

# Implementatieplan

Hoe implementeren we dit potentieel?

## Implementatieplan Online Brandingstrategie Deeltijdopleiding ICT

### Doel:

Het doel van dit implementatieplan is om de voorgestelde online brandingstrategie voor de deeltijdopleiding ICT concreet uit te werken en in de praktijk te brengen. Het plan omvat de ontwikkeling van diverse middelen, inclusief een gedetailleerde tijdlijn, verantwoordelijkheden, budgettering en concrete actiepunten per fase.

### Middelen:

#### 1. Doelgroeponderzoek en persona's:

- **Tijdlijn:** 1-2 weken
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Activiteiten:**
  - Uitgebreid marktonderzoek uitvoeren naar de doelgroepen van de deeltijdopleiding ICT. Dit omvat zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek, zoals:
    - Analyse van bestaande klantdata en statistieken
    - Concurrentieonderzoek
    - Online enquêtes onder potentiële studenten en professionals in de ICT-sector
    - Diepte-interviews met potentiële studenten en alumni
  - Creëren van gedetailleerde persona's op basis van de verzamelde data. De persona's dienen realistische en gedetailleerde beschrijvingen te zijn van de verschillende doelgroepen, inclusief hun demografische kenmerken, interesses, behoeften, uitdagingen en motivaties.

#### 2. Website:

- **Tijdlijn:** 3 weken
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam, Webontwikkelaar
- **Budget:** € 1.500,-
- **Activiteiten:**
  - Ontwikkelen van een gebruiksvriendelijke en aantrekkelijke website die gericht is op de gedefinieerde persona's. De website dient te fungeren als centrale hub voor alle informatie over de deeltijdopleiding ICT, met inbegrip van:
    - Duidelijke en beknopte informatie over de opleiding, inclusief curriculum, toelatingscriteria, kosten en studieplan
    - Inspirerende verhalen van oud-studenten en succesvolle professionals in de ICT-sector
    - Blog met waardevolle content gerelateerd aan ICT-vaardigheden, carrièreontwikkeling en de digitale sector
    - Mogelijkheid om online in te schrijven of informatie aan te vragen

- Optimaliseren van de website voor zoekmachines (SEO) om de vindbaarheid in zoekresultaten te verbeteren.
- Implementeren van conversie tracking om het succes van de website te meten.

### 3. Infographic:

- **Tijdslijn:** 2 weken
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam, Ontwerper
- **Budget:** € 500,-
- **Activiteiten:**
  - Ontwikkelen van een visueel aantrekkelijke en informatieve infographic die de voordelen van de deeltijdopleiding ICT belicht. De infographic kan gericht zijn op een specifieke doelgroep of een algemeen overzicht geven van de opleiding.
  - Verspreiden van de infographic via diverse online kanalen, zoals social media, de website, e-mailmarketing en online communities.

### 4. Contentmarketing:

- **Tijdslijn:** 2 weken / continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Budget:** € 500,- per maand
- **Activiteiten:**
  - Ontwikkelen van een contentkalender met gevarieerde en waardevolle content die relevant is voor de gedefinieerde persona's. De content kan bestaan uit:
    - Blogartikelen over actuele trends in de ICT-sector
    - Tips en tricks voor het ontwikkelen van ICT-vaardigheden
    - Interviews met experts in de ICT-branche
    - Video's met uitleg over de deeltijdopleiding ICT
  - Publiceren van de content op de website, social media en via e-mailmarketing.
  - Promoten van de content via betaalde advertenties op social media en zoekmachines.

### 5. Social media marketing:

- **Tijdslijn:** 3 weken / continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Budget:** € 200,- per maand
- **Activiteiten:**
  - Creëren van engaging content voor diverse social media platforms, zoals Facebook, LinkedIn, Instagram en Twitter. De content dient afgestemd te zijn op de interesses van de doelgroepen.
  - Inzetten van social media advertenties om de doelgroep gericht te bereiken en de zichtbaarheid van de deeltijdopleiding ICT te vergroten.
  - Deelnemen aan online communities en forums gerelateerd aan ICT om met potentiële studenten in contact te komen.

*Hierna volgen potentiële stappen, afhankelijk van wat er nodig kan zijn:*

## 6. Zoekmachineoptimalisatie (SEO):

- **Tijdslijn:** Continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam, Webontwikkelaar
- **Budget:** € 100,- per maand
- **Activiteiten:**
  - Optimaliseren van de website en content voor relevante zoekwoorden om de vindbaarheid in zoekmachines te verbeteren. Dit omvat:
    - Keywordonderzoek om de meest relevante zoektermen te identificeren die potentiële studenten gebruiken.
    - On-page optimalisatie van de website, inclusief titeltags, meta-beschrijvingen, header tags en alt-tekst voor afbeeldingen.
    - Linkbuilding door waardevolle links te verwerven van andere websites naar de website van de opleiding.

## 7. Online evenementen:

- **Tijdslijn:** Maandelijks
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Budget:** Variabel, afhankelijk van evenement
- **Activiteiten:**
  - Organiseren van webinars, workshops en andere online evenementen om potentiële studenten te informeren over de deeltijdopleiding ICT. De evenementen kunnen gericht zijn op specifieke thema's of doelgroepen.
  - Promoten van de evenementen via diverse online kanalen, zoals social media, de website en e-mailmarketing.
  - Gebruik maken van de evenementen om leads te genereren en potentiële studenten in contact te brengen met de opleiding.

## 8. E-mailmarketing:

- **Tijdslijn:** Continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Budget:** € 50,- per maand
- **Activiteiten:**
  - Opbouwen van een e-maillijst met potentiële studenten en geïnteresseerden in de deeltijdopleiding ICT.
  - Versturen van regelmatige nieuwsbrieven met waardevolle content, zoals blogartikelen, tips voor studieloopbaanbegeleiding en uitnodigingen voor online evenementen.
  - Gesegmenteerde e-mailcampagnes versturen naar verschillende doelgroepen met gepersonaliseerde content.
  - Gebruik maken van e-mailmarketing om leads te genereren en conversies te stimuleren.

## 9. Monitoring en evaluatie:

- **Tijdslijn:** Continu
- **Verantwoordelijkheden:** Marketingteam
- **Activiteiten:**
  - Regelmatig monitoren van de resultaten van de online brandingstrategie met behulp van analytics-tools. Dit omvat metrics zoals websiteverkeer, engagement op social media, conversiepercentages en leadgeneratie.
  - Evalueren van de effectiviteit van de verschillende marketingactiviteiten en aanpassen van de strategie waar nodig.
  - A/B-testen uitvoeren om te bepalen welke content en advertenties het beste presteren.
  - Rapporteren over de resultaten van de online brandingstrategie aan stakeholders.

### **Budget:**

Het totale budget voor de implementatie van de online brandingstrategie bedraagt € 5.000,- per jaar. Dit budget is verdeeld over de verschillende marketingactiviteiten zoals hierboven beschreven.

### **Verantwoordelijkheden:**

Het marketingteam is verantwoordelijk voor de algehele implementatie van de online brandingstrategie. De webontwikkelaar is verantwoordelijk voor de ontwikkeling en het onderhoud van de website. De ontwerper is verantwoordelijk voor het visuele ontwerp van de website, infographics en andere marketingmaterialen.

### **Tijdslijn:**

De implementatie van de online brandingstrategie zal in fasen plaatsvinden. De eerste fase, die 6 weken duurt, omvat het doelgroeponderzoek, de ontwikkeling van persona's en de creatie van de website en infographic. De tweede fase omvat de continue uitvoering van de marketingactiviteiten, zoals contentmarketing, social media marketing, SEO, influencer marketing, online evenementen en e-mailmarketing. In totaal duurt het 12+ weken.