

# Opleiding : Een effectieve redactionele strategie ontwikkelen: van concept tot de creatie van boeiende inhoud

Methoden en tools voor het web en sociale netwerken

**Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. SEE**

**Prijs : 1310 € V.B.**

★★★★☆ 4,1 / 5

In deze cursus leer je de sleutels tot een succesvolle digitale redactionele strategie te beheersen. Je leert hoe je relevante en boeiende content creëert, afgestemd op je doelgroep en op elk platform. Je verkent ook het gebruik van generatieve AI om je contentproductie te optimaliseren. Tot slot zul je in staat zijn om je acties te plannen en de effectiviteit ervan te meten met behulp van concrete tools en prestatie-indicatoren.

## Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ De grondbeginselen van een effectieve redactionele strategie voor het web en sociale netwerken begrijpen
- ✓ Ontwikkel een contentmarketingstrategie afgestemd op verschillende soorten publiek (B 2 B, B 2 C)
- ✓ Geoptimaliseerde, boeiende inhoud creëren voor het web en sociale netwerken
- ✓ Contentcreatie integreren en optimaliseren met kunstmatige intelligentie
- ✓ De effectiviteit van acties plannen en meten met hulpmiddelen en prestatie-indicatoren

## Doelgroep

Communicatie- en marketingmanagers, communitymanagers, webtekstschrijvers en contentmakers, digitale projectmanagers...

## Voorafgaande vereisten

Geen

## DEELNEMERS

Communicatie- en marketingmanagers, communitymanagers, webtekstschrijvers en contentmakers, digitale projectmanagers...

## VOORAFGAANDE VEREISTEN

Geen

## VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

## BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...  
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

## Praktische modaliteiten

### Praktisch werk

Praktische workshops, het delen van ervaringen en collectieve reflectie.

## Opleidingsprogramma

### 1 Inzicht in redactionele strategie voor meerdere kanalen

- De grondbeginselen van een redactionele strategie voor het web en sociale netwerken
- De verschillen tussen de B 2 B- en B 2 C-benaderingen: doelstellingen, toon, type inhoud
- Het publiek en zijn verwachtingen analyseren om relevante persona's op te stellen
- Stel duidelijke doelen: het webverkeer verhogen, uw gemeenschap betrekken, leads genereren, converteren...
- Van gestandaardiseerde inhoud naar intelligente inhoud: waarom en hoe pas je je berichten aan?

#### Workshop storytelling

Deelnemers delen hun ervaringen. Presentatie van beste praktijken en voorbeelden.

### 2 Een effectieve redactionele strategie bepalen

- De belangrijkste inhoudsformaten: artikelen, video's, podcasts, nieuwsbrieven, verhalen, enz.
- De specifieke kenmerken van de belangrijkste platforms (website, LinkedIn, Instagram, TikTok, X, Facebook)
- De concepten van inbound marketing en het klanttraject begrijpen en integreren in uw strategie
- De Sherpa-strategie gebruiken
- Overweeg gediversifieerde platforms en gedecentraliseerde sociale netwerken (Mastodon, Bluesky...)
- De juiste toon kiezen en berichten aanpassen aan elk kanaal

#### Casestudy

Vergelijk de redactiestrategie van twee concurrerende bedrijven (B 2 B of B 2 C).

### 3 Boeiende inhoud schrijven B 2 B en B 2 C

- Schrijven voor het web: SEO en verwijzingen op sociale netwerken, principes van leesbaarheid
- Het belang van storytelling en copywriting: waardevolle en boeiende inhoud creëren
- Varieer en test verschillende indelingen met je publiek
- Vertrouwen op complementaire hefboomen (Paid, Owned, Earned media)
- Betrokkenheid aanmoedigen: call-to-actions, meeslepende inhoud (enquêtes, quizzes)
- Nieuwe vormen van betrokkenheid en co-creatie: crowdsourcing, crowdfunding, teambuilding, enz.
- Maak aantrekkelijke afbeeldingen met Canva

#### Praktisch werk

Ontwerp een aantrekkelijke post (tekst + beeldmateriaal) afgestemd op een gekozen platform en doelgroep.

## PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

## TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

## TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

#### 4 AI integreren in je contentstrategie

- Inleiding tot generatieve AI: ChatGPT, Midjourney (visuals)...
- Gebruik AI om relevante onderwerpen te identificeren, je redactionele kalender te optimaliseren, verschillende invalshoeken te vinden die geschikt zijn voor je doelgroep, enz.
- Maak optimaal gebruik van AI-tools: identificeer trends en kansen, optimaliseer teksten, genereer samenvattingen, enz.
- Voordelen, grenzen en ethiek bij het gebruik van AI

##### Praktisch werk

Gebruikscases: ideeën vinden voor onderwerpen, artikelen of publicaties schrijven, visuals maken.

#### 5 Inhoud plannen en organiseren

- Een redactionele kalender opstellen: principes, hulpmiddelen en methodologieën
- Wissel af tussen "hete" inhoud (nieuws, evenementen) en "koude" inhoud (lange termijn)
- Terugkerende inhoud beheren: nieuwsbrieven, blogs, periodieke video's, enz.
- Projectmatig werken: coördinatie met teams (marketing, ontwerp, verkoop)
- Taken automatiseren en publicaties plannen: Hootsuite, Swello, Buffer...
- Samenwerken en teams beheren: Maandag, Trello, Notion, Slack

##### Praktisch werk

Een maand lang een redactionele kalender opstellen voor een echt of fictief project.

#### 6 De prestaties van je content meten en optimaliseren

- Identificeer de juiste KPI's: betrokkenheid, klikken, conversies, enz.
- Gegevens analyseren met tools zoals Google Analytics, Meta, LinkedIn Analytics, enz.
- Aanpassen en optimaliseren: A/B-testen, hergebruik van succesvolle content
- AI-tools gebruiken om gegevens te synthetiseren: ChatGPT om rapporten te schrijven, statistieken te interpreteren, enz.
- Een geïndividualiseerd actieplan opstellen: doelstellingen, stappen en hulpmiddelen

##### Praktisch werk

Présentation d'un mini-plan stratégique ou d'une campagne éditoriale.  
Partage entre participants : retours sur les stratégies et les ajustements proposés.

## Data en plaats

### KLAS OP AFSTAND

2026 : 8 juni, 21 sep., 26 nov.

### PARIS LA DÉFENSE

2026 : 1 juni, 14 sep., 19 nov.