Cursus social media marketing voor je praktijk

Je hebt net geïnvesteerd in de juiste apparatuur voor jouw praktijk maar het aantal nieuwe klanten blijft nog uit. Jouw bedrijfskosten nemen toe maar de omzet blijft achter. Kun jij je in deze situatie herkennen? Dan is deze cursus wellicht iets voor jou.

In deze cursus leer je hoe je social media effectief kunt inzetten voor je praktijk. We gaan het niet hebben over hoe je een post plaatst op je Facebook of Instagram profiel, nee we gaan het hebben over doelgerichte campagnes bouwen, waarmee je in contact komt met nieuwe klanten in de buurt van je praktijk.

Deel 1 – 26 september 2019
Achter een goede campagne zit een eenduidige strategie; 80% is strategie en 20% is uitvoering. In dit onderdeel leer je wat een marketing funnel is en hoe je deze kunt inzetten om de juiste klanten aan te trekken en hen te verleiden om in contact te komen.

Een vast onderdeel betreft het scherpstellen van je klantprofiel. Wie is je klant en waar wil deze klant progressie op boeken? Deze vragen worden gezamenlijk behandeld, waarna jij aan de slag gaat om jouw klantprofiel uit te werken in een door onbeschikbaar gestelde **canvas**.

Zodra het klantprofiel voor jouw praktijk helder is, gaan we vaststellen waar klanten graag progressie op willen boeken. Tegen welke problemen lopen zij aan in hun dagelijks leven, hoe is de huidige situatie en wat is de gewenste situatie? Deze stappen zijn van essentieel belang voor het opzetten van een campagne die leidt tot contact aanvragen.

Je eigen campagne opzetten
In de middag gaan we aan de slag met het opzetten van je eigen campagne binnen het Facebook advertentieplatform. **Het is dan ook van belang dat jij jouw eigen laptop meeneemt.**

Allereerst krijg je uitleg over het platform en krijg je informatie over wat er nodig is om een campagne op te zetten voor het genereren van nieuwe klanten. Het advertentieplatform is zeer uitgebreid in deze cursus. Een deel hiervan is noodzakelijk voor het opzetten van een succesvolle campagne.

Zodra de doelgroep is ingesteld gaan we kijken naar do’s & don'ts bij het opmaken van een advertentie die zorgt voor respons. Je ontvangt een **checklist** waarmee jij jouw eigen advertenties kunt beoordelen en die je naderhand kunt gebruiken als houvast.

Deel 2 – 3 oktober 2019
Jouw campagne is opgezet, maar wat nog ontbreekt is een campagne pagina. Het belang van een goede campagne pagina is cruciaal. Een campagne pagina heeft als doel om een potentiële klant meer te vertellen over jou en je praktijk. Zie het als een verlengstuk van je advertentie. Op de campagne pagina kun je mensen overtuigen om een afspraak in te plannen.

Tijdens deze dag krijg je uitleg over hoe je een goede campagne pagina kunt bouwen waarin jouw aanbieding optimaal tot z’n recht komt. Ook worden er een aantal succesvolle campagnes van andere Huidpraktijken gedeeld. Feitelijk bestaat een goede campagne pagina uit een aantal vaste onderdelen. Je leert o.a. hoe je iemand kunt overtuigen en verleiden om nu in actie te komen.

Zodra de theorie is behandeld gaan jijzelf aan de slag met het opzetten van je eigen campagne pagina. Als jouw campagne pagina eenmaal staat kan de campagne live! Zodra je campagne live staat zal je moeten bijsturen. Zo stel je het budget continue bij en breid je advertentie en doelgroepen op termijn verder uit. Om te monitoren of jouw campagne goed presteert of niet, maak je gebruik van meetinstrumenten. We gaan de belangrijkste meetinstrumenten behandelen zodat jij weet aan welke knoppen je moet draaien om de campagne te optimaliseren.