

Social media beleid Stichting Zeeuwse WensAmbulance

Inleiding

Dit socialmediabeleid is een van de uitwerkingen van het bredere sponsorbeleid van de Zeeuwse WensAmbulance. Het draagt bij aan het realiseren van onze doelen door middel van strategische online communicatie. Dit document biedt richtlijnen voor contentcreatie, planning en publicatie, en beschrijft hoe we social media inzetten om onze missie te ondersteunen.

Doelstellingen

- Bekendheid vergroten – Meer mensen informeren over het werk van de Zeeuwse WensAmbulance.
- Wensen stimuleren – Mensen aanmoedigen om wensen in te dienen.
- Vrijwilligerswerving – Potentiële vrijwilligers enthousiasmeren.
- Sponsoring & Samenwerkingen – Bedrijven en organisaties aanmoedigen om te sponsoren of samen te werken.
- Betrokkenheid vergroten – Interactie met volgers en community opbouwen.

Kanalen en doelen

Instagram & Facebook

Doel: Emotie en betrokkenheid opwekken, verhalen vertellen en zichtbaarheid vergroten.

Contenttypes & Voorbeelden:

- Wensverhalen met foto's en video's
- Vrijwilliger in beeld (elke twee weken een vrijwilliger voorstellen)
- Oproepen om wensen in te dienen
- Acties en evenementen belichten
- Inhaken op feestdagen en themaweken
- Dankbare reacties en testimonials delen

Social media beleid en contentstrategie ZWA

Versie 1.0

LinkedIn

Doel: Zakelijk netwerk aanspreken, sponsoring stimuleren en samenwerkingen bevorderen.

Contenttypes & Voorbeelden:

- Bedrijven en organisaties bedanken en in de spotlight zetten
- Impact van sponsoring laten zien
- Zakelijke samenwerkingen en evenementen delen
- Vrijwilligers in de spotlight
- Oproepen voor sponsoring en donaties

Contentplanning

Frequentie: Twee posts per week op alle kanalen.

Structuur:

- Week 1: Wensverhaal + Vrijwilliger in beeld.
- Week 2: Oproep wensen indienen + Sponsoring in de spotlight.
- Week 3: Actie of evenement + Vrijwilliger in beeld.
- Week 4: Inhaker op feestdag of thema + Bedrijf bedankt.

Realisatie van posts is afhankelijk van beschikbaarheid van wensverhalen, beschikbaarheid van sponsoring en data van evenementen/ acties.

Herhaling & Variatie:

- Oproepen om wensen in te dienen in verschillende formats (video, testimonial, quote, infographic, carrouselpost met stappenplan).
- Afwisseling tussen lange verhalen en korte impactvolle berichten.
- Video-interviews met vrijwilligers en wensvragers.
- Een 'wist-je-dat' rubriek over de impact van de Zeeuwse WensAmbulance.
- Quotes van wensvragers of familieleden verwerkt in beeldmateriaal.
- Terugblikken op bijzondere wensen uit het verleden.

Belangrijke Data & Inhaakmomenten

Om optimaal gebruik te maken van social media, houden we rekening met belangrijke (inter)nationale dagen die relevant zijn voor de Zeeuwse WensAmbulance:

- 4 februari – Wereldkankerdag
- 11 februari – Internationale Dag van de Zieken
- 22 april – Nationale Secretaressedag (voor vrijwilligers in ondersteunende rollen)
- 7 april – Wereldgezondheidsdag
- 12 mei – Dag van de Verpleging
- 5 december – Internationale Vrijwilligersdag
- Jaarlijkse vrijwilligersbijeenkomst Zeeuwse WensAmbulance
- Regionale evenementen en acties waarbij Zeeuwse WensAmbulance betrokken is
- Lokale en landelijke inzamelingsacties en goede doelen weken

Huisstijl & Tone of Voice

- Toon: Warm, empathisch, inspirerend en dankbaar.
- Visuele stijl: Heldere beelden, zachte kleuren, professionele maar toegankelijke uitstraling.
- Huisstijl is vastgesteld, is op te vragen bij beleidsadviseur.
- Hashtags: Gebruik van vaste hashtags voor herkenbaarheid (#ZeeuwseWensAmbulance #LaatsteWens #SamenMakenWeHetMogelijk #Vrijwilligerswerk #GoedeDoelen #Sponsoring).

Interactie & Community Management

- Reacties en DM's binnen 24 uur beantwoorden.
- Actieve betrokkenheid bij volgers door reacties te liken en te reageren.
- Samenwerkingen met lokale media, (Zeeuwse) influencers en partners stimuleren.

Proces: Hoe komt een post tot stand?

1. Idee & Input: Vrijwilligers, bestuursleden en betrokkenen kunnen ideeën aanleveren voor posts.
2. Contentcreatie: Verantwoordelijke en andere aangewezen teamleden schrijven de teksten en selecteren bijpassende beelden.
3. Goedkeuring: Posts worden door 1 collage binnen 24 uur goedgekeurd/ afgekeurd en indien nodig aangepast.
4. Planning & Publicatie:
 - a. Posts worden ingepland via Trello om vooruit te werken en overzicht te houden op de content.
 - b. Na goedkeuring worden de posts gepubliceerd op de betreffende kanalen.
5. Monitoring & Interactie: Na publicatie wordt interactie gemonitord en reacties worden beantwoord.

Datum publicatie: maart 2025

Evaluatie: maart 2026- toevoeging vastgestelde huisstijl

Volgende evaluatie: maart 2027