

# Mens 3.0 en de voordelen van sociale media

## Richard van Hooijdonk

Richard van Hooijdonk, CEO van het toonaangevende bureau MarketingMonday, is een van de meest gevraagde sprekers over sociale media.

Veel organisaties maken een omslag naar een nieuwe manier van communiceren, waarbij sociale media een belangrijke rol vervullen. Wat zijn sociale media, wat kan ik ermee en hoe kan ik ze integreren in mijn marketing- of communicatiestrategie? Hoe kan het gebruik van sociale media mij daadwerkelijk iets opleveren? Steeds meer managers en marketing- en communicatiespecialisten komen voor dit soort vragen te staan. Sociale media hebben grote invloed op de wijze waarop bedrijven, overheden en organisaties functioneren en opereren.

Charismatisch spreker Richard van Hooijdonk neemt zijn publiek mee op reis binnen de wereld van sociale media. Zijn presentaties ondersteunt hij rijkelijk met beeld en geluid. Hij

zorgt hij ervoor dat sociale media-marketing gaat leven en de toepassing ervan herkenbaar wordt. Ook introduceert hij zijn sociale media-cyclus, een handig stappenplan voor strategieontwikkeling.

### Wat zijn sociale media en wat kun je er mee?

laat zijn toehoorders kennismaken met Mens 3.0, die volop gebruik maakt van LinkedIn, Twitter, Facebook, Hyves, *communities*, *virals* en blogs. Aan de hand van vele casussen

Van Hooijdonk is schrijver van boeken en vele artikelen, bedenker van modellen over sociale media en (gast)docent aan Nyenrode en Erasmus/SRM en voormalig directeur en (adviseur) bestuurslid van verschillende (inter) nationale ondernemingen. Van Hooijdonk is bovendien initiatiefnemer van de 'Master of Social Media'-sessies die op vele plaatsen in de wereld worden gegeven.

### Inhoud van het inspiratieprogramma:

- Het veranderende landschap in cijfers, aantallen en gedrag. Van online naar *social*.
- Mens 3.0 en de consequenties voor hoe we met hem communiceren
- De bijzondere kwaliteiten van ambassadeurs en superpromotors
- De waarde van *communities*
- De volgende stap: van sociale media en sociale aanwezigheid naar integratie binnen de totale (communicatie) strategie
- Essentie van de verschillende platformen en doelgroep typerende kenmerken
- 5 interessante, lachwekkende, uiterst serieuze en prikkelende casussen
- Terug naar de praktijk: in 10 stappen naar een goede sociale media-strategie

[richardvanhooijdonk@speakersacademy.nl](mailto:richardvanhooijdonk@speakersacademy.nl)