

# Theater Blik Content Strategy





Bē

f

G+

01

Goal





---

## The Goal of this content strategy

Het doel van deze content strategy is om theater Blik een richtlijn te geven om hun doelgroep te bereiken.

De huidige doelgroep is vooral mensen van boven de 40, deze huidige doelgroep maakt vooral gebruik van platformen als LinkedIn en/of Facebook. Op basis van deze informatie volgt hier een Content Strategy voor deze groep.

Daarnaast is een van de doelgroepen die ze willen bereiken mensen met een functie in HR, deze kunnen ze bereiken door de richtlijnen in dit verslag te volgen.

---

02

Target Audience



# Private Audience



**Emma**  
Drama docent

|          |             |
|----------|-------------|
| Leeftijd | 37          |
| Situatie | Samenwonend |
| Educatie | Bachelor    |

## Persoonlijkheid

*“Ik heb een passie voor theater en drama, maar soms mist er een diepgaande betekenis die mensen samen brengt.”*

## Achtergrond

Emma is opgegroeid in een cultureel gezin en werd al jong meegenomen naar theaters en musea. Haar passie voor theater ontstond op de middelbare school, waar ze actief was in theaterproducties en uiteindelijk drama studeerde.

## Motivatie

Ze zoekt naar voorstellingen die haar emotioneel raken en waar ze iets van kan leren. Ze houdt ervan als theater haar aan het denken zet en tegelijkertijd vermakelijk is. Het idee dat ze iets diepgaands ervaart, is voor haar cruciaal.

## Pains & Gains

### Pains

- Diepgang mist binnen haar omgeving
- Wilt graag mensen verbinden via theater.

### Gains

- Houdt van diepe verhalen.
- Heeft veel passie voor cultuur en kunst.
- Theater geeft voldoening en motivatie.

## Levensstijl

Ze leidt een sociaal en cultureel actief leven en houdt ervan om nieuwe kunstvormen te ontdekken. Emma is betrokken bij de lokale theatergemeenschap en neemt deel aan workshops en evenementen die haar horizon verbreden.

## Favoriete merken



## Social Media Platforms



# Business Audience



## Pieter Bedrijf manager

|          |                           |
|----------|---------------------------|
| Leeftijd | 45                        |
| Situatie | Getrouwd                  |
| Hobby's  | Golf<br>Padellen<br>Lezen |

### Persoonlijkheid

*“Ik hou ervan om mensen op te leiden en bij elkaar te brengen, maar elkaar begrijpen is vaak nog een valkuil.”*

### Achtergrond

Pieter groeide op in een familiebedrijf en werd al jong aangemoedigd om verantwoordelijkheid te nemen. Ondanks zijn carrière worstelt hij soms met de druk en verwachtingen, en voelt hij dat er iets ontbreekt op een dieper niveau

### Motivatie

Pieter zoekt balans tussen werk en gezin, en wil persoonlijke interesses en culturele ervaringen die zijn emotionele welzijn ondersteunen en hem diep raken.

Pieters dagelijks leven draait om balans tussen werk en gezin. Hij zoekt tijd voor persoonlijke interesses en culturele uitstapjes die zijn emotionele welzijn ondersteunen en hem diep raken.

### Pains & Gains

#### Pains

- Elkaar begrijpen is een hele klus.
- Veel druk op de werkvloer.
- Voelt dat er iets ontbreekt.

#### Gains

- Houdt ervan om te verbinden met mensen.
- Vindt het leuk om met werk naar teamwork sessies te gaan.
- Theater geeft hem voldoening en visie.

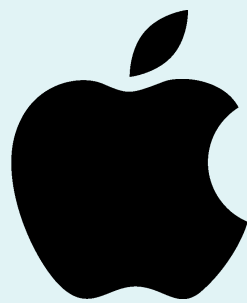
### Levensstijl

Pieters dagelijks leven draait om balans tussen werk en gezin. Hij zoekt tijd voor persoonlijke interesses en culturele uitstapjes die zijn emotionele welzijn ondersteunen en hem diep raken.

### Favoriete merken



BOSS



### Social Media Platforms



03

Message



# MESSAGE

---

**""Theater Blick: Spreken is  
zilver, zwijgen is goud,  
spelen is BLIK!""**

**"Speaking is silver, Silence  
is gold, Playing is blik!"**

Openstellen door persoonlijke problemen op een speelse manier te delen, helpt om moeilijke onderwerpen makkelijker bespreekbaar te maken. Dit zorgt ervoor dat anderen zich meer op hun gemak voelen en het bevordert een veilige omgeving waarin mensen eerlijk kunnen zijn.

03

REAN

Het REAN model helpt de marketingstrategieën beter te richten op verschillende fases van het klanttraject, wat kan leiden tot een groeiend publiek en sterkere klantrelaties

## Theater Blik

### Reach

Het vergroten van de bekendheid van Theater Blik bij de doelgroep.



**KPI's:** Websiteverkeer, bereik van social media-campagnes, aantal vertoningen van advertenties en aantal views van trailers.

### Engage

Het publiek betrekken bij Theater Blik door hen te laten interacteren met de inhoud.



**KPI's:** Aantal likes, shares en reacties op sociale media, aantal 'click-through rate' van HR advertenties en tijd die op de website wordt doorgebracht.

### Activate

Het publiek aanzetten tot actie, zoals het kopen van tickets of boeken van een HR-sessie.



**KPI's:** Aantal verkochte tickets en aantal HR-workshops geboekt.  
<sup>1</sup>: personen die de website hebben bezocht, maar nog geen actie hebben ondernomen.

### Nurture

Relaties met klanten onderhouden en zorgen dat ze terugkomen voor meer voorstellingen of workshops.



**KPI's:** Klanten retentie (hoeveel bezoekers komen terug?), klanttevredenscijfers, aantal herhaalaankopen van tickets of boekingen voor workshops.



---

04

Media-Use

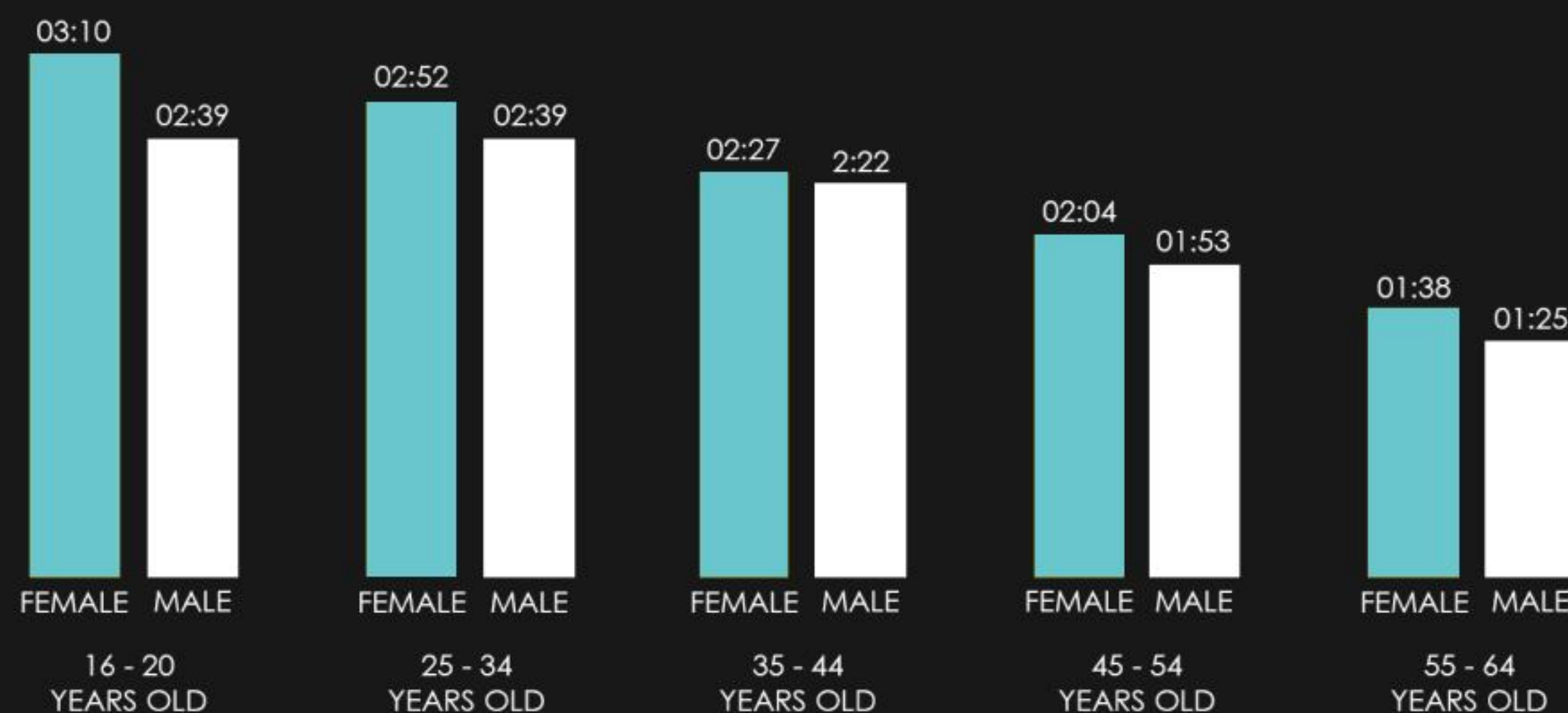


---

05

Planning

## Dagelijks tijdgebruik van sociale media in uren



Source: [datareportal.com](https://datareportal.com)

# MEDIA-USE

Leeftijd van mensen die sociale media gebruiken.

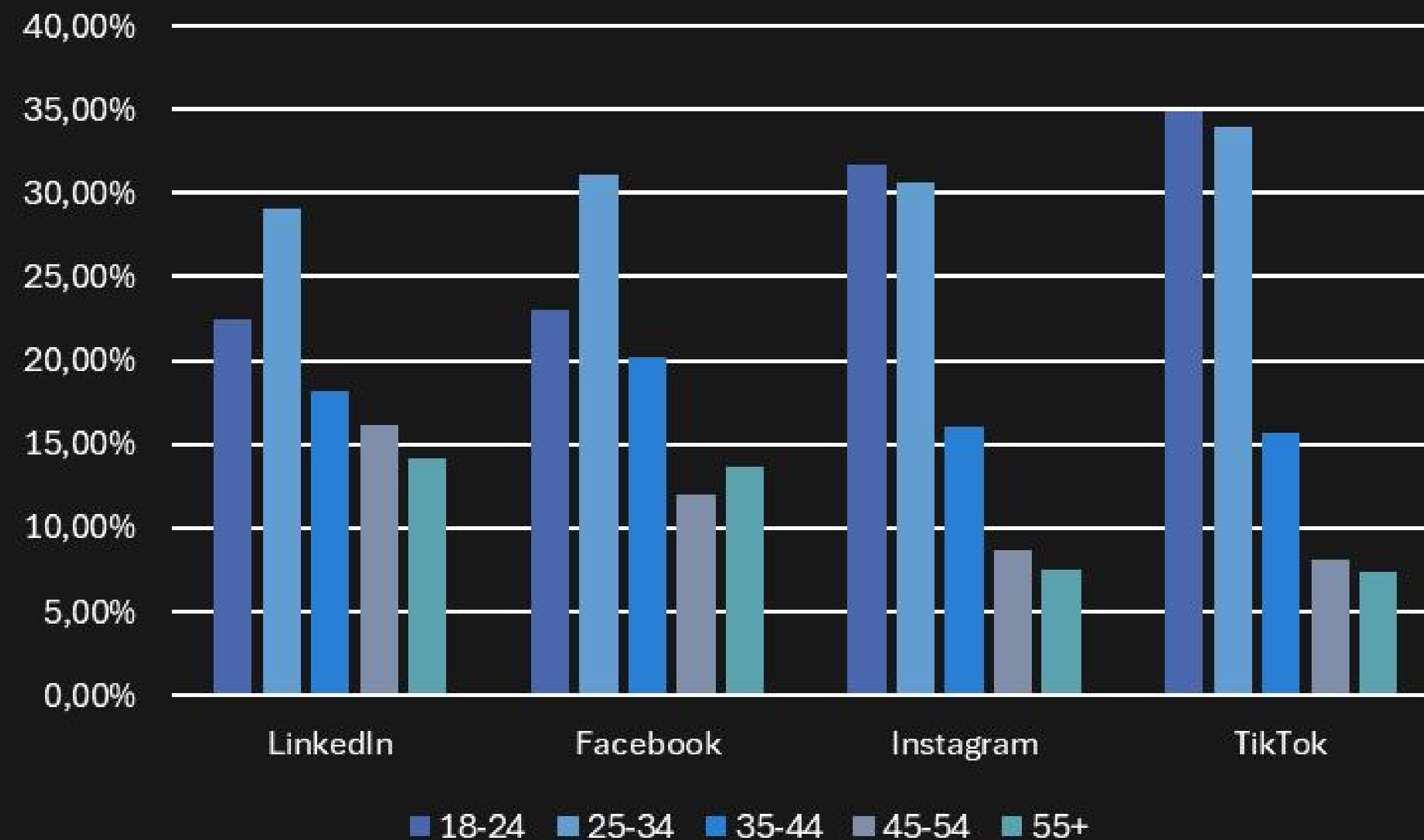
Hieruit kan afgeleid worden dat de mensen uit onze doelgroep voornamelijk 30-40 jarige best wel veel op sociale media zitten, dit betekent dat het duidelijk nut heeft om te promoten op sociale media.

# MEDIA-USE

Leeftijd van sociale media gebruikers. Die het beste bij onze doelgroep passen.

## Facebook & LinkedIn

Zoals af te leiden uit de grafiek passen deze sociale-media kanalen het beste bij onze content omdat hier de meeste mensen uit de doelgroep zitten die tussen de 30-40 jaar oud zijn.



Source: [statista.com](https://www.statista.com)





# LinkedIn

Het beste moment om te posten op LinkedIn is op woensdag, 12 uur 's middags, dan hebben de meeste mensen pauzen en checken ze LinkedIn.

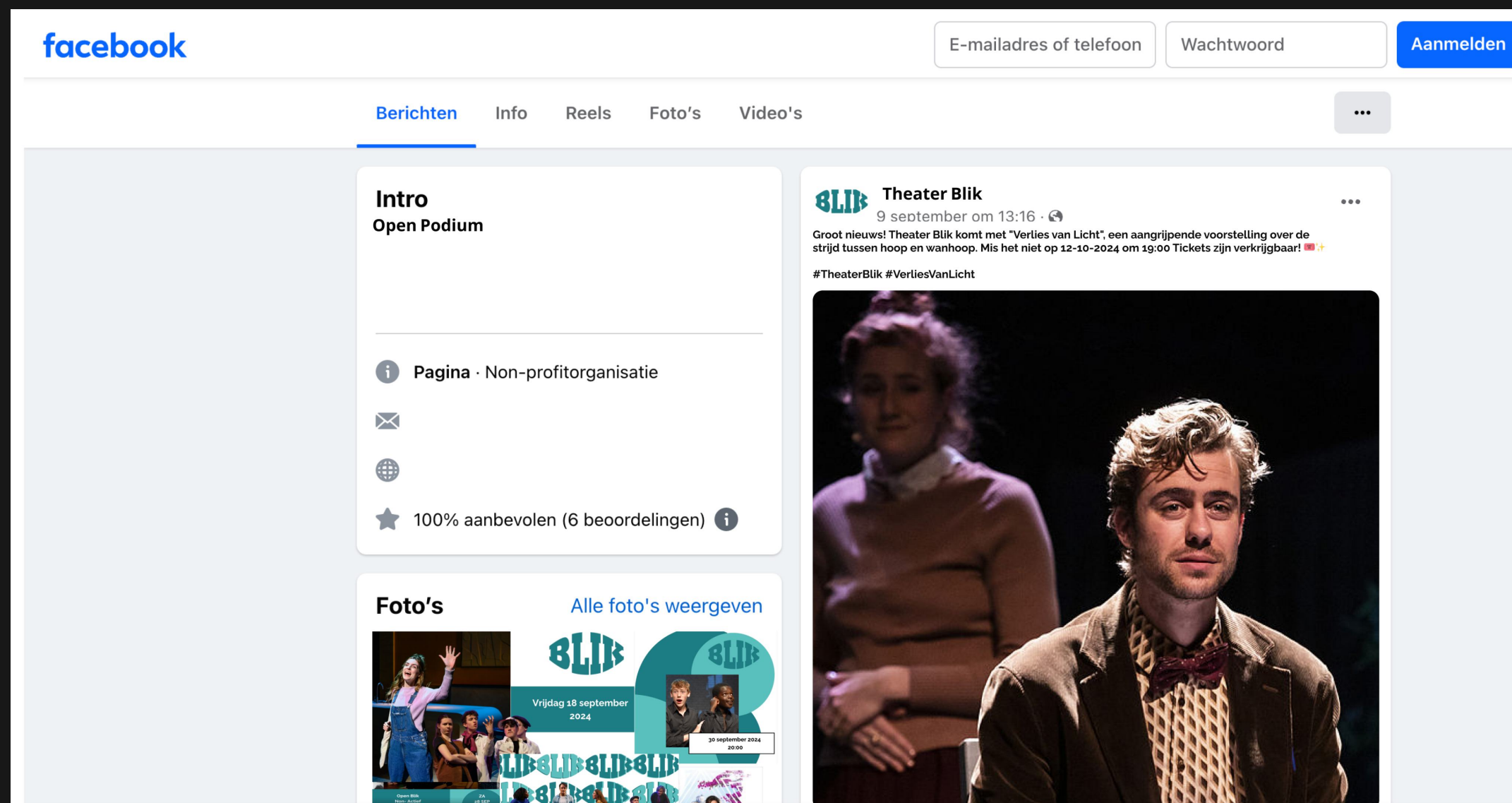
Source: [socialpilot.co](https://socialpilot.co)



# Facebook

Het moment om op Facebook informatie te plaatsen over opkomende events is op een vrijdagmiddag, tussen 17:00-18:00 omdat het weekend is begonnen en veel mensen checken op dit moment Facebook.

Source: [socialpilot.co](https://socialpilot.co)





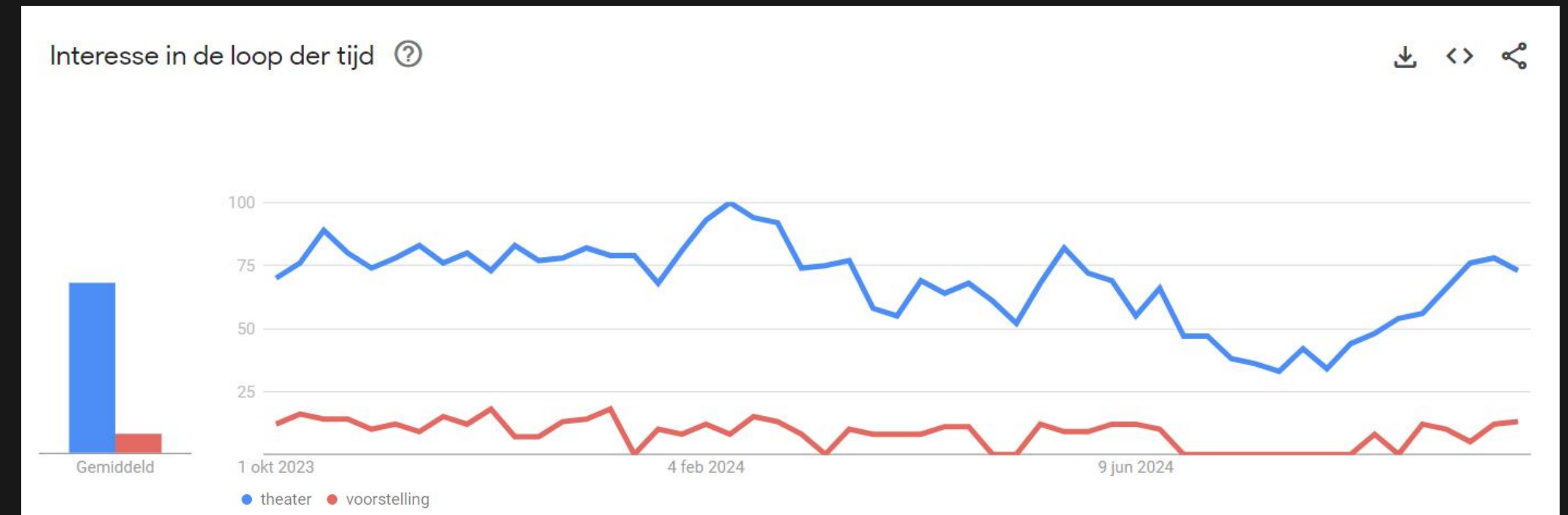
# 06 SEO

# Beschrijving

- Om de online vindbaarheid van Theater Blik te verbeteren, is het belangrijk dat de website geoptimaliseerd wordt voor zoekmachines, zoals Google. Een hogere positie in de zoekresultaten zorgt ervoor dat meer mensen de site kunnen vinden. Dit kan leiden tot meer bezoekers en potentiële klanten, en werkt eigenlijk als gratis reclame.

# Tactiek

- Zorg voor goede passende titels, gebruik zo b.v theater en niet voorstelling, theater heeft een veel breder bereik zoals af te leiden uit de grafiek.
- Gebruik meta tags binnen de website dit zorgt ervoor dat de site beter te vinden is zoals *theater*, *emotionele theater(s)*, *inclusief*, *Amersfoort*, en *HR-sessies*.
- Maak gebruik van de meta beschrijving functie binnen HTML, dit zorgt ervoor dat de website makkelijker gevonden wordt door zoek queries, zorg ervoor dat deze ook consequente steekwoorden bevatten zo kan de site veel beter gevonden worden.
- Alhoewel het een playback-theater is, ben voorzichtig met het gebruiken hiervan. Playback theater word bijna niet opgezocht, het mag worden beschreven binnen de site maar zet dit niet in de titel of beschrijving. (Source: Google Trends)



Source: Google Trends

Voorbeeld meta beschrijving.

Google

hire a nanny in London

yoopies.co.uk  
https://yoopies.co.uk › nanny › london

**Find the best nanny in London - Yoopies**

On Yoopies, hiring a nanny in London is fast and cost-effective. Find your perfect nanny directly, without the hassle or cost of an agency. No middlemen, with ...

london-nanny-agency.co.uk  
https://www.london-nanny-agency.co.uk

**The London Nanny Agency**

Experienced, professional. loving nannies only - 2 years minimum experience · ONLY agency providing certified First Aid Courses for our placed nannies · Enhanced ...

care.com  
https://www.care.com › Home › Childcare › Nannies

**Top 10 nannies in London - Care.com UK**

Hiring a nanny service in London through Care.com will cost an average of £12.93 per hour as of November 2023. This rate may vary depending on the experience ...

snuggleschildcare.co.uk  
https://www.snuggleschildcare.co.uk › full-time-nanny

**Hiring a Full Time Nanny In London - Snuggles Childcare**

Full time nannies normally work 10-12 hour days, Mon-Fri. Most roles are between the hours of 8am and 7pm but some roles can go beyond these times. It used to ...

Source: Seranking.com

08

Sources



# Sources

## Upload times:

<https://www.socialpilot.co/blog/best-times-to-post-on-social-media/>

## SEO:

<https://seranking.com/blog/title-tags-and-meta-descriptions-in-seo/>

<https://trends.google.com/trends/explore?cat=3&geo=NL-UT&q=theater,voorstelling&hl=nl/>