

*BRILJANTE STRATEGIE,
MAAR... KUN JE HET UITVOEREN?*

Competence Factory
15 10 2015

@paulblok



Aspesi, C. & D. Vardhan (1999) The McKinsey Quarterly, 1, 89-99

Brilliant strategy, but can you execute?

Een implementeerbare strategie is de beste strategie voor elk bedrijf. Een bedrijf moet daarom weten wat goed doet, alvorens een strategie te kiezen. De ervaringen in twee industrieën van de fit tussen strategie en

onzekerheid, bij het willen veranderen van de industrie, en bij substantiële veranderingen in het gebied van klanten, kanalen, geïntegreerde strategie en relatief weinig onzekerheid, het oude spel van concurrentie.

Implementatie
uiteenlopende
aanpak
concurrentie



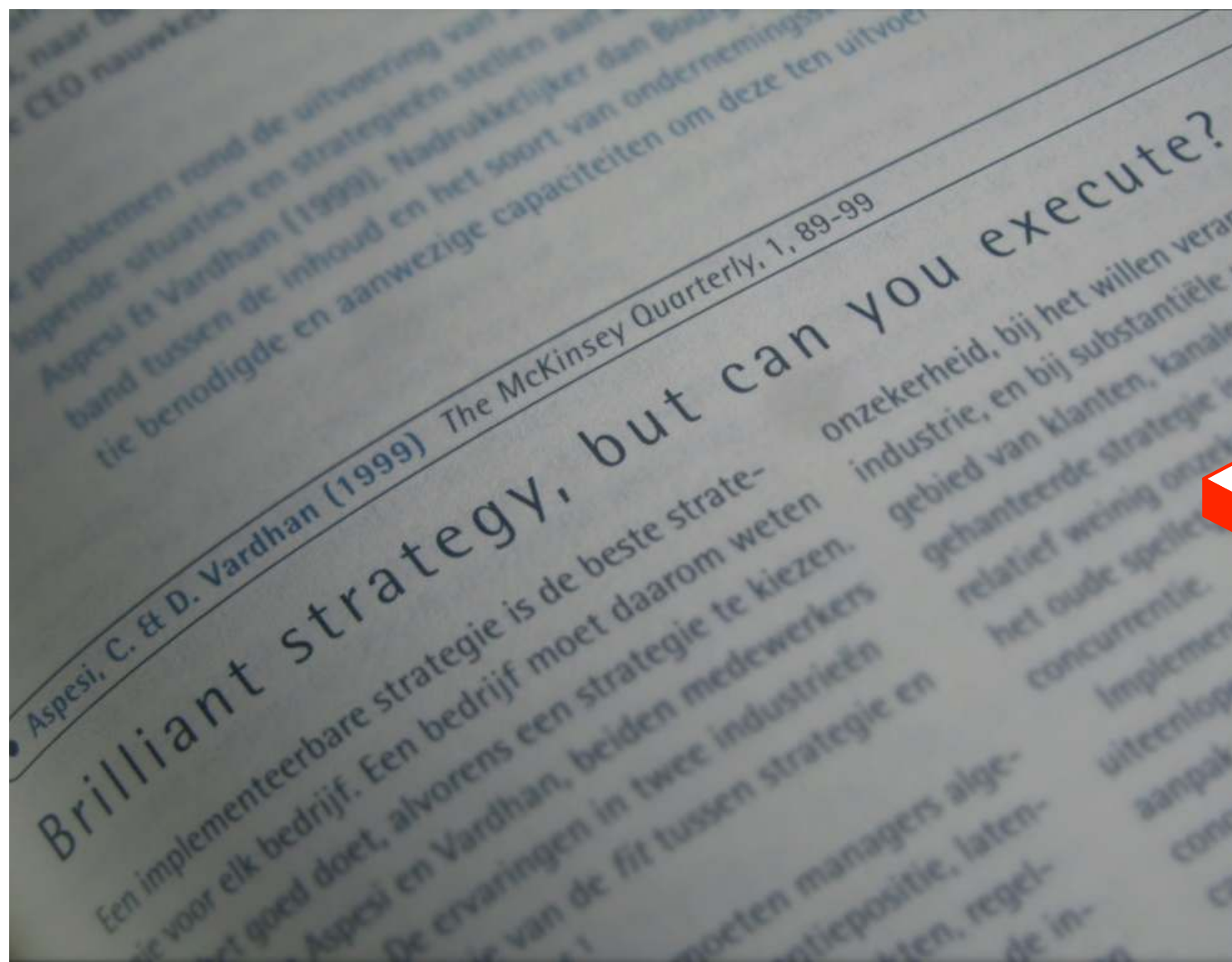


PAUL BLOK

twitter.com/paulblok
linkedin.com/in/paulblok
paul@paulblok.com
06 - 12 969 434

HOE KOMT HET TOCH DAT...





hoe komt
het toch
dat...

*“We cannot solve our problems
with the same thinking we used
when we created them.”*



Albert Einstein
ThinkDoBusiness.com

hoe komt
het toch
dat...

*“Insanity: doing the same thing
over and over again
and expecting different results.”*



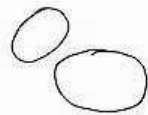
Albert Einstein

ThinkDoBusiness.com

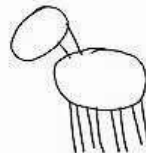
hoe komt
het toch
dat...

HOW TO: DRAW A HORSE

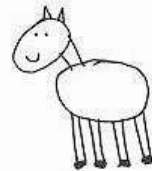
BY VAN OKTOP



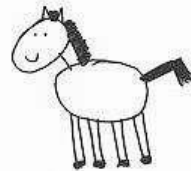
① DRAW 2 CIRCLES



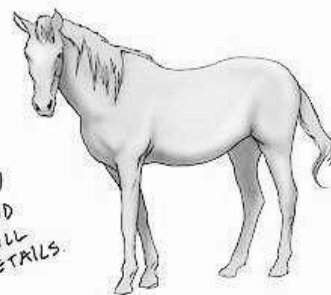
② DRAW THE LEGS



③ DRAW THE FACE



④ DRAW THE HAIR



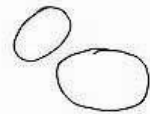
⑤
ADD
SMALL
DETAILS

more awesome pictures at THEMETAPICTURE.COM

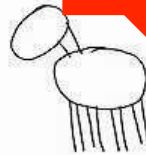
hoe komt
het toch
dat...

HOW TO: DRAW A HORSE

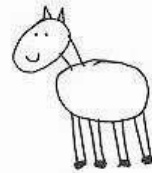
BY VAN OKTOP



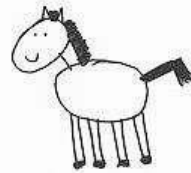
① DRAW 2 CIRCLES



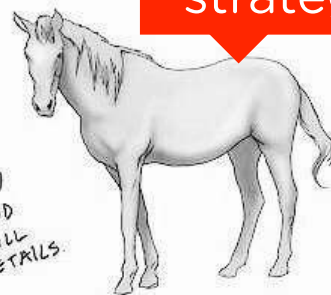
② DRAW THE LEGS



③ DRAW THE FACE



④ DRAW THE HAIR



⑤
ADD
SMALL
DETAILS

strategie uitvoeren

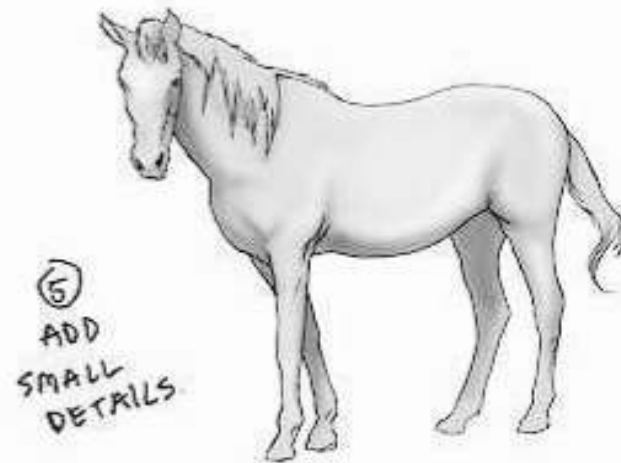
strategie bedenken

more awesome pictures at THEMETAPICTURE.COM

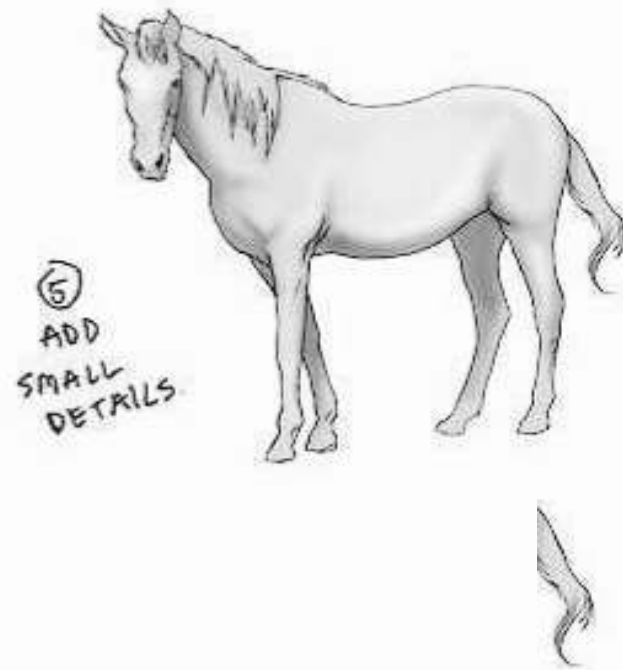
hoe komt
het toch
dat...



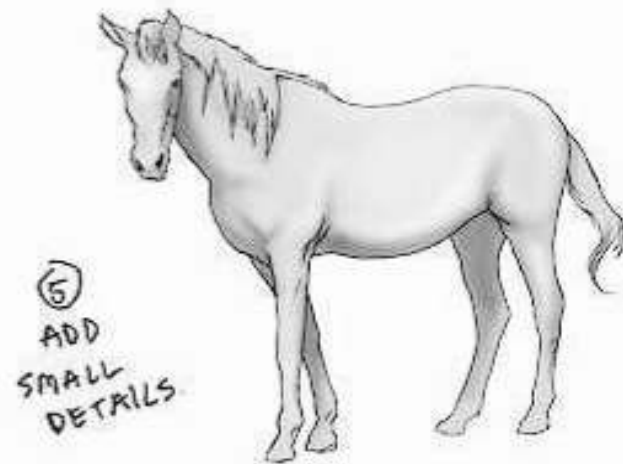
hoe komt
 het toch
dat...



hoe komt
het toch
dat...



hoe komt
het toch
dat...



hoe komt
het toch
dat...

HOE KOMT HET TOCH DAT...



DAAR GAAN WE...



OH NEE, WACHT.

*“Er was eens een meisje met een rood kapje.
Ze werd opgegeten door een wolf.”*



DAAR GAAN WE...



*BRILJANTE STRATEGIE,
MAAR... KUN JE HET UITVOEREN?*

Competence Factory
15 10 2015

@paulblok





1

*BRILJANTE STRATEGIE,
MAAR... KUN JE HET UITVOEREN?*

2

Competence Factory
15 10 2015

@paulblok



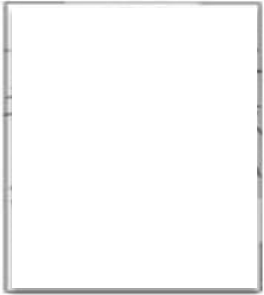
EEN CANVAS



EEN CANVAS?

(JA, EEN CANVAS!)





SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:

TECHNOLOGIE
KLANTGEDRAG
MERKWAARDEN
MONITOREN
PRIORITEITEN
WEBCARE
REPUTATIE
CONTENTCREATIE
SNELHEID
SHARING
24/7
BEDRIJFSACCOUNT
TWITTER
YOUTUBE
MEDEWERKERS
LINKEDIN
FACEBOOK
DE BAAS
CAPACITEIT
OVERTUIGINGSKRACHT
ECHT DOEN



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:

TECHNOLOGIE

MERKWAARDEN

KLANTGEDRAG

MONITOREN

PRIORITEITEN

WEBCARE

REPUTATIE

CONTENTCREATIE

SNELHEID

SHARING

24/7

BEDRIJFSACCOUNT

TWITTER

YOUTUBE

MEDEWERKERS

LINKEDIN

FACEBOOK

DE BAAS

CAPACITEIT

OVERTUIGINGSKRACHT

ECHT DOEN



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:

TECHNOLOGIE
KERNVRAAG: **WAAROM** WAARDEN

MONITOREN
KERNVRAAG: **WAT** REPUTATIE
WEBCARE
CONTENTCREATE
SHARING

PRIORITEITEN
KERNVRAAG: **WANNEER**
SNEAKPEEK
24/7

BEDRIJFSACCOUNT
KERNVRAAG: **WIE** MEDEWERKERS
DE BAAS

TWITTER
KERNVRAAG: **WAAR** YOUTUBE
LINKEDIN
FACEBOOK

CAPACITEIT
KERNVRAAG: **HOE** ECHT DOEN
OVERTUIGINGSKRAFT



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

SOCIAL STRATEGY CANVAS



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



VERANTWOORDELIJKHEDEN

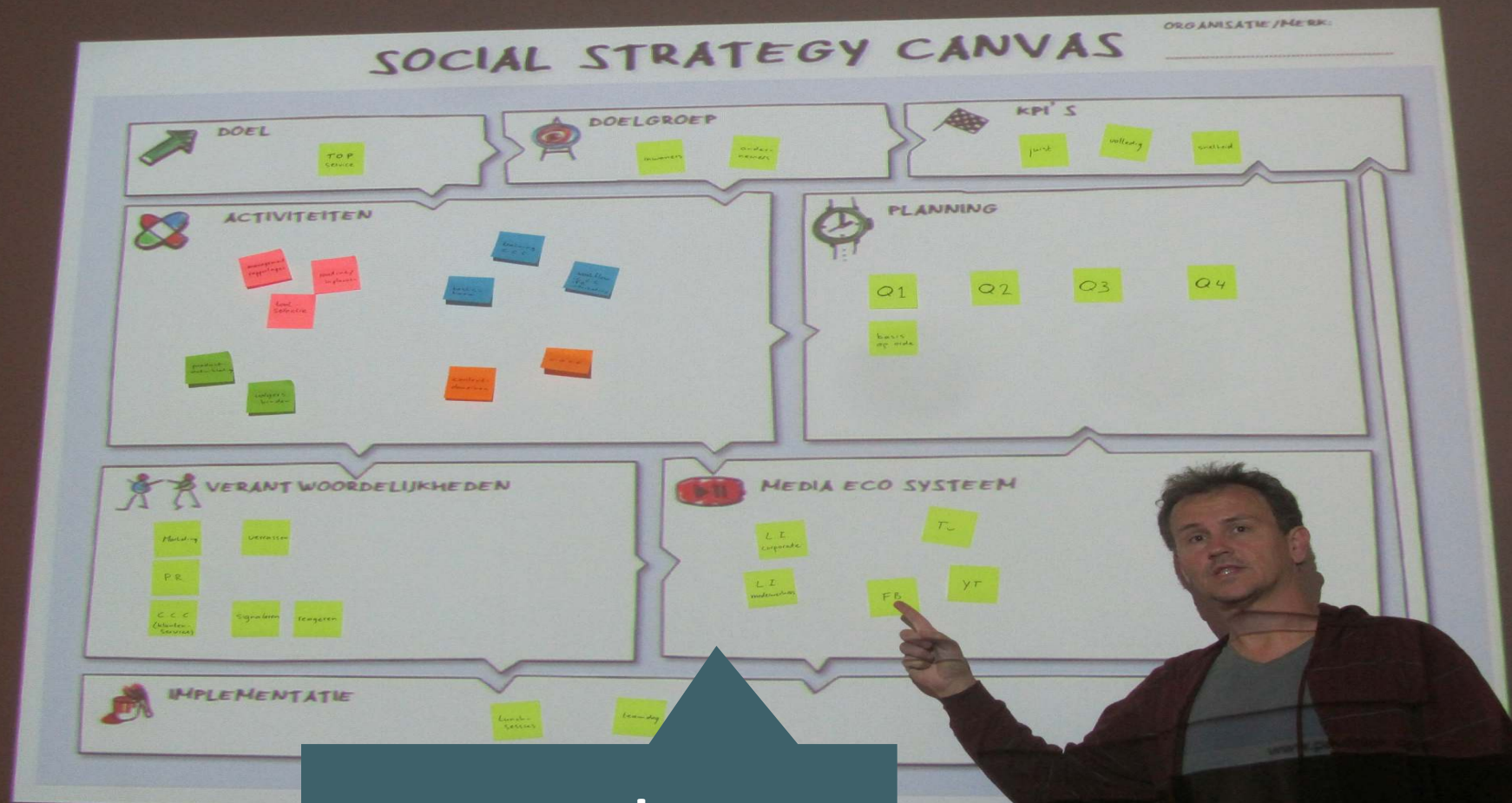
ontwerpen



IMPLEMENTATIE







presenteren



WAAROM?



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:

 DOEL	 DOELGROEP	 KPI'S
 ACTIVITEITEN	 PLANNING	
 VERANTWOORDELIJKHEDEN	 MEDIA ECO SYSTEEM	
 IMPLEMENTATIE		

SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL

a) CONTEXT

b) ORGANISATIEDOELEN

c) LEREN













YAN02_CWA http://www.gmtoday.com/slide_shows/2012/cat_news/ryan_norflash/index.html









SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN

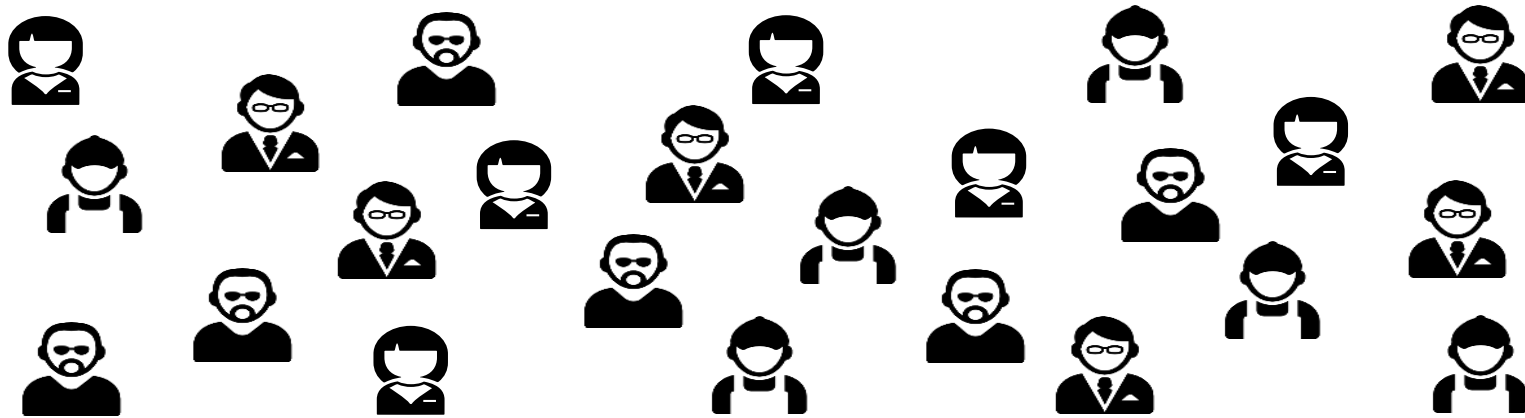


MEDIA ECO SYSTEEM

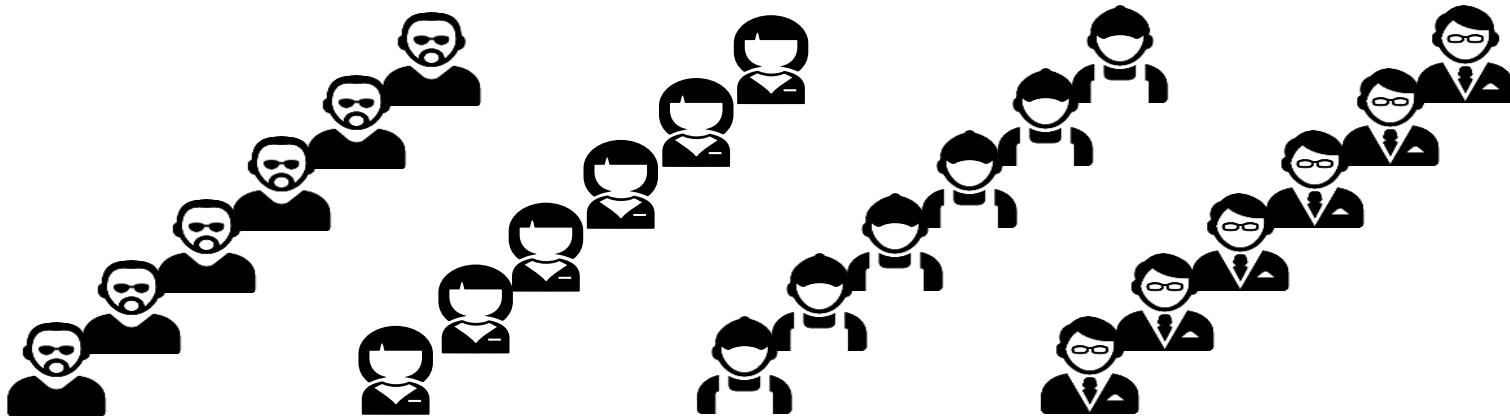


IMPLEMENTATIE

ooit

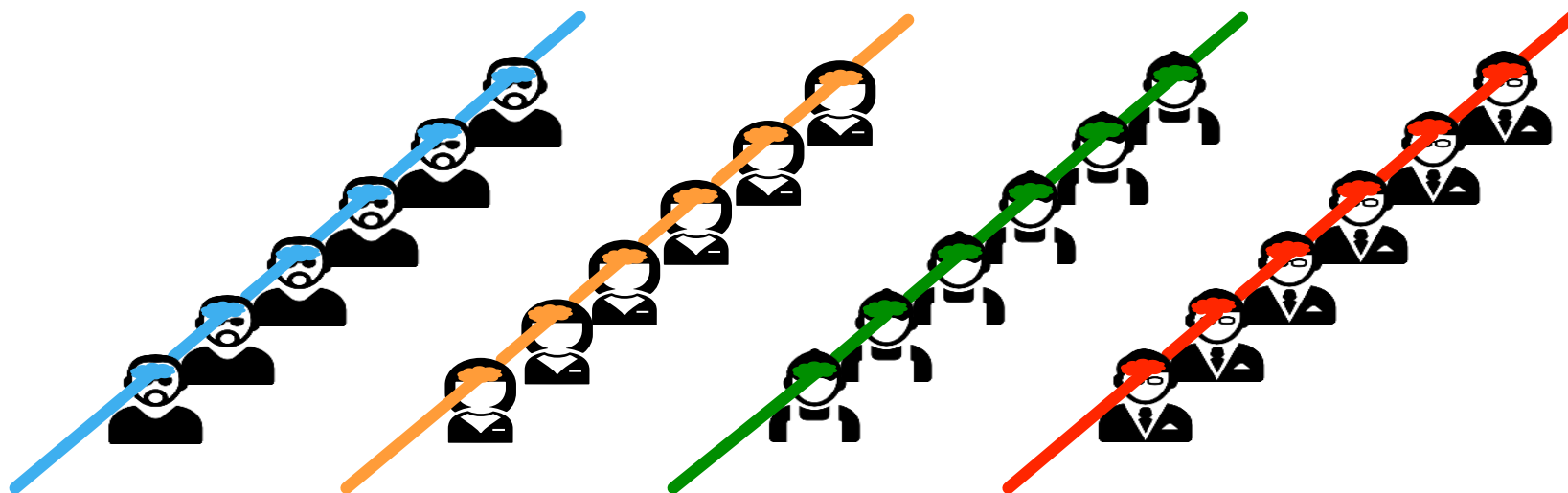


toen

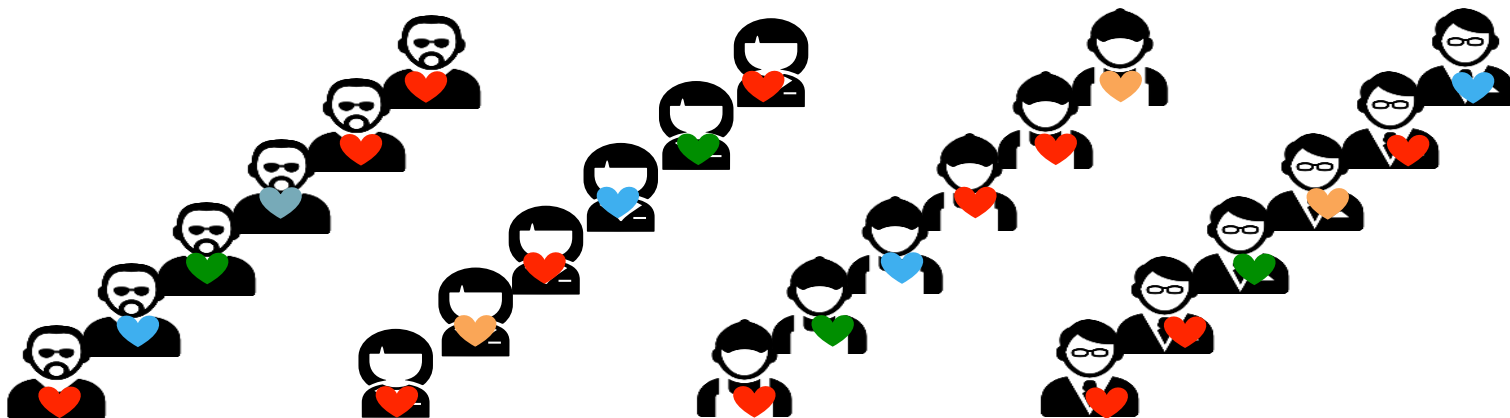




toen



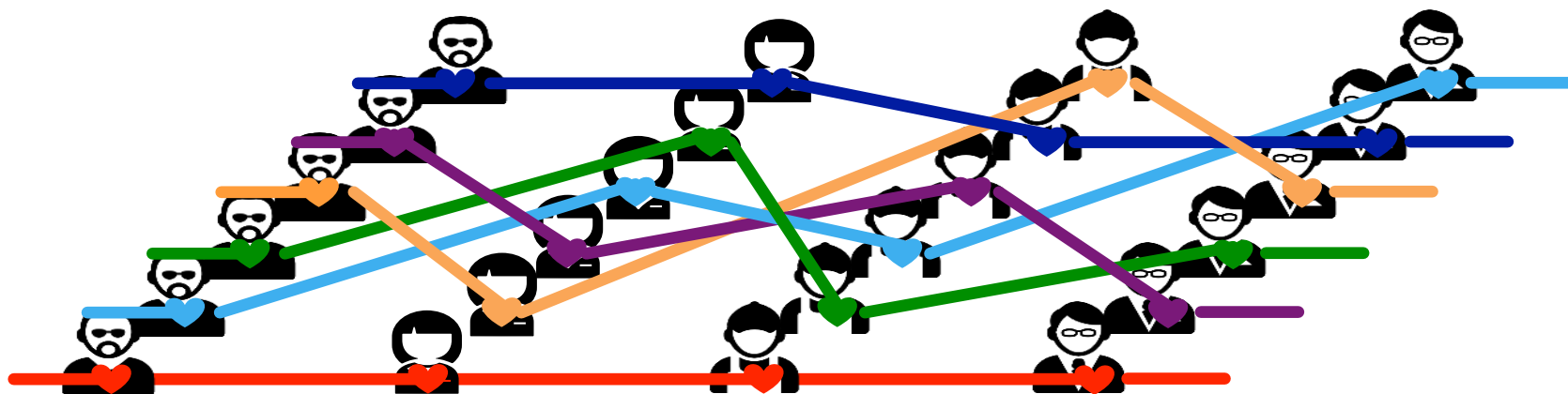
nu



nu



nu



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

SOME “SOCIAL” METRICS

- # Video Views
- % YouTube Favorites
- % YouTube channel subscribers
- % YouTube Video Plays
- # of YouTube Channel Comments
- # of YouTube video reviews
- # slideshare views
- # delicious bookmarks
- # diggs
- # of Blog Mentions
- # of Forum mentions
- # of Facebook mentions
- # of Twitter mentions
- # @mentions
- # of reviews mentions
- # of comments
- Positive : Negative Mentions for any channel
- # Twitter followers
- Twitter Follower-Rate
- # reviews
- # stars in reviews
- Thread size
- Unique contributors
- Unique commenters
- # Facebook fan pages
- # Facebook fans
- Facebook Fan Rate
- Facebook Likes
- Email Open Rate
- Email Click Rate
- Email Forward rate
- Email opt-out rate
- # of Email subscribers
- # of SMS subscribers
- Clicks/ CTR
- Impressions
- Traffic
- Reach
- Registration
- Opt-in
- Page views
- Visit/session length (% site visits > 60 secs)
- Click path analysis
- Eye tracking studies
- #/% Downloads
- Changes in SERP results/ rankings
- Earned/ Owned traffic
- Inbound links

<http://www.slideshare.net/margaretfrancis/web-20-sf-2011-metrics>



Assembling Metrics into KPIs (Courtesy of Edelman)

Measurement	Attention	Engagement	Authority	Influence	Sentiment
Facebook	- Unique Visits - Impressions - Page Views - Media Consumption	- Total Interactions - Fan Photos/Videos - Post Quality	External Links to Content & Discussion	- Total "Likes" - Subscribed "Likes" - Audience Profile as Reflection of Target	- On-Message - Positive/Negative/Neutral - Change Over Time
Twitter	Total Followers	- Retweets - Direct Messages @Replies - Shared Content	- Inbound Links - External Coverage	- Extended Network/Influence of Followers - Follower Profile as Reflection of Target	- On-Message - Positive/Negative/Neutral - Change Over Time
YouTube	- Views - Subscribers	- Likes/Dislikes - Comments - Favorites/Replies	- Inbound Links - External Coverage	- Subscribers - Demographic Insights - Audience Profile	- On-Message - Positive/Negative/Neutral - Change Over Time
Blogger Engagement	Share of Voice	# of Comments Relative to Audience Size	- Inbound Links - Subscribers - External Coverage	Audience Profile as Reflection of Target	- On-Message - Positive/Negative/Neutral - Change Over Time
Foursquare/Geolocation	# of Unique Visitor Check-ins	# of Repeat Check-Ins	# of Check-ins broadcast to Twitter or Facebook	Audience Profile as Reflection of Target	Positive/Negative/Neutral Commentary w/ Check-ins
Search	- Traffic to Site - Unique Visitors	# Page Views (Overall) # Page Views/User - Time Spent on Site	Inbound links	Profile of Visitors as Reflection of Target	Most Popular Search Terms
Overall	Total Media Consumption	Total Interactions	Total Trackbacks & Coverage of Activities	- Total Ongoing Engaged Subscribers to Content/Community - Community Crossover	- Overall Sentiment - Total Shift in Sentiment

<http://www.slideshare.net/margaretfrancis/web-20-sf-2011-metrics>



25 Non-Financial Benefits of Business Blogging

- Create a database of answers** — Blog about customer questions. Use links to those posts to save time and answer future questions.
- Reward employees** — Shine a spotlight on brilliant employees by featuring their ideas and accomplishments on your blog.
- Marketing integration** — Turn content from your blog into sales and marketing materials.
- SEO** — Having an active, relevant blog can have a powerful impact on search engine ranking.
- Point of differentiation** — If your competitors don't blog, is this an opportunity to stand out in your niche?
- Solidify POV** — The act of blogging forces you to be clear on your company's position on issues.
- Re-purpose the content** — Your blog content can be cost-effectively re-purposed for newsletters, eBooks and other publications.
- Humanize your brand** — There is probably no more powerful and cost-effective way to show the “soft” side of your business than storytelling through a blog.
- Sign of activity** — A current blog confirms that your website is updated and relevant.
- PR** — Tweets and Facebook status updates probably aren't going to attract the attention of reporters. Helpful blog posts will.
- Internal communications** — Don't forget about the impact blogs have on your internal audience.
- Customer engagement** — Creating a dialogue with your customers can lead to powerful business benefits. Why not have customers contribute posts?
- Solve problems** — Some companies like [Caterpillar](#) are using blogs to crowd-source technical problem solving.
- New product development ideas** — A hot trend is using the blog platform to deliver new product and service ideas.
- Voice of authority** — Is your company the industry leader? What better way to demonstrate that than a voice of leadership on your blog?
- Market segmentation** — Many companies (especially in high tech) have multiple blogs to reach customers by different interest, demographic or geography.
- Identify advocates** — Blog readers may be among your brand's most powerful fans.
- Constant customer connection** — Calling on customers is expensive. But a blog post can be a little “sales call” every week.
- Test ideas** — Need to take a position? Why not test it with the blog community first?
- Assemble chapters for a book** — Many companies piece together blog posts to create larger publications.
- Research** — Throw a question out there and use your blog as a cost-effective and rapid way to get feedback.
- Networking** — Blog connections have led to finding interns, suppliers and partners for my business.
- Establish emotional connection** — Blogging's ability to connect through a story is powerful — especially for non-profits.
- Social Proof** — Simply having a blog sends a message that your company “gets” social media.
- Crisis management** — If you have a blog, you don't have to rely on the press to get the story straight. Your blog can put the facts out there.

<http://www.businessesgrow.com/2012/02/07/25-non-financial-benefits-of-business-blogging/>



WAT?



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



ACTIVITEITEN

PLUK DE COMMUNICATIEROOS



SOCIAL MEDIA ACTIVITEITEN

MARKTONTWIKKELING

VERBETEREN
DIENSTVERLENING

KLANTERVARINGEN

CRISISCOMMUNICATIE

KOOPSIGNALEN

BELEID

WEBCARE

SELECTEREN TOOLS

BETREKKEN VAN ANDERE AFDELINGEN

KENNISONTWIKKELING

IDEEEN VRAGEN

TRANSPARANTIE

DISCUSSIES STARTEN

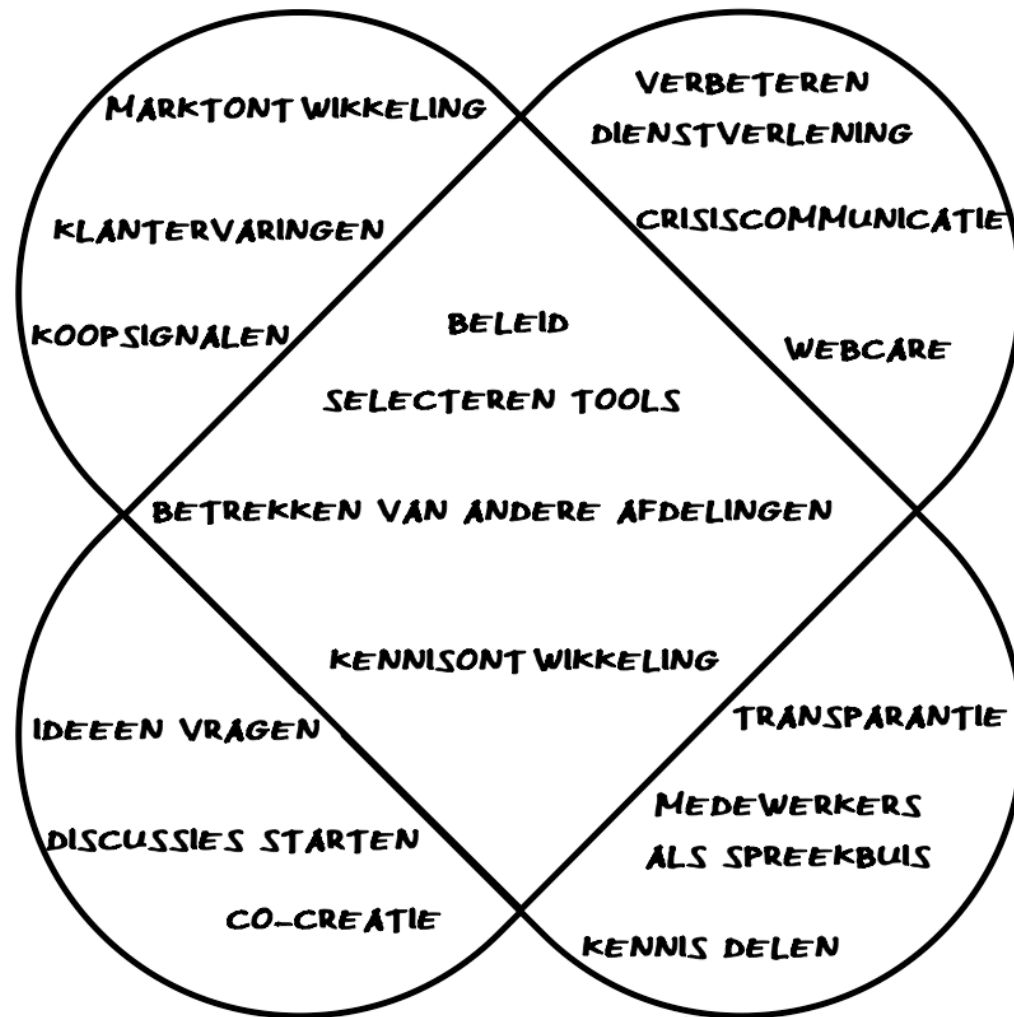
MEDEWERKERS
ALS SPREEKBUIS

CO-CREATIE

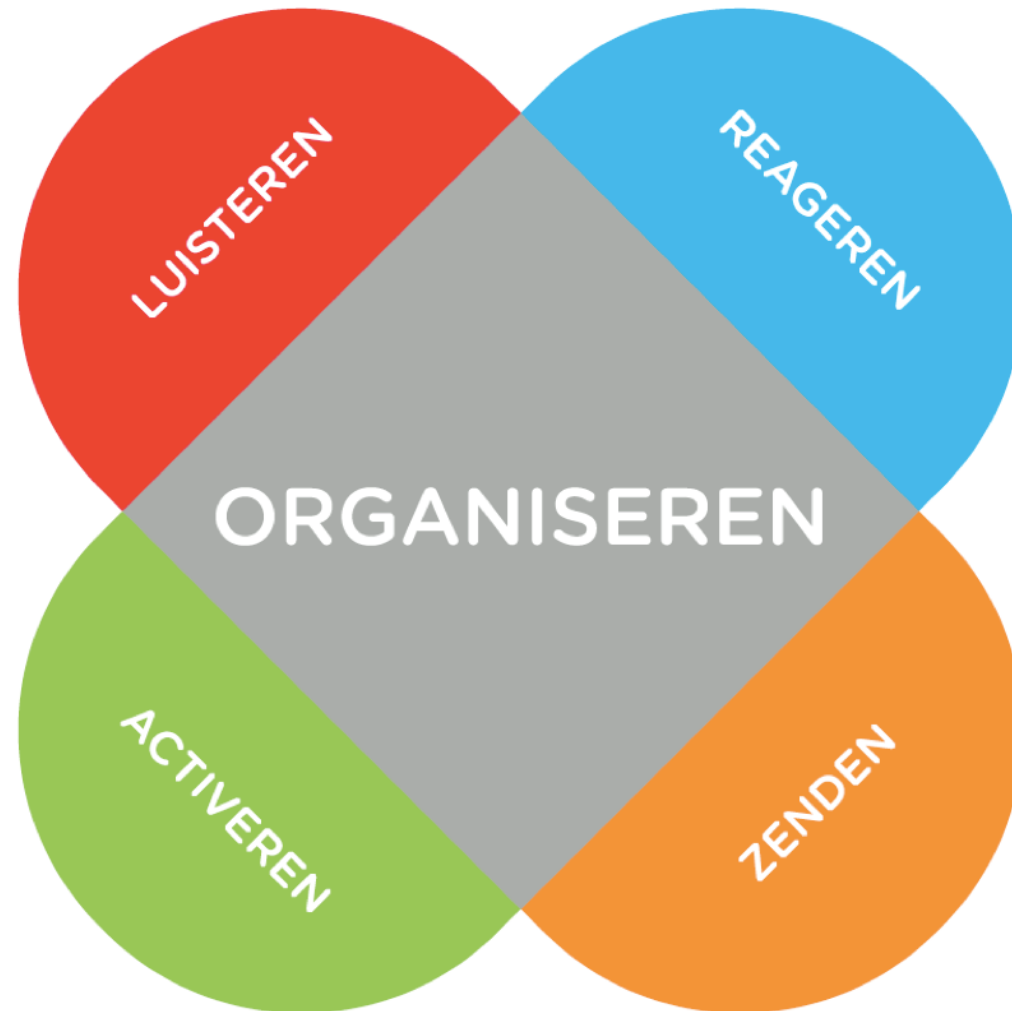
KENNIS DELEN



ACTIVITEITEN GEORDEND

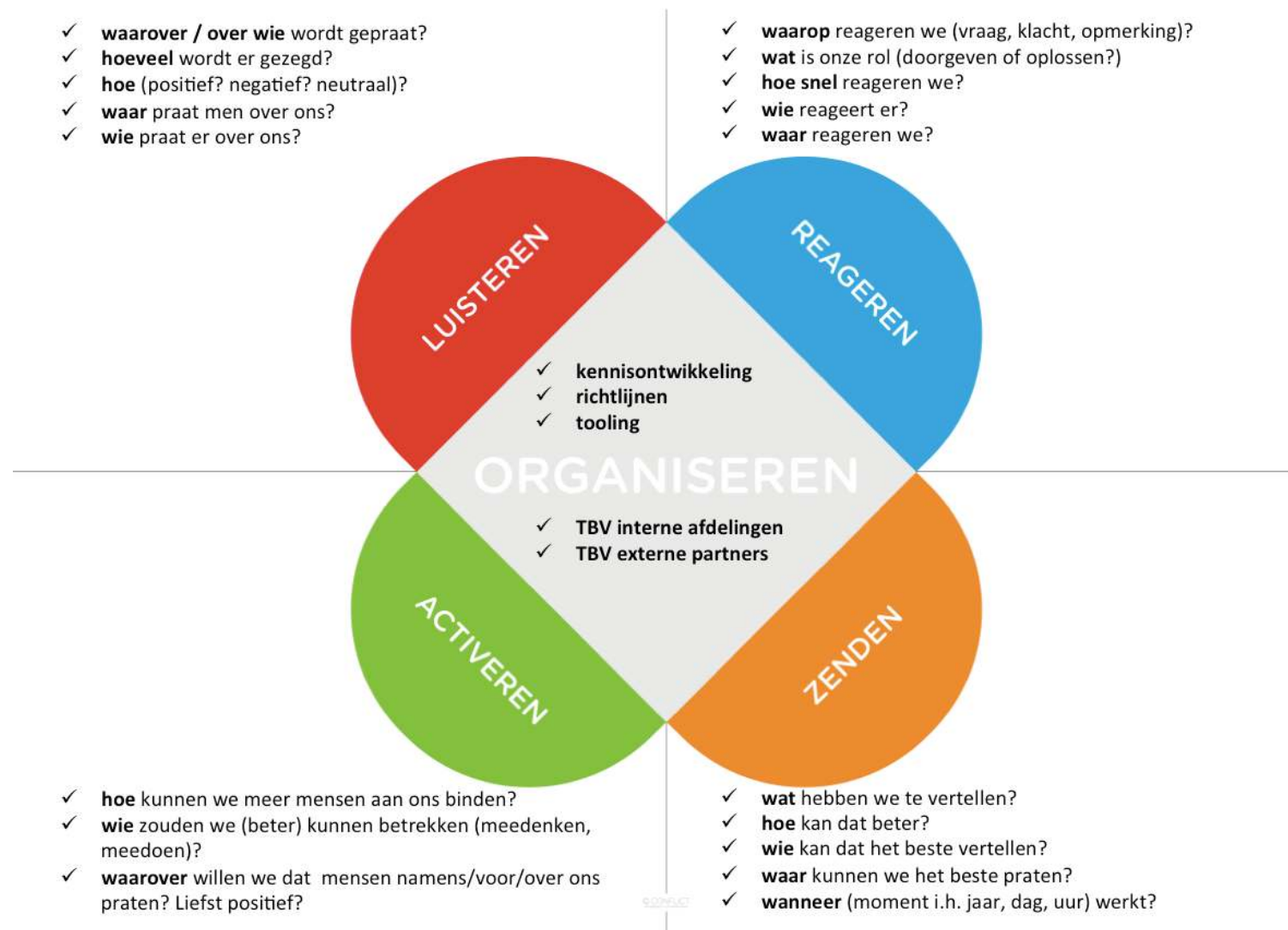


DE COMMUNICATIEROOS



communicatieroos.nl





The logo consists of a red circle on the left and a grey triangle on the right. The circle and triangle overlap, with the circle's right edge cutting into the triangle. The word 'LUISTEREN' is written in white, uppercase, sans-serif font, slanted upwards from left to right, positioned within the red circle. The word 'ORGANIS' is written in white, uppercase, sans-serif font, positioned at the bottom of the grey triangle, partially overlapping the circle's edge.

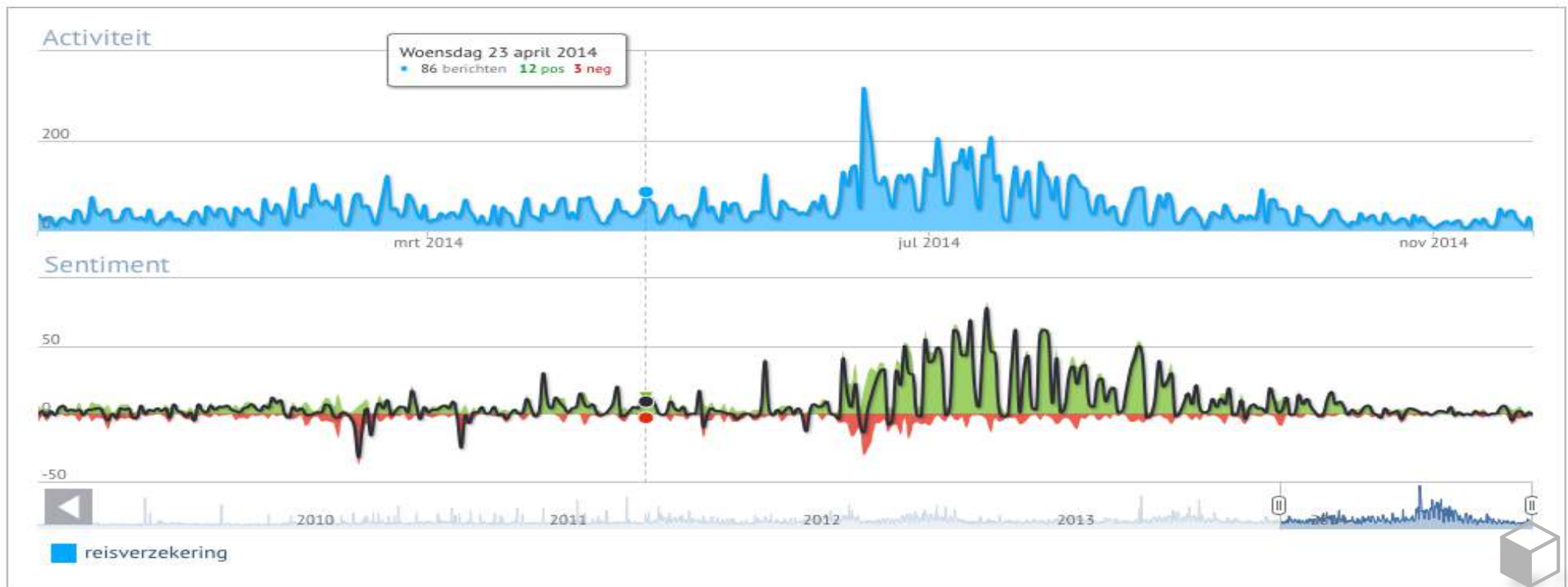
LUISTEREN

ORGANIS

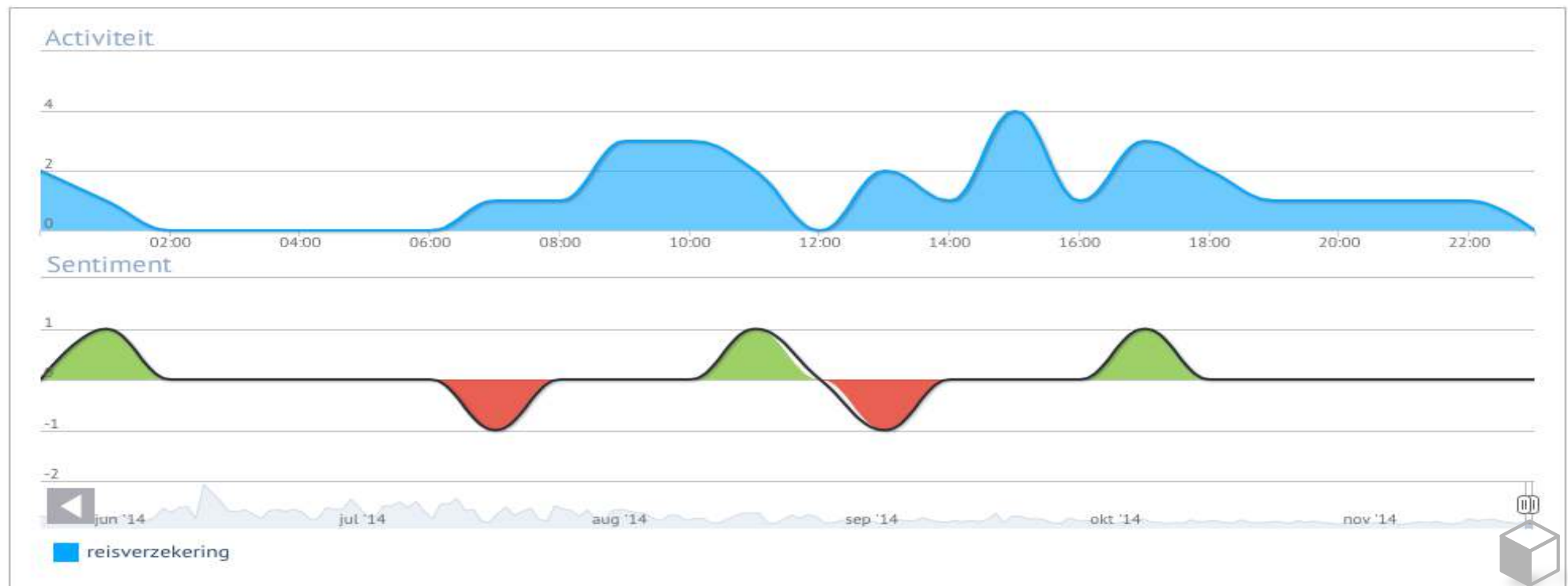
CASE:
REISVERZEKERING



afgelopen jaar: 18.844 berichten met het woord
'reisverzekering' (gemiddeld 52 per dag)



zomaar een dag (maandag 24 november 2014):
30 berichten



zomaar een dag (maandag 24 november 2014):
30 berichten

Bronnen

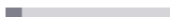


☐ Type bronnen			Berichten	
☐ 1.	Twitter	 	11	
☐ 2.	Facebook	 	9	
☐ 3.	Blog	 	6	
☐ 4.	Forum	 	4	



☐ Website			Bereik	Berichten
☐ 1.	www.nikon-club-nederland.nl	 		3
☐ 2.	www.facebook.com/zilverenkruis	 		3
☐ 3.	twitter.com/_misxml	 		2
☐ 4.	twitter.com/Zeker	 		2
☐ 5.	twitter.com/VerzNieuws	 		2
☐ 6.	zeker.com	 		1
☐ 7.	www.women-online.nl	 		1
☐ 8.	www.mytraveljournal.nl	 		1
☐ 9.	www.facebook.com/diederick.kraaijeveld	 		1
☐ 10.	www.facebook.com/INGnl	 		1
☐ 11.	www.facebook.com/683797425041169	 		1
☐ 12.	www.facebook.com/582162888521270	 		1
☐ 13.	www.facebook.com/126303697576727	 		1
☐ 14.	www.facebook.com/109851489052244	 		1
☐ 15.	twitter.com/remcodv	 		1
☐ 16.	twitter.com/reisverzblog	 		1
☐ 17.	twitter.com/Zichtadviseurs	 		1
☐ 18.	twitter.com/LindaBoxem	 		1
☐ 19.	twitter.com/Dealplek	 		1
☐ 20.	news.warakasu.com	 		1
☐ 21.	isdzambiamanon.waarbenjij.nu	 		1
☐ 22.	forum.independer.nl	 		1
☐ 23.	bertrotterdam.wordpress.com	 		1



☐ Website	Bereik	Berichten
☐ 1. www.nikon-club-nederland.nl		3
☐ 2. www.facebook.com/zilverenkruis		3

☒ 1. www.nikon-club-nederland.nl	 
☐ 2. www.facebook.com/zilverenkruis	 
☐ 3. twitter.com/_missml	 
☐ 4. twitter.com/Zeker	 
☐ 5. twitter.com/VerzNieuws	 
☐ 6. zeker.com	 
☐ 7. www.women-online.nl	 
☐ 8. www.mytraveljournal.nl	 
☐ 9. www.facebook.com/diederick.kraaije	 
☐ 10. www.facebook.com/INGnl	 
☐ 22. forum.independer.nl	   1
☐ 23. bertrotterdam.wordpress.com	   1



Willem, Een belangrijke factor is het soort verzekering. De meeste inboedel en/of **reisverzekering** hanteert graag een rappe afschrijving. Een zgn instrumenten-verzekering rekent vaak anders (ook aan de premie-kant). Ik zou beginnne met enge marktplaats-advertenties voor een gebruikte 24-70 te verzamelen, als argument voor de waarde. Groeten, Gijs

Bereik:  <http://www.nikon-club-nederland.nl/forum/viewtopic.php?f=23&t=58502&st...>  Cache

Als het moet ga ik er ook mijn rechts bij stand op zetten maar liever niet ivm alle ellende er om heen. Welke winkel je ook heen gaat nergens vallen lenzen onder accessoires en dat kan dus ook niet bij een verzekering. Ik heb al de beste **reisverzekering** die ze aan konden bieden zonder eigen risico. en dat een product word af geschreven snap ik ook wel, maar een bedrag uit keren die op een derde van de dag waarde ligt bijna schandalig te noemen.

Bereik:  <http://www.nikon-club-nederland.nl/forum/viewtopic.php?f=23&t=58502&st...>  Cache

Beste Willem, Sterkte met de strijd. Note: in een grijs verleden heb ik wel eens een verzekeringspolis gezien waarbij krassen in glas en deuken in vatitngen niet als schade werden gezien. Je voelt al wat ik met die aanbieding heb gedaan. Groeten, Gijs

Bereik:  <http://www.nikon-club-nederland.nl/forum/viewtopic.php?f=23&t=58502&st...>  Cache

Logischerwijs zou juist MINDER op objectieven moeten worden afgeschreven dan op bodies. Maar ja, wat heb je eraan... Ik heb voor dit soort zaken een verzekering speciaal voor mijn camera-spullen. Via NCN, natuurlijk. Ik hoop op een betere afloop voor je!



zomaar een dag (maandag 24 november 2014):
30 berichten

bezoek willem avond
groep kerk afschrijving herfst
zilveren kruis waarde temperatuur
onderzoek van de anwb afspraak welke reisverzekering regen
zaterdagavond laptop



zomaar een dag (maandag 24 november 2014):
30 berichten

bezoek willem avond
groep kerk afschrijving herfst
zilveren kruis waarde temperatuur
onderzoek van de anwb afspraak
welke reisverzekering regen
zaterdagavond laptop



134 volgers - 1.7 invloed

@ingnl Waar op de website kan ik zien welke reisverzekering ik heb?

Bereik: ■  <https://twitter.com/ingnl/status/536885766463684608>

ingnl 65.158 volgers - 31.3 invloed

■ ik verzeker je dat dit staat in Mijn ING bij Mijn verzekeringen. Laat je het weten als de huidige niet past bij je reis? ^Frederike

Bereik: ■  <https://twitter.com/ingnl/status/536898000942268417>

133 volgers - 1.9 invloed

@ingnl K kan het niet vinden? Het gaat om reisverzekering...

Bereik: ■  <https://twitter.com/ingnl/status/536936378152779777>

ingnl 65.180 volgers - 31.9 invloed

■ dat is vreemd ■. Wil je contact opnemen met onze Klantenservice op 020 22 888 88? Mijn collega helpt je dan verder :) ^Orkun

Bereik: ■  <https://twitter.com/ingnl/status/536939066525511680>



Website			Bereik	Berichten ▼	
☐	1.	apiedapie.com			93
☐	2.	www.effectory.nl			35
☐	3.	open.navigators.kluwer.nl			32
☐	4.	secretaryplus.wordpress.com			25
☐	5.	indisch4ever.nu			23
☐	6.	ejbron.wordpress.com			23
☐	7.	www.dagelijksestandaard.nl			15
☐	8.	primatch.wordpress.com			15
☐	9.	www.bd.nl			14
☐	10.	www.emerce.nl			13



Auteurs



☐ Auteur	Berichten ▼	Retweets & reacties	Volgers	Invloed
☐ 1. 247hrm.nl HR nieuws voor u verzameld.	477	0 ×	×	
☐ 2. Choizzes_NL	397	322	569	16,1
☐ 3. digitalejobs	328	0	1.624	1,5
☐ 4. MeteoKrommenie	323	1	264	1,0
☐ 5. HRbaan	167	64	7.320	2,5
☐ 6. vacaturestream1	146	26	3.296	1,4
☐ 7. AllesoverHR	139	41	3.298	1,9
☐ 8. HRpraktijkNU	132	66	5.040	3,0
☐ 9. HRtoptalent	125	122	2.049	5,7
☐ 10. MrWorkNL	120	74	12.665	7,6





REAGEREN

ORGANISEREN



hoe snel?

welke toon?

hoeveel service?

hoe persoonlijk?

hoe oprecht?

hoeveel service?

eh... hoe persoonlijk?

welke toon?



GESLOTEN > OPEN > GESLOTEN





Gemeente Castricum
@Castricum_NL



 **Follow**

Onze toppers op het call center zijn
vanmorgen gestart met WhatsAppen! Vragen
over groen, huwelijk en belastingen

 [View translation](#)



RETWEETS
4

FAVORITE
1



12:23 PM - 9 Feb 2015



SANISEREN

ZENDEN



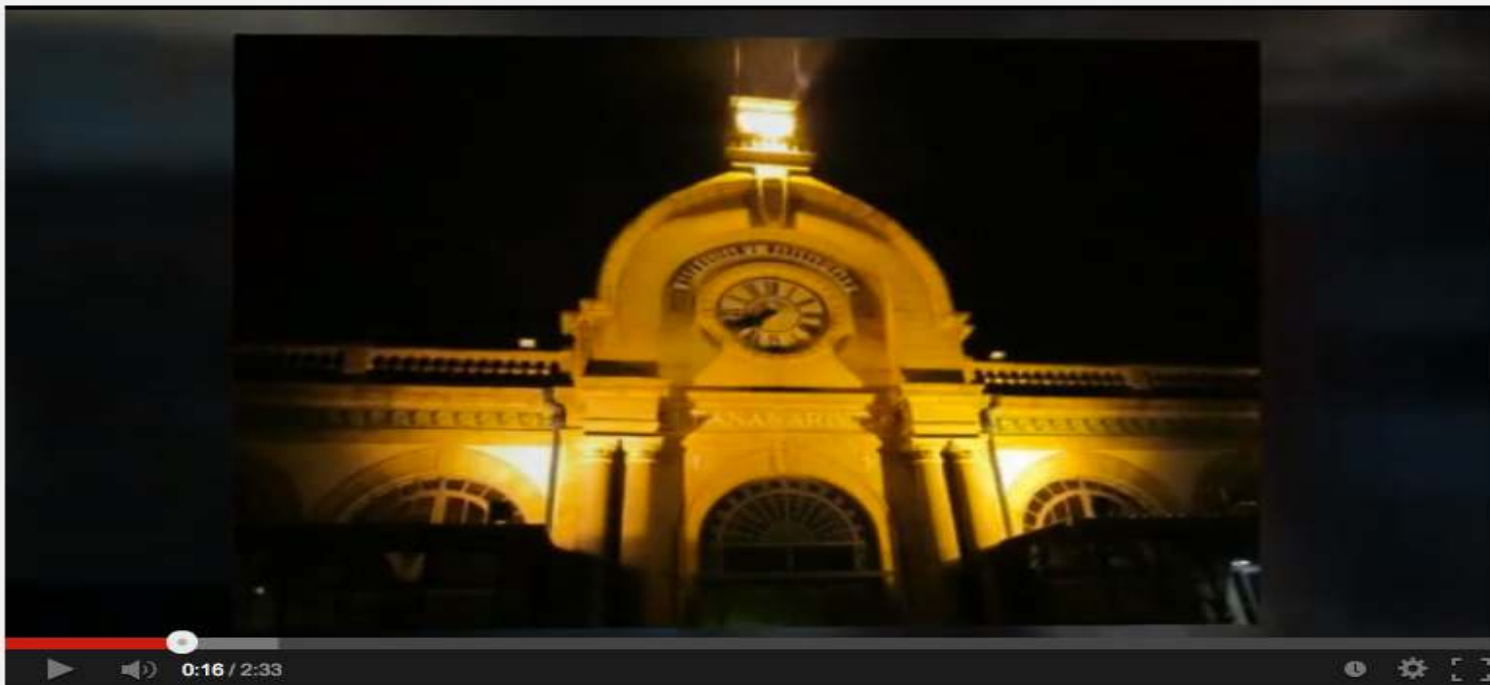
“Our two day tours offer great views, unexpected encounters with rare animals”



“Our two day tours offer great views, unexpected encounters with rare animals”

vs





Tweedaagse Tour op Madagaskar



paulblok · 59 video's

 **Abonneren**

14

64 weergaven

 3  0

<http://youtu.be/zmXKFrtnw8c>





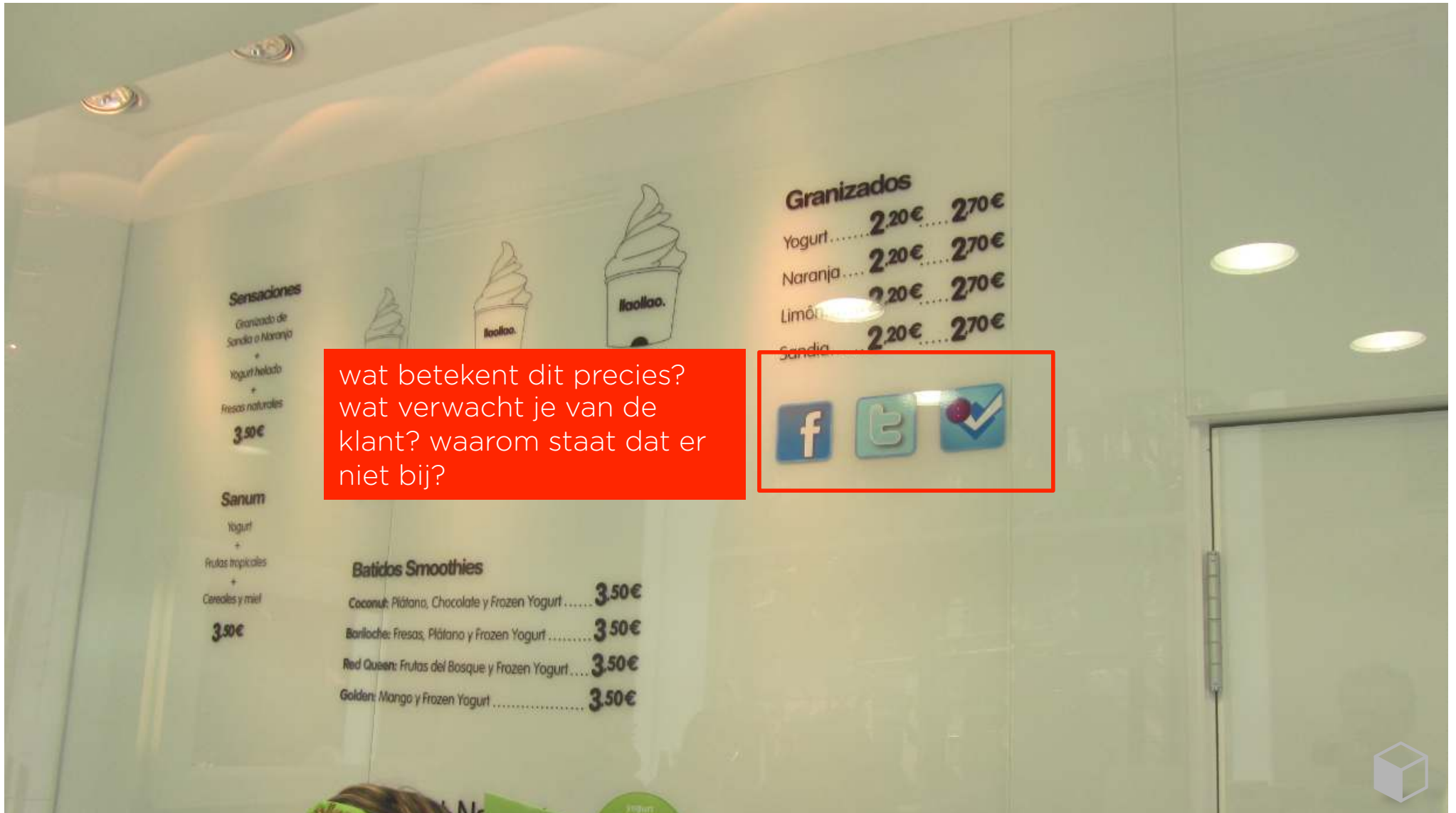
C.O.P.E. (CREATE ONCE, PUBLISH EVERYWHERE)





ORGANIS

ACTIVEREN





<http://t.co/05C4FMCIMp>
#arnhem #nieuws #gemeenteamnhem

[Lees alle tweets](#)

Bezoek de stad

- > Attracties
- > Groen in Arnhem
- > Reis en verblijf

Digitaal loket

- > Afspraak maken
- > Op reis
- > WMO voorzieningen

Contact

0900-1809
Contactinformatie
Openingstijden

Pers

Politiek en organisatie

- > Burgemeester en wethouders
- > Gemeenteraad
- > Werken bij de gemeente Arnhem

wat betekent dit precies?
wat verwacht je van de
klant? waarom staat dat er
niet bij?

Over deze site | Klacht





Veertien vluchtelingen in laadruimte vrachtwagen Halsteren, chauffeur opgepakt voor mensensmokkel

advertentie

Communicatie Cursus

Volg nu een Cursus Communicatie. Download vandaag nog de brochure!



MEER NIEUWS

NIEUWS	APPS	TELEVISIE	RADIO	EVENEMENTEN
Overzicht	iPhone - iPad	Overzicht	Overzicht	Overzicht
West	Android-tablet	Teletekst	Frequenties	Paaspop
Midden	Android-telefoon	Televisiegids	Kris Kras	FestyLand
Noordoost	Windows Phone	Programma's	Playlist	Brabantsedag
Zuidoost	Windows app	Frequenties	Programma's	Tilburgse Kerr
112	Mijn regio iOS	Uitzending gemist	Radiogids	Marathon Eind
Sport	Mijn regio Android		Radiostreams	Boulevard
Economie			Uitzending gemist	Luchtmachtda
Show				
Video				
Foto				
Archief				
Nieuwstip				

wat betekent dit precies?
wat verwacht je van de
klant? waarom staat dat er
niet bij?



HOME OPLOSSINGEN CASES INSPIRATIE OVER

wat betekent dit precies?
wat verwacht je van de
klant? waarom staat dat er
niet bij?



LUISTE

GEREN

ORGANISEREN

ACTIVER

ENDEN

WIE?



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:

WIE TREKT DE KAR?

WIE MOET ER MEE?

WIE TREEDT ER NAAR BUITEN?



VERANTWOORDELIJKHEDEN



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:

WIE TREKT DE KAR?

WIE MOET ER MEE?

WIE TREEDT ER NAAR BUITEN?



VERANTWOORDELIJKHEDEN





Frans Kapteijns

@BoswachterFrans Oisterwijk, Noord Brabant
Werkzaam bij Natuurmonumenten. Contactpersoon B-team Oisterwijk. Natuurgebieden Kampina, Loonse en Drunense Duinen en de Oisterwijkse bossen en vennen.
<http://www.bteam.inoisterwijk.nl/>

✓ Following

Tweet to [@BoswachterFrans](#)

Tweets



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@jurgenvv](#) we gaan ons best doen
33 minutes ago



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@maancafe](#) niet zo'n mooi beeld! Wel in de omgeving?
33 minutes ago



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@StevenGraaf](#) jij ook een mooie dag
41 minutes ago



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@FBKtweets](#) lijkt me ook mooi. Geniet ze
42 minutes ago



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@twidatzi](#) absoluut heel mooi
42 minutes ago



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@KoenGroen](#) veel succes dan en hopelijk lost het probleem snel op
43 minutes ago



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@Lilian01234](#) hetzelfde en geniet ervan
45 minutes ago



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@trikesenbikes](#) proficiat
46 minutes ago



BoswachterFrans Frans Kapteijns
[@dy9ee8](#) goedmorgen
52 minutes ago



Bouke Arends

@StadskuddeGrunn UT: 52.707875,6.929201
Bouke is de herder van de Groninger stadsschappen. Samen met zijn honden loodst hij van april tot eind september de schaapskudde door de stad.
<http://gemeente.groningen.nl/wonen-en-leven/stadsschappen>

✓ Following

Tweet to [@StadskuddeGrunn](#)

Tweets



StadskuddeGrunn Bouke Arends
De schapen staan vandaag NW van de Zernikebrug. [#BBwerktweer!](#) ;-)
13 Oct



StadskuddeGrunn Bouke Arends
kan dus al dagen niet twitteren ivm BB-problemen. verder gaat alles goed met de schapen, honden en mijzelf. :-)
[#afkickverschijnselen](#)
12 Oct



StadskuddeGrunn Bouke Arends
Goh gespot door de staatssecretaris van infrastructuur en milieu. Weet ik dankzij [@inekevagent](#). ;-)
8 Oct



StadskuddeGrunn Bouke Arends
RT [@atsmajoop](#): Zit in hartje [#Groningen](#) en zie ineens kudde schapen met herder voorbijtrekken... [#stadsschapen?](#)
8 Oct



StadskuddeGrunn Bouke Arends
[@inekevagent](#). Geen punt volgend jaar dan maar. :-)
[#koppiethee](#).
[#meelopen](#).
8 Oct



StadskuddeGrunn Bouke Arends
Ben vandaag van Wilheminaakade naar Reitdiephaven gegaan. Ook nog een hele trip. De schapen hebben daar een groot stuk.
[#evenrust!](#) ;-)
8 Oct



resourcerer martijn aslander by StadskuddeGrunn
Denk je na jaren platteland in een stad te wonen, krijg je dit ;) [#050](#)
yfrog.com/g03yzwfj yfrog.com/kjoehgxj
8 Oct





Paul Blok @paulblok · Jun 26

Directies op social media, moet dat nou? Landals commercieel directeur @bashoogland legt het u zelf uit youtu.be/b_Bou1oR800



Bas Hoogland van Landal over Twitter

Bas Hoogland, commercieel directeur van Landal GreenParks, vertelt in een uitgebreid interview over Twitter. Hoe het begon, waar hij tegenaan liep en hoe hij...



WAAR?



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:

DENK IN MEDIA ECO SYSTEMEN



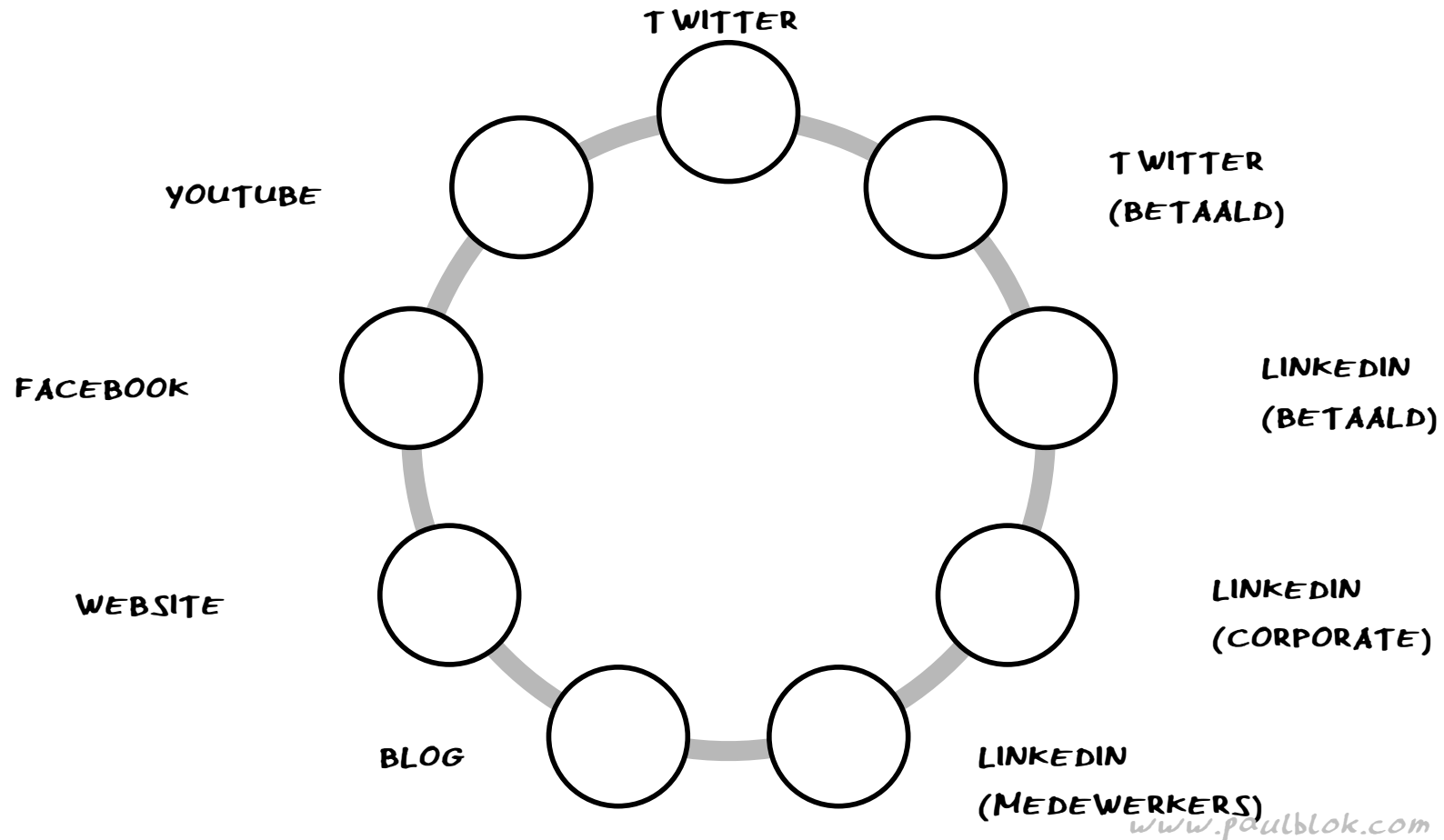
MEDIA ECO SYSTEEM



EEN
EENVOLDIG
MEDIA ECO SYSTEEM



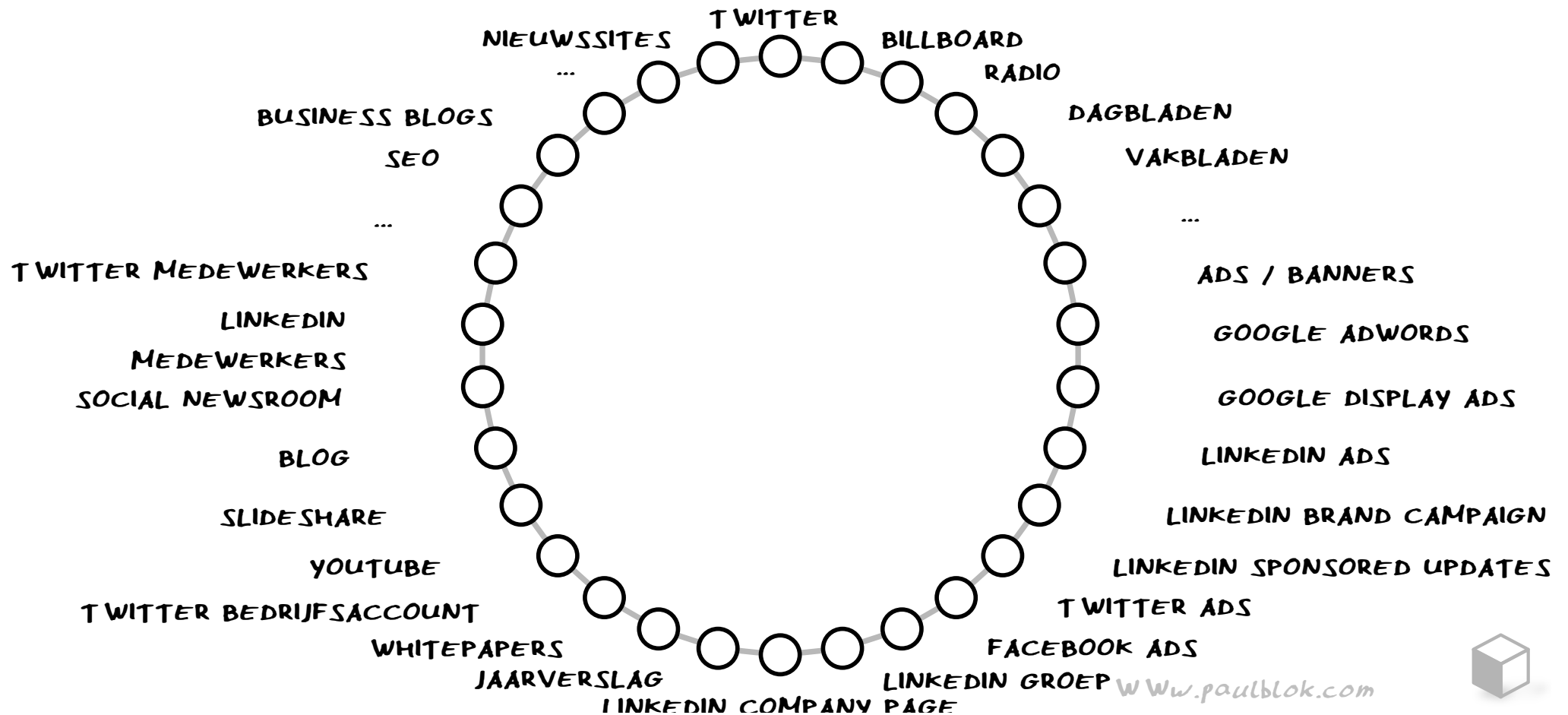
EEN EENVOUDIG MEDIA ECO SYSTEEM



EEN
COMPLEXER
MEDIA ECO SYSTEEM



EEN COMPLEXER MEDIA ECO SYSTEEM



www.paulblok.com



WANNER?



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



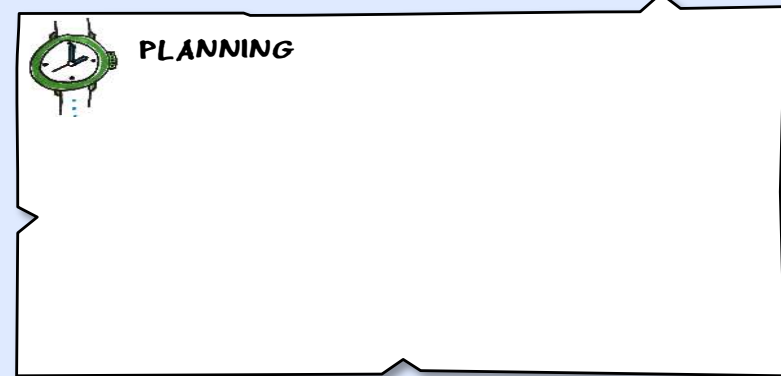
MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

SOCIAL STRATEGY CANVAS

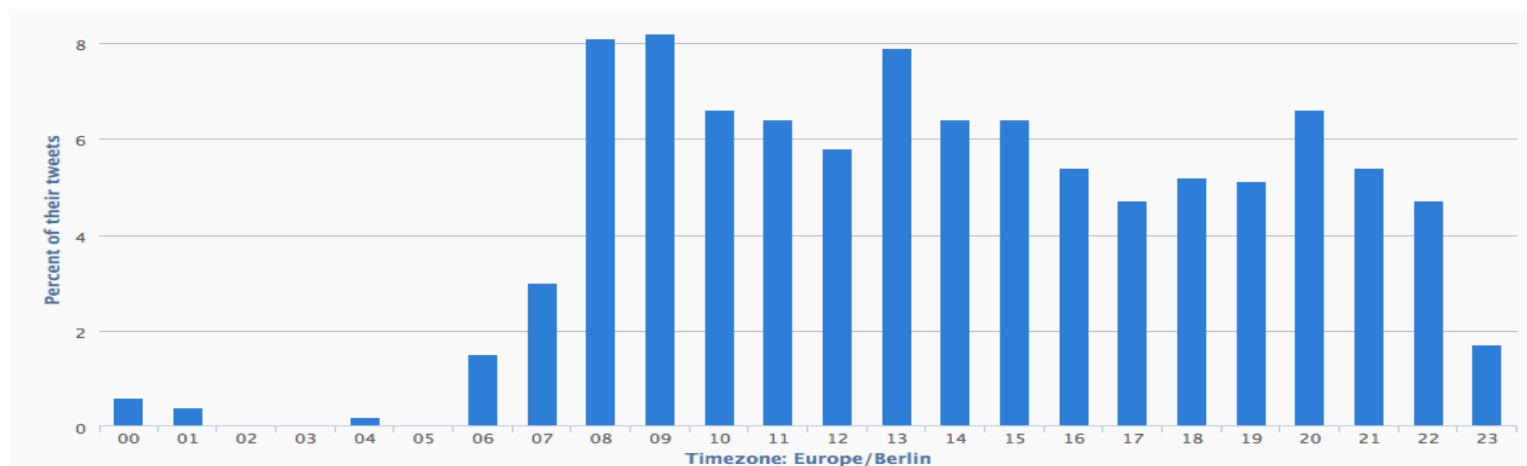
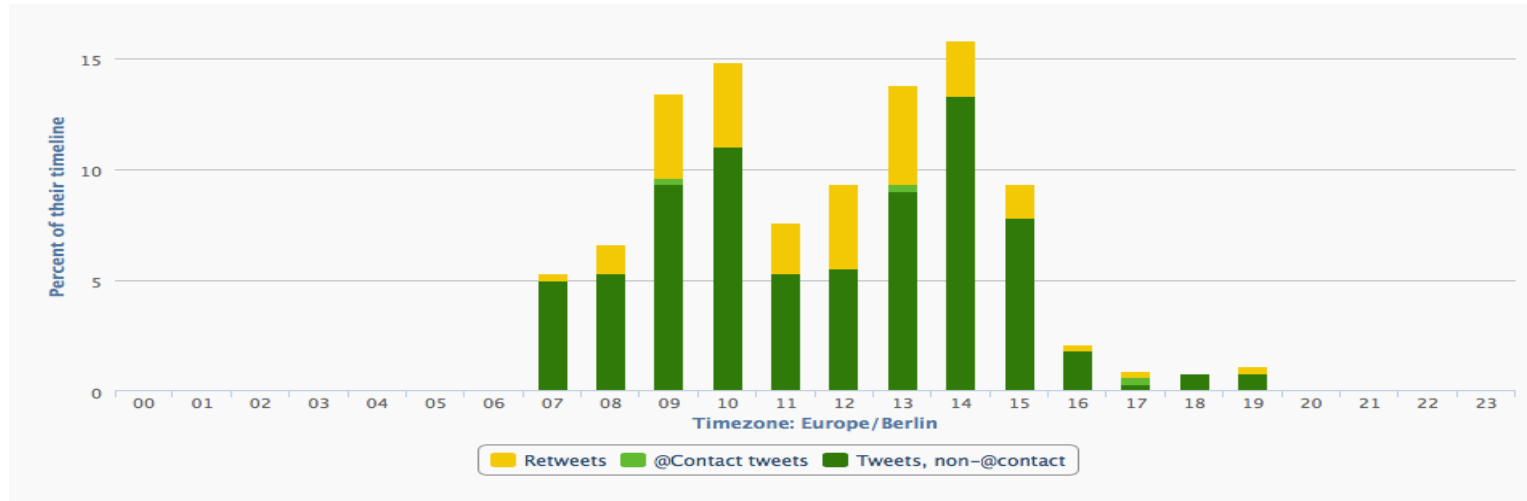
ORGANISATIE/MERK:



SOCIAL MEDIA ZIJN 24/7 BESCHIKBAAR

(UW BRIEVENBUS EN VOICEMAIL OOK)





HOE?



SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:



DOEL



DOELGROEP



KPI'S



ACTIVITEITEN



PLANNING



VERANTWOORDELIJKHEDEN



MEDIA ECO SYSTEEM



IMPLEMENTATIE

SOCIAL STRATEGY CANVAS

ORGANISATIE/MERK:

GA NIET UIT VAN JE HUIDIGE ORGANISATIE
MAAR... GA UIT VAN WAT ER NODIG IS

HANTEER DE *ONT*MARKETINGPRINCIPES



IMPLEMENTATIE



1

*BRILJANTE STRATEGIE,
MAAR... KUN JE HET UITVOEREN?*

2

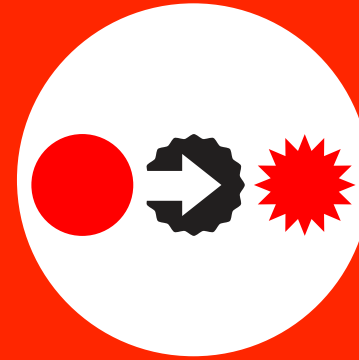
Competence Factory
15 10 2015

@paulblok

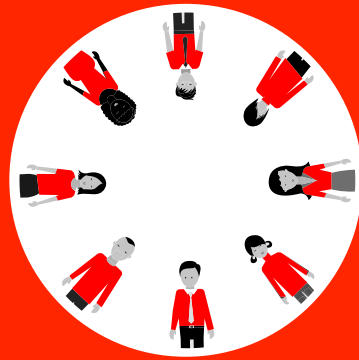




PLAN



PROCES



POLITIEK

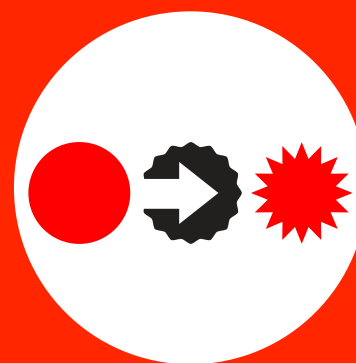


PERSOONLIJKHEID

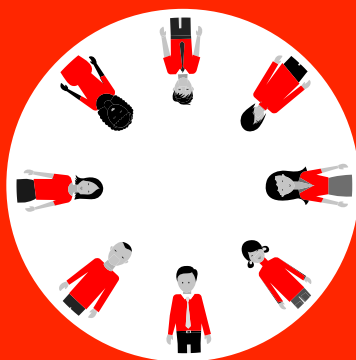




PLAN



PROCES



POLITIEK



PERSOONLIJKHEID

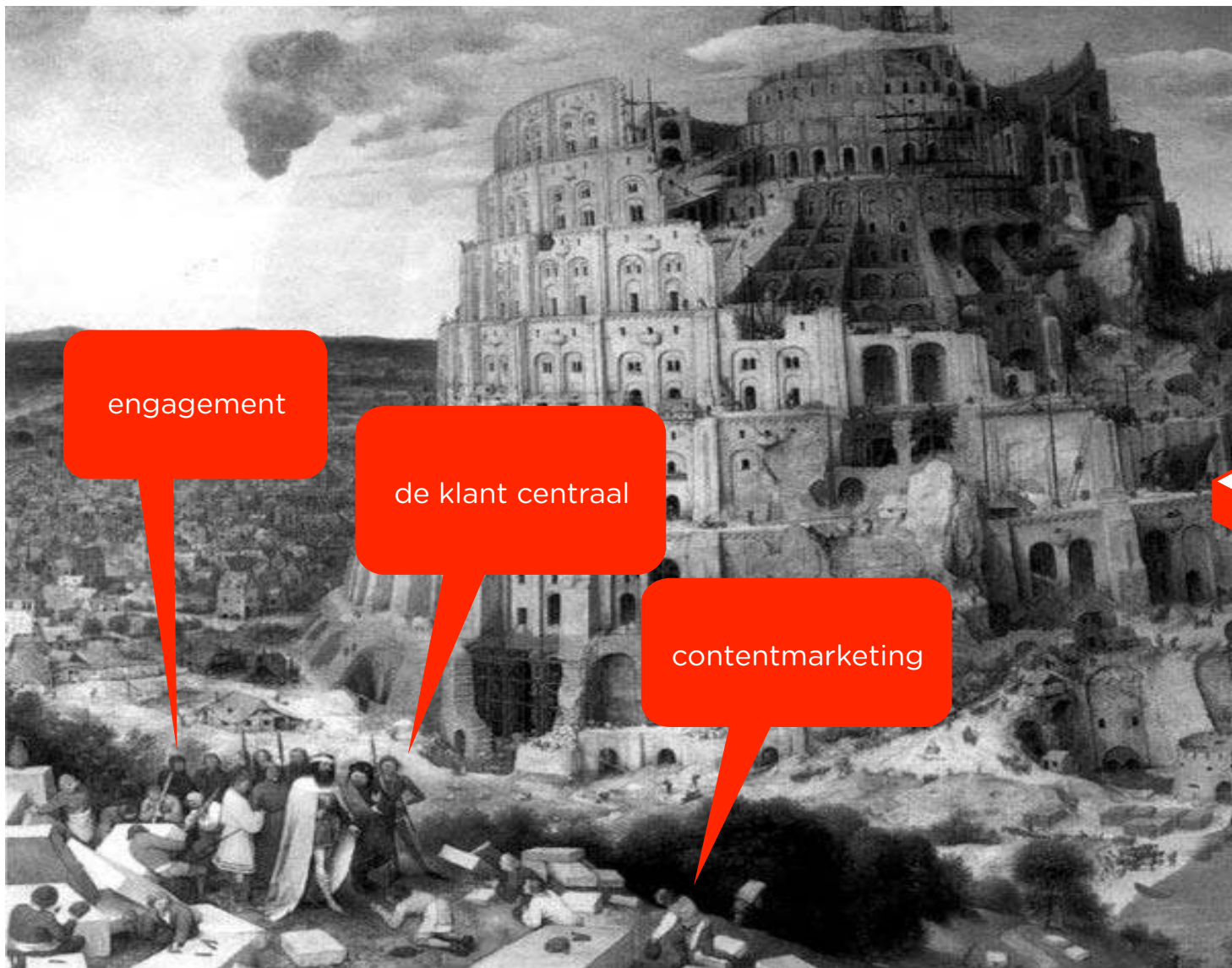




schrijf je plan zo dat
het omarmd én ook echt
uitgevoerd kan worden

PLAN





engagement

de klant centraal

contentmarketing



bestrijd
vaagtaal



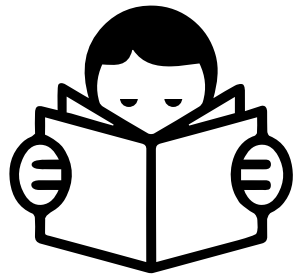
“klantcentrisch”
eeh wat?



van vaag
naar
uitvoerbaar



“klantcentrisch”
eeh wat?



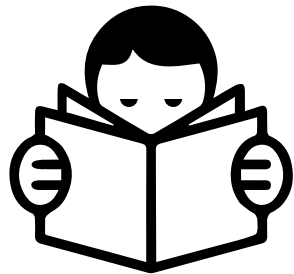
“we zetten altijd
de klant centraal”
hmm...



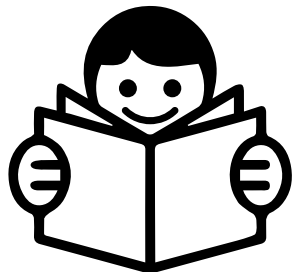
van vaag
naar
uitvoerbaar



“klantcentrisch”
eeh wat?



“we zetten altijd
de klant centraal”
hmm...



“ontneem
mensen
gedoe” ok!

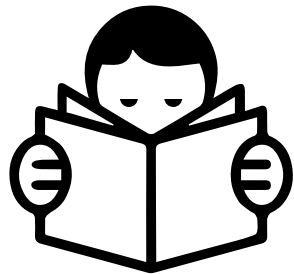


van vaag
naar
uitvoerbaar



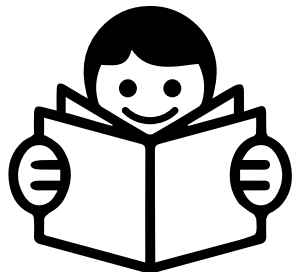
“innovatief”
eeh wat?

even oefenen



“.....”

hmm...



“.....”

ok!

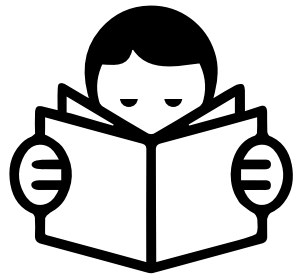


van vaag
naar
uitvoerbaar

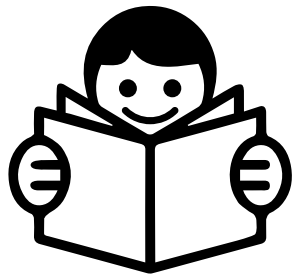


“open”
eeh wat?

even oefenen



“.....”
hmm...



“.....”
ok!



van vaag
naar
uitvoerbaar



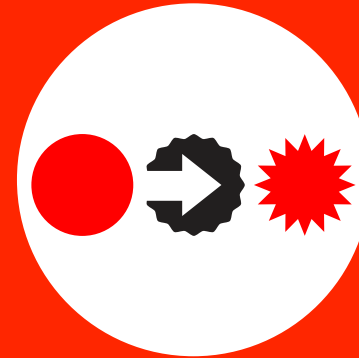
schrijf je plan zo dat
het omarmd én ook echt
uitgevoerd kan worden

PLAN

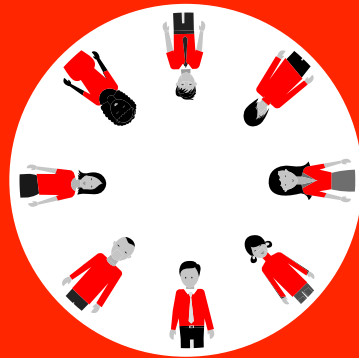




PLAN



PROCES



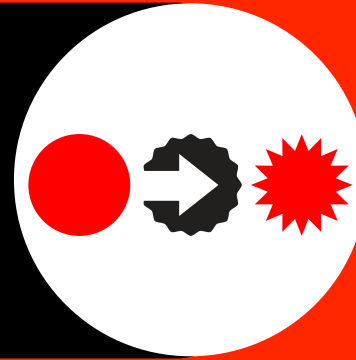
POLITIEK



PERSOONLIJKHEID



verschaf jezelf overzicht
over de te volgen route



PROCES





nieuwe uitzichten

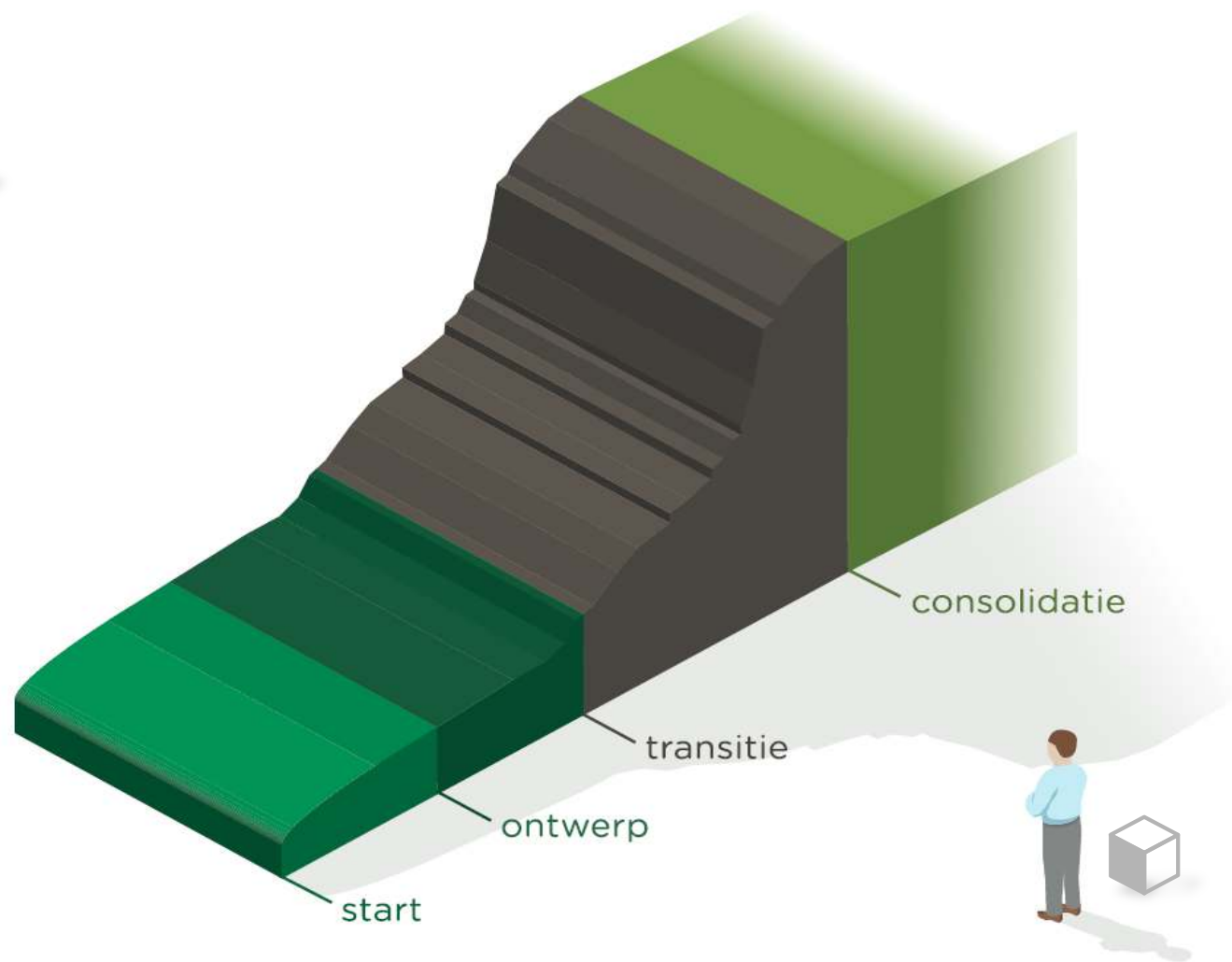
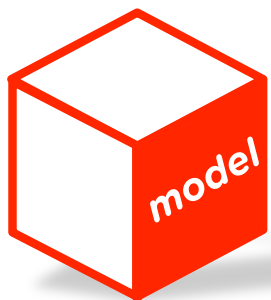
transitiefase

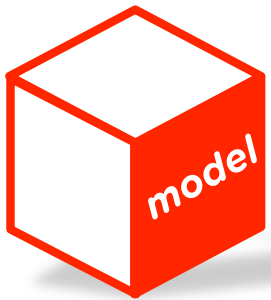
ontwerpfase

startfase

faseer het
proces

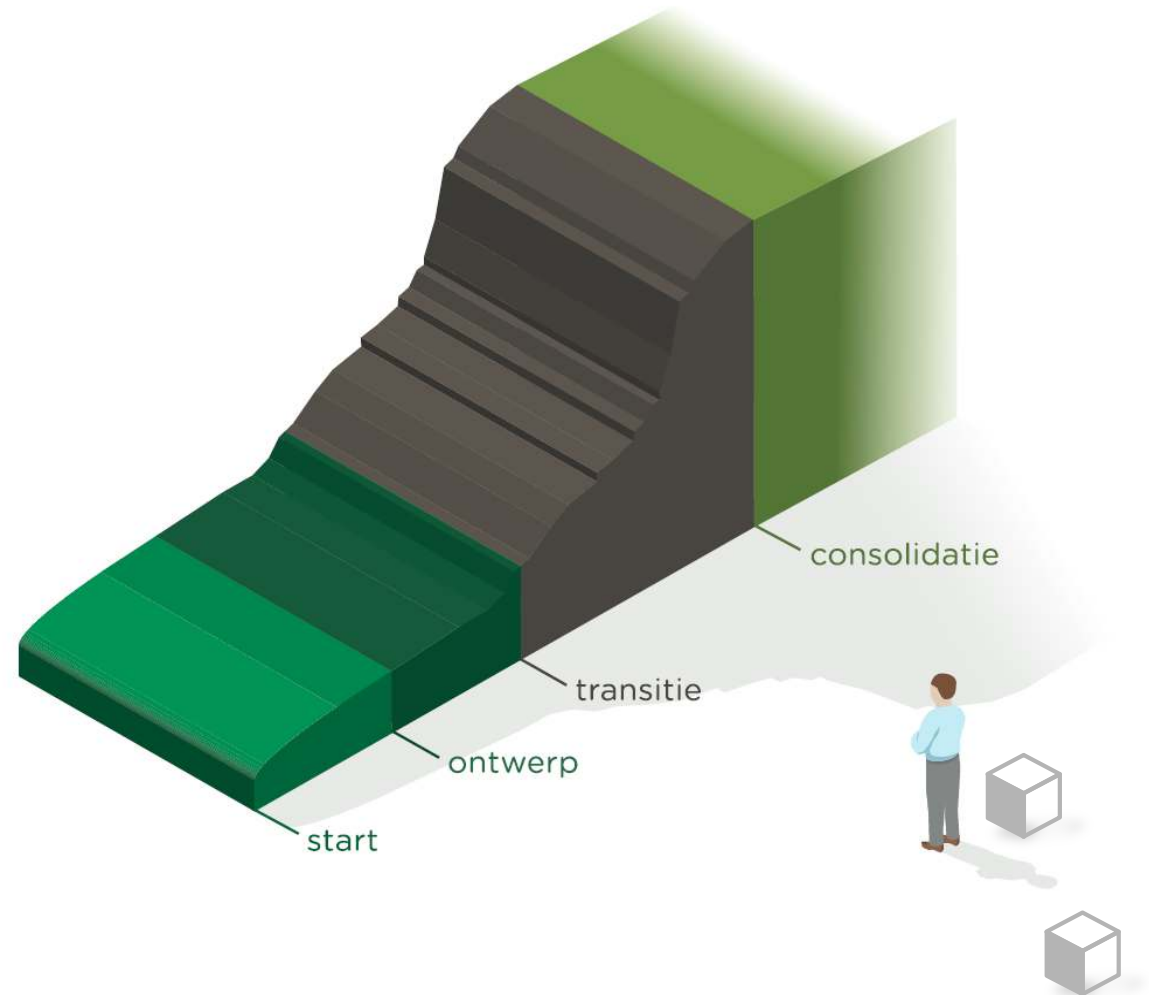
first things
first

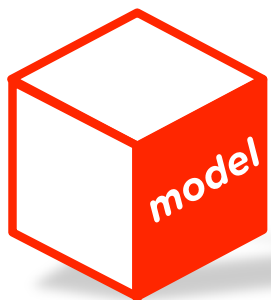




ELKE FASE VRAAGT
OM ANDERE:

- ✓ doelen
- ✓ projecten
- ✓ beïnvloedingsstijl
- ✓ slaagfactoren



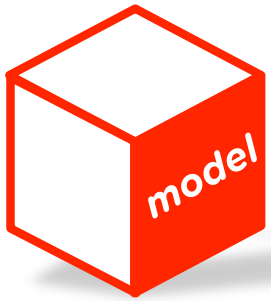


doel



tijd





START

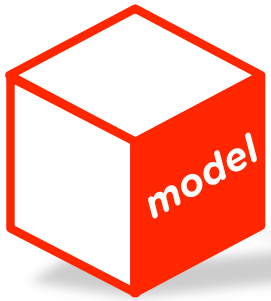
- ✓ noodzaak vaststellen
- ✓ noodzaaksbeleving
- ✓ heldere nieuwe strategie
- ✓ toekomstbeelden schetsen



tijd

doel





ONTWERP

- ✓ adequaat nieuw ontwerp
- ✓ toekomstige eindsituatie laten zien
- ✓ technical changes & adaptive challenges



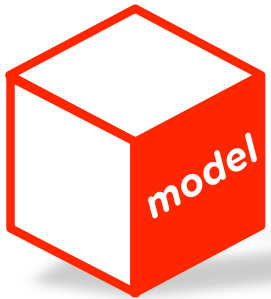
start

ontwerp

tijd

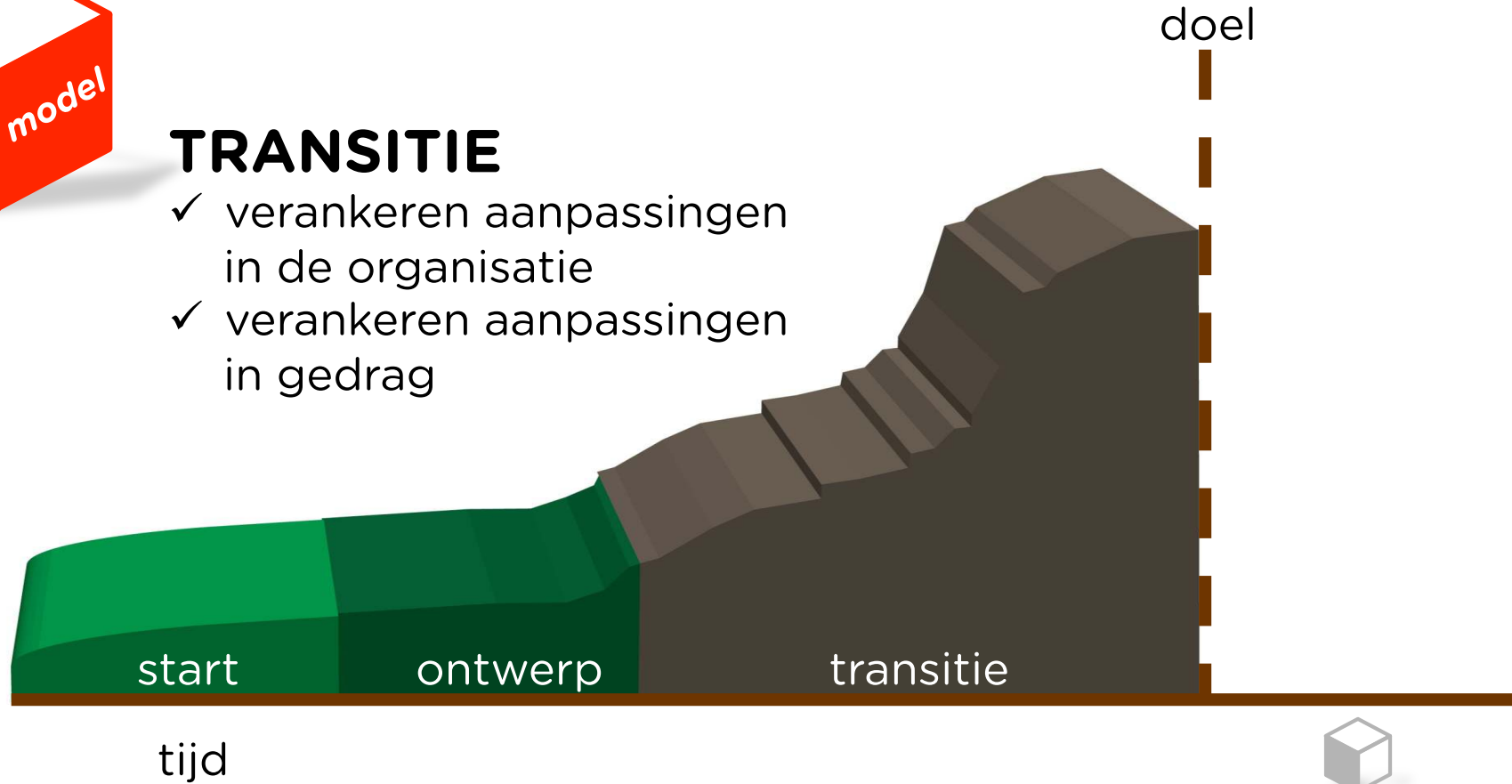
doel

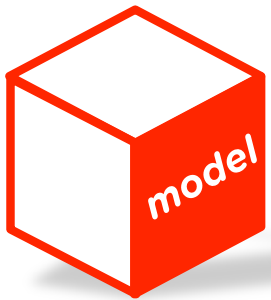




TRANSITIE

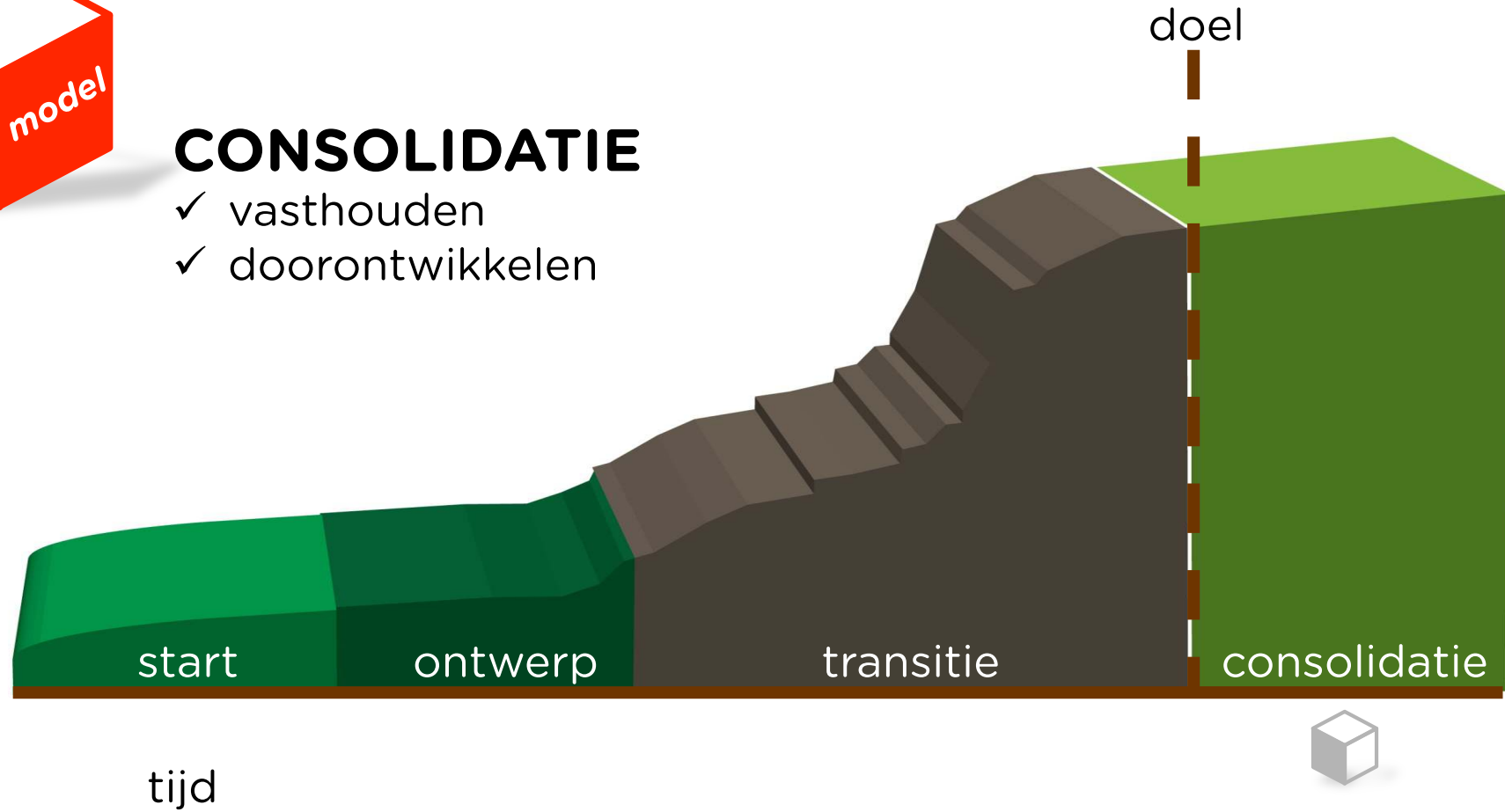
- ✓ verankeren aanpassingen in de organisatie
- ✓ verankeren aanpassingen in gedrag

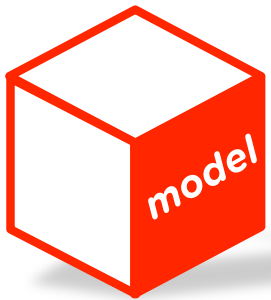




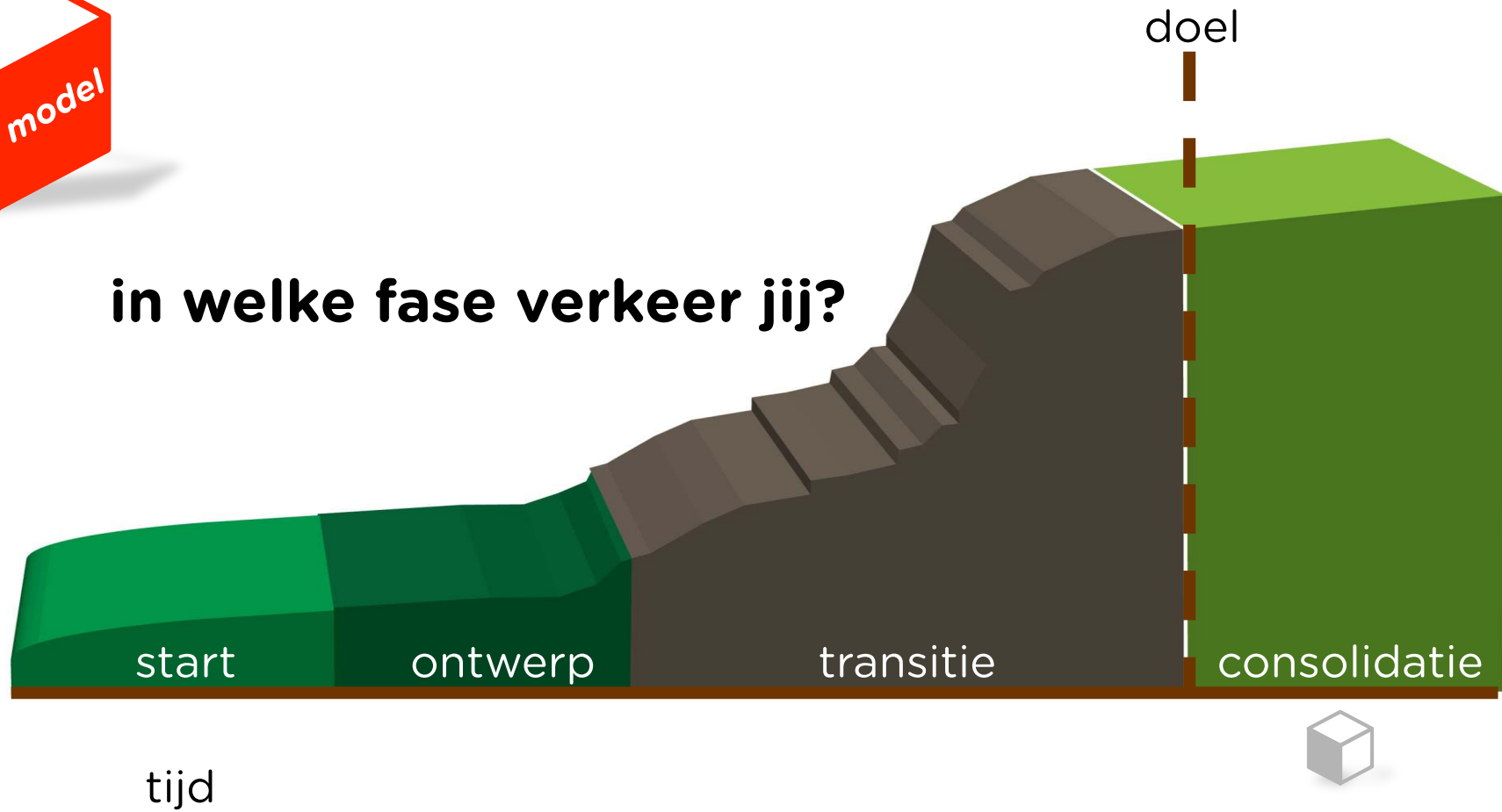
CONSOLIDATIE

- ✓ vasthouden
- ✓ doorontwikkelen

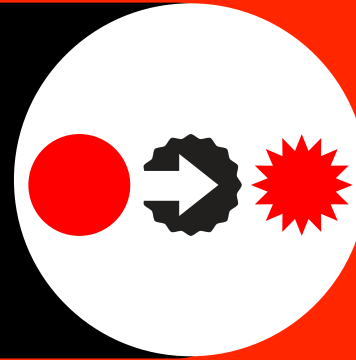




in welke fase verkeer jij?



verschaf jezelf overzicht
over de te volgen route

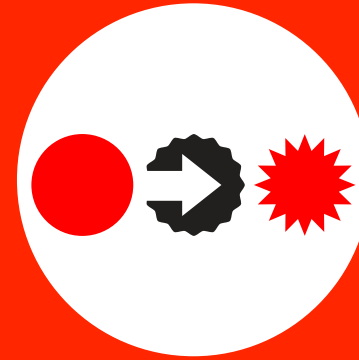


PROCES

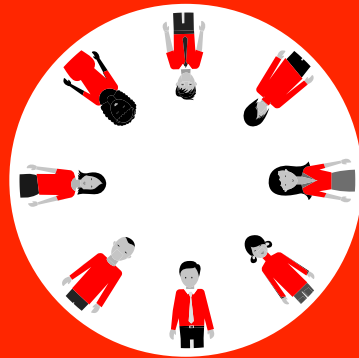




PLAN



PROCES

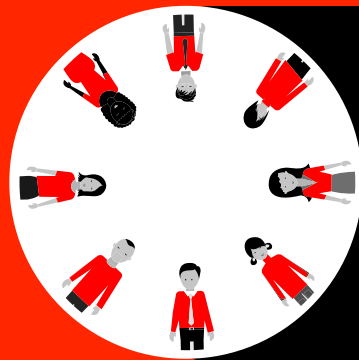


POLITIEK



PERSOONLIJKHEID





geniet van het spel en
doe er je voordeel mee

POLITIEK



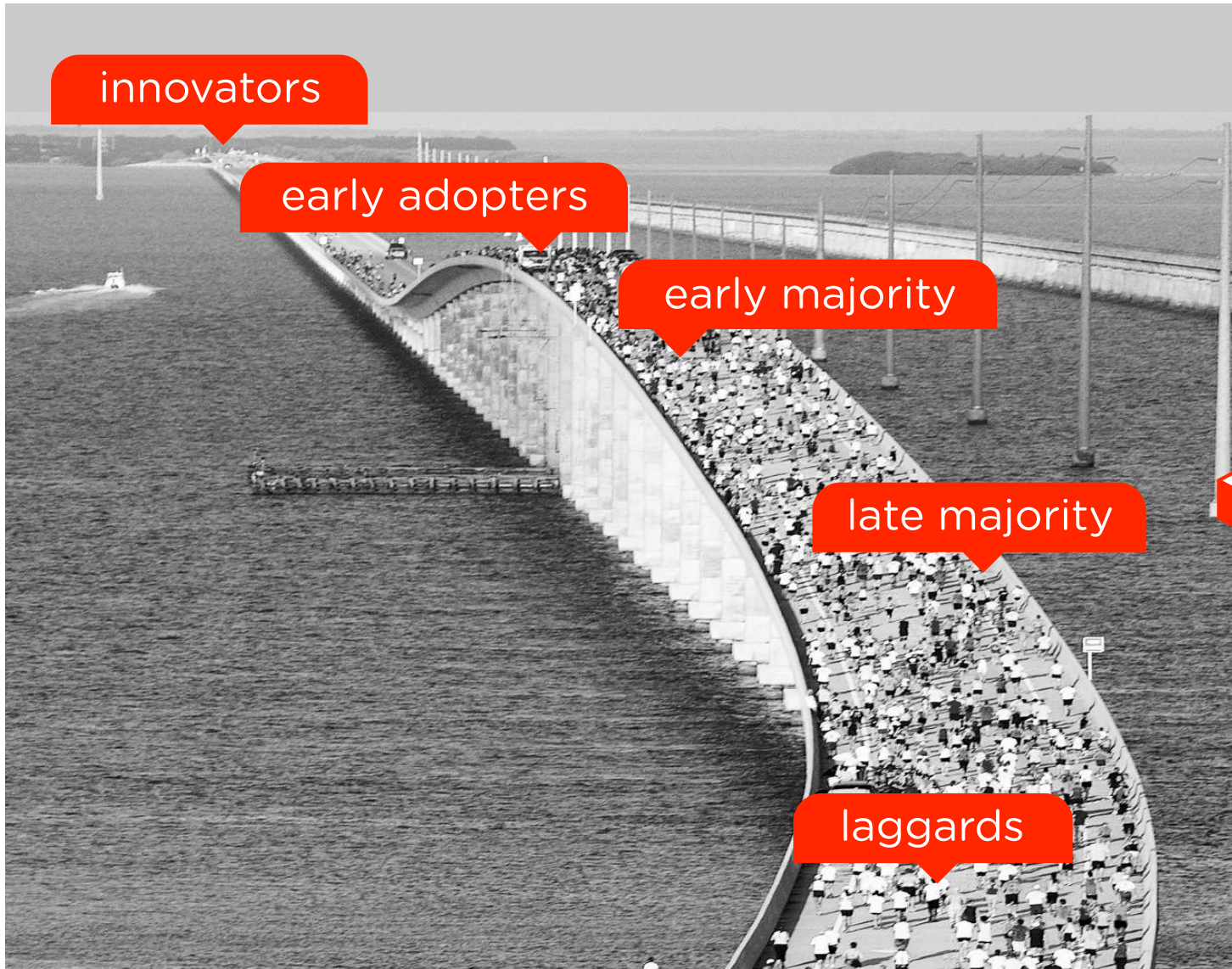


coalities

politiek is
een spel;



geniet er
van en
speel het
mee



innovators

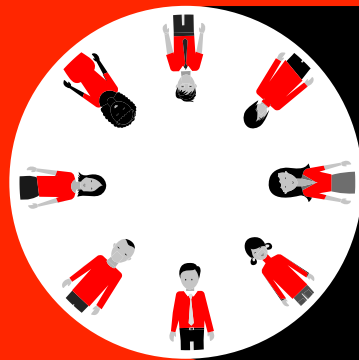
early adopters

early majority

late majority

laggards

gebruik je
(marketing)
kennis ook
intern



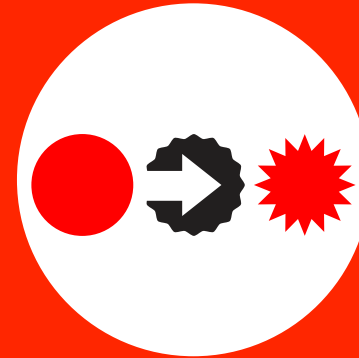
geniet van het spel en
doe er je voordeel mee

POLITIEK

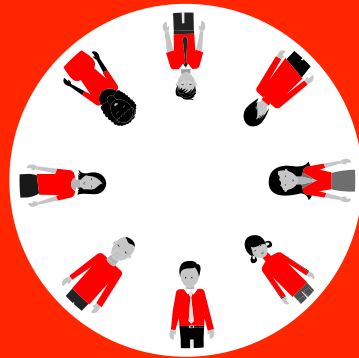




PLAN



PROCES



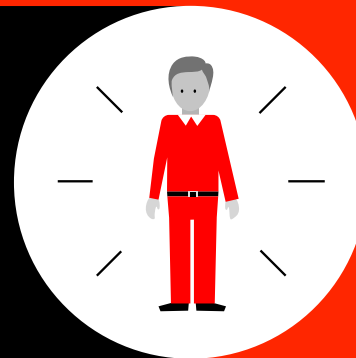
POLITIEK



PERSOONLIJKHEID



wees je bewust
van je eigen rol



PERSOONLIJKHEID





fat smoker

pas op
voor
 *fat smokers
advice*



preek niet
voor eigen
parochie

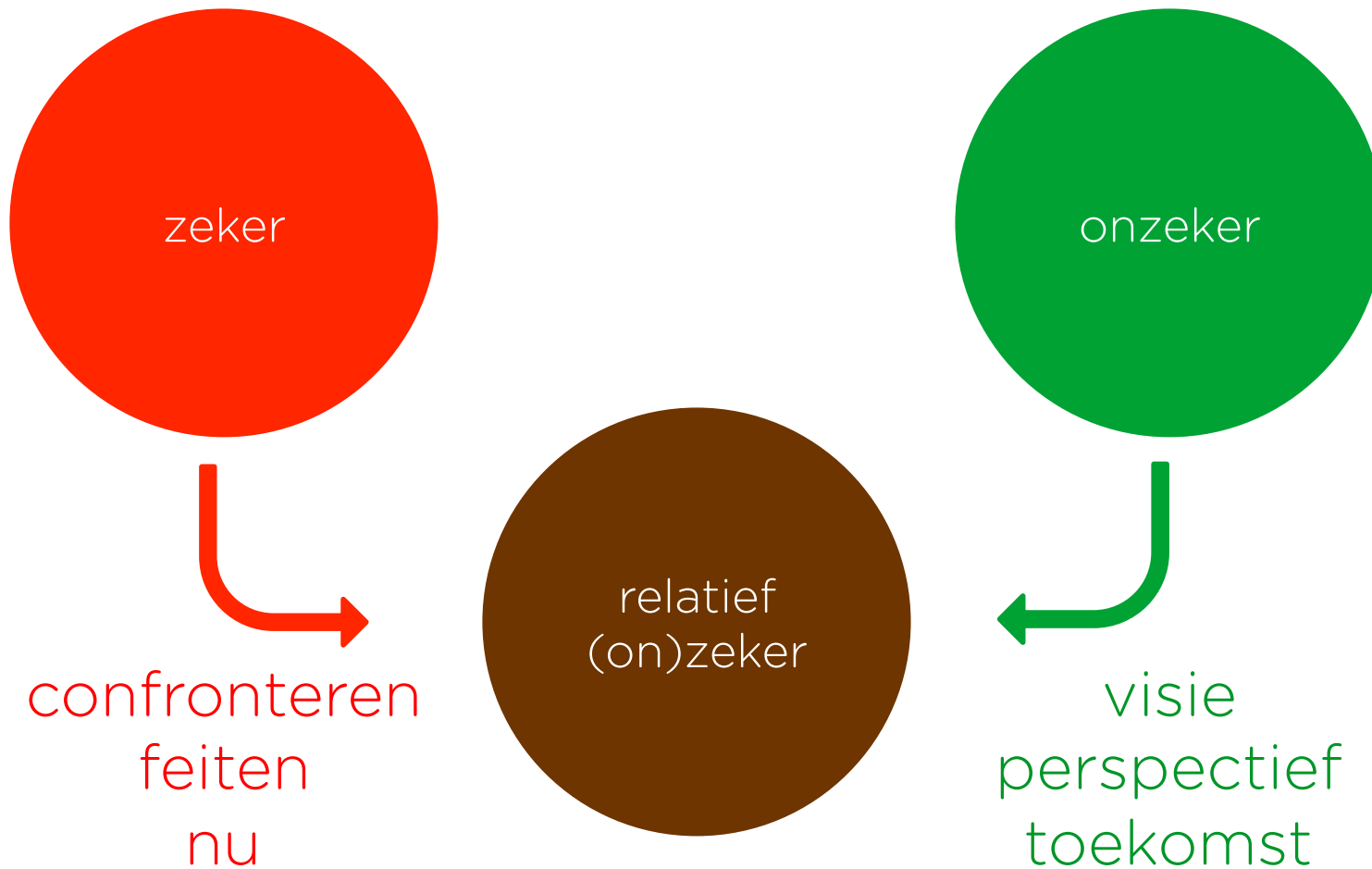


relatieve (on)zekerheid

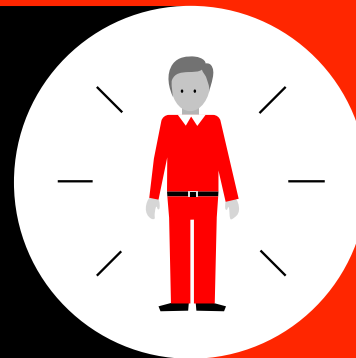


maak je
collega's
relatief
(on)zeker

anderen in beweging krijgen



wees je bewust
van je eigen rol

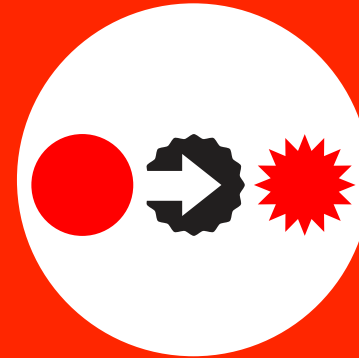


PERSOONLIJKHEID

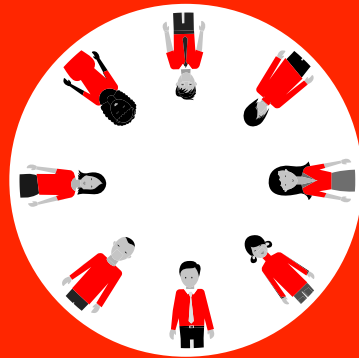




PLAN



PROCES

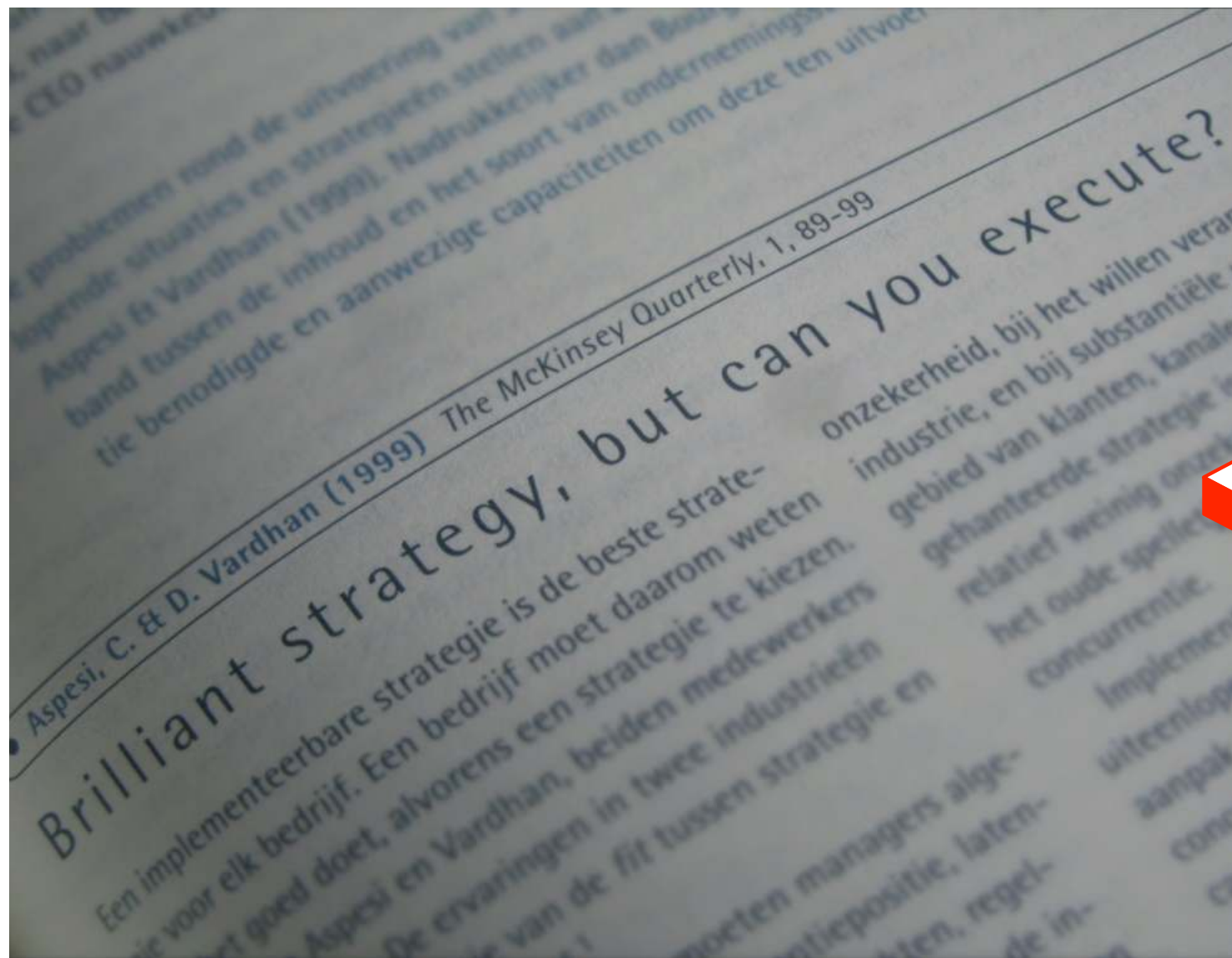


POLITIEK



PERSOONLIJKHEID





hoe komt
het toch
dat...

blijf kritisch!

*BRILJANTE STRATEGIE,
MAAR... KUN JE HET UITVOEREN?*

Competence Factory
15 10 2015

@paulblok

