geschreven en visuele content te gebruiken (bijvoorbeeld, een Facebook-tekstbericht zal minder snel onopgemerkt blijven als er een in het oog springende afbeelding bijgevoegd is).

Bij het maken van uw eigen content is het van het grootste belang om consequent officiële hashtags te taggen en te gebruiken om de herkenbaarheid en vindbaarheid van de campagne te verhogen. Deze tags en hashtags kunnen worden gebruikt voor schriftelijke en visuele content zoals hieronder in meer detail wordt beschreven.

Nog een belangrijke tip: wees creatief! Emoji's, filters en livebeelden van het evenement zijn uitstekende middelen om de aandacht te trekken en het publiek gedurende de Week betrokken te houden. Zorg er altijd voor dat wat u publiceert, past bij de gelegenheid (selecteer uw emoji's zorgvuldig) en vraag personen die op uw foto's en in uw content voorkomen om toestemming voor publicatie.

Gebruik van beeldmateriaal

Zorg ervoor dat u afbeeldingen, foto's of video's plaatst naast uw social media berichten om ze op die manier aantrekkelijker te maken. U kunt uw eigen materiaal maken of gebruik maken van ons kant-en-klare materiaal dat u kunt downloaden op de [website](#) van de Europese Week van Beroepsvaardigheden.

Het materiaal omvat:

- Visuele identiteit
- Naarmate de Week dichterbij komt, zullen er meer promotievideo's worden toegevoegd aan de webpage

GIF's

Een GIF is een korte reeks beelden achter elkaar, waardoor een geanimeerde clip ontstaat. Gif-bestanden zijn een geweldige manier om de aandacht te trekken en een boodschap over te brengen. Bij elke boodschap past wel een GIF!

GIF's zijn overal te vinden; ze zijn zeer populair op social media en zijn een uitstekende aandachtstrekker.

GIF's hebben niet alleen veel effect, ze zijn ook gemakkelijk te maken. Er zijn veel eenvoudige tools online waar u uw eigen GIF's kunt maken.

[Gifs.com](#) - dit is de perfecte tool om GIF's te maken van YouTube, Instagram of vine video's.

[Giphy GIF Maker](#) - met de eenvoudige user-flow van Giphy kunt u uw eigen GIF direct uit videobestanden of YouTube-links maken.

[Gifmaker.me](#) - met deze online tool kunt u GIF's maken van afbeeldingen. U kunt uw GIF aanpassen door het canvasformaat, het aantal keren dat de GIF moet worden herhaald en de snelheid te wijzigen.

Waar vindt u de beste kant-en-klare GIF's

Er zijn veel online GIF bronnen om uit te kiezen, hier zijn enkele van de meest populaire:

[Giphy](#) – Giphy heeft een van de grootste GIF-collecties. Dankzij de zoekfunctie en de categorieën is het eenvoudig om uw perfecte GIF te vinden.

[Twitter GIF Search](#) - De GIF-bibliotheek van Twitter heeft een schat aan animaties om uit te kiezen. De zoekfunctie wordt aangedreven door twee van de grootste archieven van GIFs op Internet; Giphy en Riffsy.

Tips voor het maken van uw eigen foto's

Door mensen in beeld te brengen komt de content tot leven en spreekt ze gemakkelijk tot de verbeelding. Hier zijn enkele tips voor het maken van foto's met personen erop:

- Zorg ervoor dat u toestemming heeft om de foto's van uw leden te plaatsen voordat u deze gebruikt;

- Probeer positieve beelden vast te leggen van mensen die zichtbaar plezier hebben in het leren;
- Gun uw publiek een kijkje achter de schermen van uw organisaties zodat ze beter weten wat er zich allemaal afspeelt.

Tips voor het filmen met uw smartphone of tablet

U kunt filmopnames maken van uw evenement met uw smartphone of tablet en uploaden naar social media, zodat meer mensen te weten komen wat er op uw evenement is gebeurd. Hier zijn enkele tips om te onthouden:

- Zorg ervoor dat u de smart phone in liggend formaat (met de lange zijanten evenwijdig aan de vloer) vasthoudt;
- Tik op het scherm op het punt waarop u zich wilt concentreren;
- Zorg ervoor dat u inderdaad opneemt (u zou een tijdcode op het scherm moeten zien);
- Probeer de camera zo stil mogelijk te houden;
- Als u zich in een donkere omgeving bevindt, gebruik dan de flitser voor een beter beeld;
- Zorg ervoor dat u de camera richt op wat u wilt filmen;
- Upload via een dropbox of een service zoals Transfer zorgt ervoor dat uw beelden niet worden gecompriëerd.

Wat moet een aankondiging van een evenement die u filmt bevatten:

- Een spreker die het evenement aankondigt (vergeet niet de naam en de locatie van het evenement te vermelden);
- Vertel hoe het evenement de beroepsopleiding als eerste keuze promoot;
- Vertel wat u wilt bereiken met het evenement, wat de tastbare voordelen voor de deelnemers aan het evenement zijn (bijvoorbeeld: nieuwe vaardigheden opdoen als het evenement een cursus is, meer te weten komen over relevante vaardigheden die nodig zijn voor een bepaalde sector, het krijgen van informatie over beschikbare middelen, enz.);
- Nodig mensen uit om uw evenement bij te wonen.

Wat te filmen tijdens een aankondiging van een evenement:

- Een close-up van de spreker op het podium
- Een totaalshot van alle personen op het podium
- Groepsinteractie
- Mensen die aantekeningen maken
- Mensen die (glim)lachen
- Opnames van de omgeving
- Beelden die specifiek zijn voor de locatie of activiteit

5. 'Live' gaan

Naast traditionele en geplande social media berichten is het belangrijk om het volledige scala aan tools die social media biedt te gebruiken om zoveel mogelijk interesse te wekken. Met name live streaming wordt onder gebruikers van social media steeds populairder en steeds meer platforms bieden die mogelijkheid. U krijgt niet alleen gemakkelijk een nauwere relatie met uw publiek door hen een kijkje 'achter de schermen' te gunnen bij belangrijke

evenementen, maar het is ook een geweldige manier om uw campagne-content in realtime te gebruiken.

Gebruik van Facebook Live

Met Facebook Live kunnen mensen live video's delen met hun volgers en vrienden. De streamingservice stelt iedereen in staat om live video's van hun mobiele apparaten rechtstreeks uit te zenden naar hun Facebook News Feed.

Nadat een live-uitzending is afgelopen, wordt de video gepubliceerd op de Facebook-pagina, zodat die ook kan worden bekeken door wie de live-uitzending heeft gemist.

Hoe uit te zenden op Facebook Live

Facebook Live is toegankelijk via de mobiele Facebook App die u gratis kunt downloaden via iTunes of Google Play.

Voordat u een uitzending start, zal Facebook u vragen om een beschrijving van uw uitzending in te voeren. Maak een pakkende beschrijving die zoveel mogelijk informatie geeft en die uw publiek laat weten wat het kan verwachten.

Facebook raadt u aan om minstens vijf minuten lang live te zijn. Een uitzending die te kort is, geeft mensen niet genoeg tijd om erop af te stemmen. Langere uitzendingen trekken doorgaans ook meer kijkers aan.

Er zijn veel verschillende soorten uitzendingen die u kunt plaatsen om uw publiek bezig te houden, zoals:

- Een vraag- en antwoordsessie
- Een kort interview met een collega of expert
- Kijkers een kijkje achter de schermen gunnen
- Kijkers iets leren via een demonstratievideo



Vijf belangrijke tips voor Facebook Live

1. Laat mensen op tijd weten wanneer u uitzendt, zodat ze weten wanneer ze op zoek moeten gaan naar uw video;
2. Oefen uw uitzending eerst. U kunt uw uitzendingen testen door de optie 'alleen ik' te selecteren in de instelling;
3. Moedig kijkers aan om de video te 'liken' en te delen, bijvoorbeeld "Super als je...", "Deel dit met....";

4. Vraag kijkers om zich te abonneren op live meldingen om de volgende keer dat u live gaat op de hoogte te worden gebracht;
5. Reageer live op opmerkingen, noem personen in het publiek bij naam om ze betrokken te houden.

Gebruik van Instagram

Instagram is een app voor het delen van foto's en video's en heeft momenteel ongeveer 700 miljoen actieve gebruikers. Met Instagram Live kunnen mensen live video's delen met hun volgers en andere Instagram-gebruikers.

De streaming service stelt iedereen in staat om live video's van hun mobiele apparaten rechtstreeks uit te zenden naar hun Instagram Feed. Met Instagram -Stories kunnen gebruikers hun laatste 24 uur aan content uploaden, of het nu gaat om foto's, video's of 'boemerang' voor hun volgers en kunnen andere Instagram-volgers tot 24 uur aan ge-upload materiaal bekijken.

Hoe Instagram Stories gebruiken

Er zijn twee manieren binnen de app om u 'verhaal' te beginnen; door te klikken op het camerapictogram in de bovenhoek van uw feed of door te klikken op het pictogram in uw profiel. Zoals hieronder te zien is, zal uw verhaal boven de feed van een gebruiker te zien zijn en hem/haar informeren of u live streamt.

U hebt verschillende opties voor het gebruik van uw camera; normaal, live video, boemerang of handsfree. Zodra u uw foto met de 'normale' instelling hebt genomen, kunt u volledig gebruik maken van de functie Instagram.

Zoals het onderstaande voorbeeld weergeeft, kunt u filters toevoegen, andere gebruikers taggen, geofilters, hashtags en emojis aan uw foto toevoegen. Daarnaast kan er op tagfuncties worden geklikt; u wordt doorgestuurd naar elke hashtag, profiel of locatie die u in de foto hebt ingevoegd zodra erop wordt geklikt. Dit is een geweldige manier om de zoekmogelijkheden binnen uw content te vergroten.



Tips voor Instagram Stories

- Zorg ervoor dat u toestemming hebt om de foto's van personen te plaatsen voordat u ze gebruikt en vraag of ze ook een Instagram-account hebben om ze in het verhaal te taggen;
- Vergeet niet dat als u de foto niet meteen wilt toevoegen, u maar 24 uur de tijd hebt om dit alsnog te doen;
- Denk er bij het taggen van foto's aan om consistent te zijn met tags en filters;
- Gun uw publiek een kijkje achter de schermen van uw organisaties zodat ze beter weten wat er zich allemaal afspeelt.

Hoe uit te zenden op Instagram Live

Instagram Live werkt op dezelfde manier als Facebook Live, in die zin dat het alleen toegankelijk is via de Instagram-app, die gratis te downloaden is via [iTunes](#) of [Google Play](#).

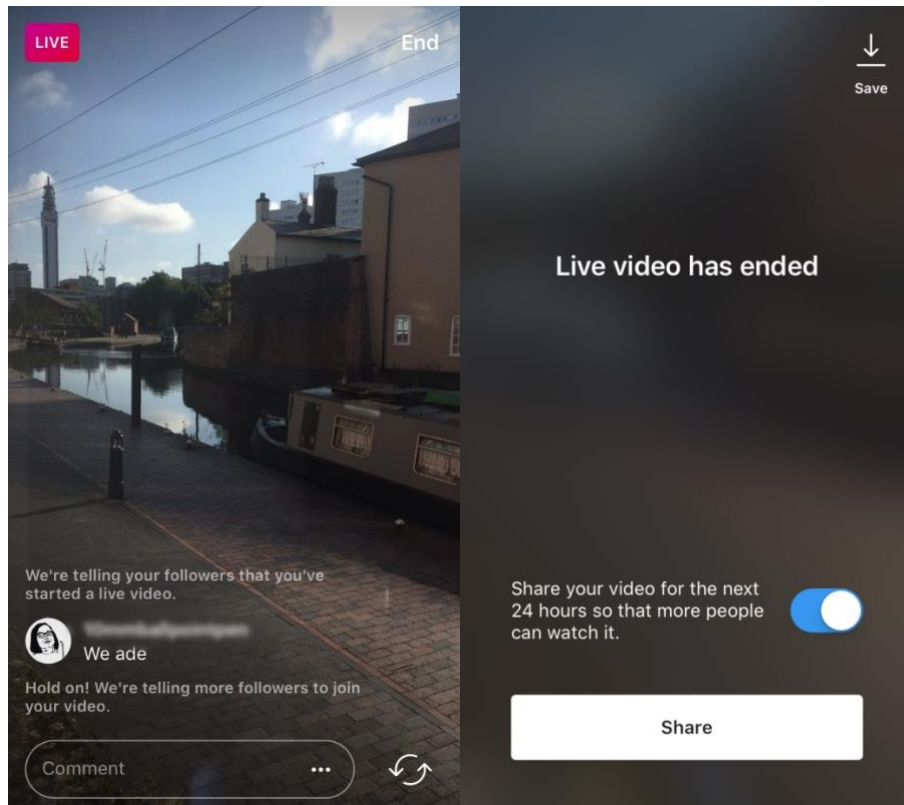
Instagram Live, is een live stream vergelijkbaar met Facebook Live en stelt de gebruiker in staat om zijn/haar video tot 24 uur na het filmen beschikbaar te laten zijn. Het gebruik van deze tool is ook hetzelfde als die van Facebook Live voor het creëren van boeiende content zoals:

- Een vraag- en antwoordsessie
- Een kort interview met een collega of expert
- Kijkers een kijkje achter de schermen gunnen
- Kijkers iets leren via een demonstratievideo

In onderstaand voorbeeld kunt u bij het kiezen van de 'live' of 'handsfree' instelling niet alleen aan uw volgers, maar ook aan elke Instagram-gebruiker live streamen.

Hoewel deze functie geen filters en tagging van extra materiaal toestaat, kunnen gebruikers in realtime commentaar geven en positieve feedback achterlaten. Er geldt geen

tijdsbeperking voor uw live stream video. Zodra uw video is afgelopen kunt u zien hoeveel gebruikers hem hebben bekeken en kunt u bepalen of de video nog eens 24 uur beschikbaar blijft.

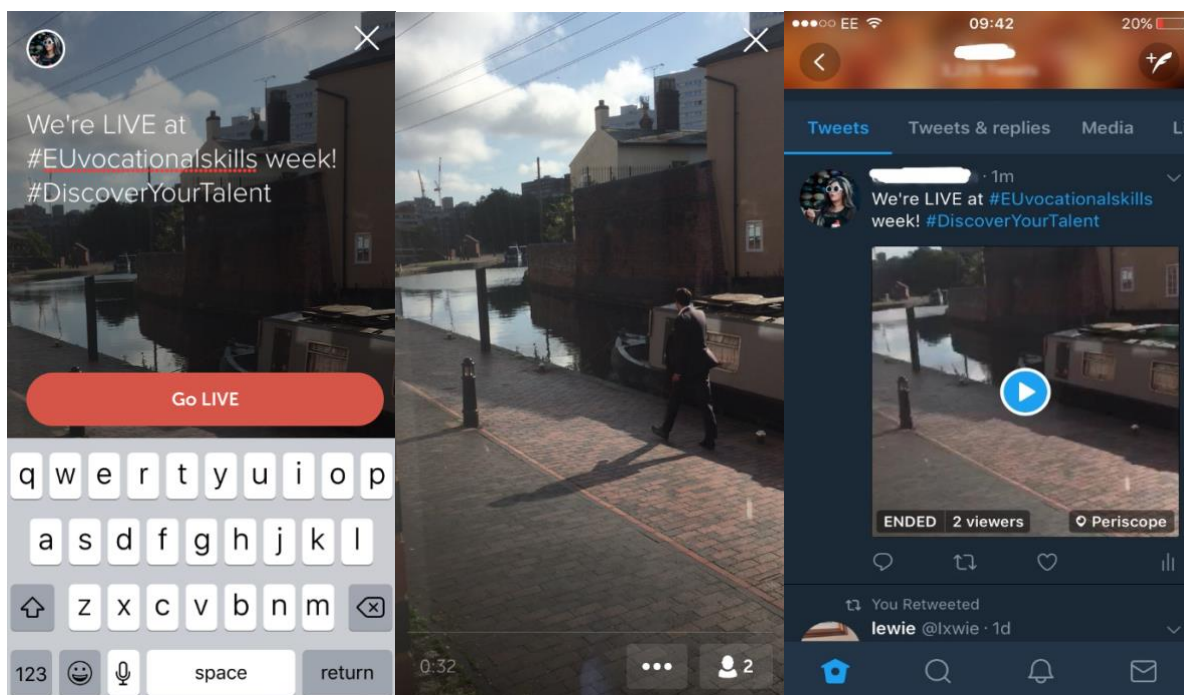


Tips voor Instagram Live

- Zorg ervoor dat de push-notificaties zijn ingeschakeld, zodat gebruikers eraan worden herinnerd om te kijken;
- Spoor kijkers aan om de video te 'liken' en te becommentariëren, bijvoorbeeld "Super als je.....", "Wat denken we van....";
- Zorg ervoor dat u boeiende content filmt zodat mensen blijven kijken, zoals prominente leden en gasten, voor een ervaring achter de schermen;
- Oefen het wisselen tussen de voor- en achtercamera van uw apparaat voor een efficiënte streaming-ervaring.

Gebruik van Twitter Live (powered by Periscope)

Twitter Live, powered by Periscope, is een functie binnen de Twitter-app waarmee gebruikers kunnen livestreamen. Opnieuw is het vergelijkbaar met Facebook Live en Instagram Live, in die zin dat het directe betrokkenheid mogelijk maakt, dat de stream bekeken wordt nadat u klaar bent met filmen en door alle gebruikers bekeken kan worden. Om te gebruiken, downloadt u Twitter van [iTunes](#) of [Google Play](#).



Twitter waarschuwt u wanneer u live gaat en maakt het mogelijk voor andere gebruikers om te reageren en commentaar te geven op de video.

6. ZEG HET VOORT TIJDENS EVENEMENTEN

We willen de boodschap van de campagne onder een zo breed mogelijk publiek verspreiden.

Als u een evenement organiseert, of het nu offline of online is, raden we u aan om informatie over het evenement op de interactieve kaart van de Europese Week van Beroepsvaardigheden te zetten via [registrering your event](#). Wanneer u het evenement op social media promoot, tag dan andere relevante organisaties in uw berichten en tweets, zodat ze op de hoogte zijn van het evenement en worden aangespoord om het ook met hun volgers te delen.

Als u een nationaal of regionaal evenement van de Europese Week van Beroepsvaardigheden bijwoont, zeg het dan voort om anderen aan te sporen er ook naartoe te gaan!

Tips voor live-tweeting

- Kijk aan de hand van de hashtags voor het evenement of er nog meer personen live tweeten en deel die tweets;
- Maak uw tweets extra waardevol voor uw volgers door content te tweeten die ze elders niet krijgen;
- Probeer afbeeldingen, gifs, infographics of video's in uw berichten op te nemen, zodat ze meer tot de verbeelding spreken;
- Deel inspirerende citaten/ belangrijke feiten. Probeer aanhalingstekens te gebruiken bij het letterlijk citeren.

Vermeld altijd de hashtag #EUVocationalSkills, #DiscoverYourTalent in uw berichten op Facebook, Twitter, enz. Wij kunnen dan uw berichten volgen en eventueel delen via de accounts van de Europese Commissie.

Neem contact met ons op

Wij staan graag tot uw beschikking voor al uw vragen over de social media-activiteiten.

Website: ec.europa.eu/social/VocationalSkillsWeek

Email: info@vocationalskillsweek.eu

Telefoon: +44 (0)207 444 4264

Yammer: www.yammer.com/europeanvocationalskillsweeknetwork

Twitter: @EU_social @EuropeanYouthEU #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

Facebook: @socialeurope, @EuropeanYouthEU