

Donderdag 25 januari 2024

Webinar Social media trends en influencer marketing

Sociale media creëren talloze mogelijkheden voor organisaties, zoals directe interactie met lezers en eenvoudig je bereik uitbreiden. Laat je bijpraten over diverse trends in social media en digital marketing. Met aandacht voor onder meer:

- De grote afhankelijkheid van paid media voor performance (het verkeer dat je inkoopt via Google, Facebook en Insta).
- De digital first media inzet van merken door een veranderde mediaconsumptie van haar doelgroep(en).
- Nieuwe wet- en regelgeving met betrekking tot social media platformen.
- De invloed en inzet van (virtuele) influencers. Met o.a. onderzoeksresultaten over het verschil tussen AI- en virtuele influencers en menselijke influencers.

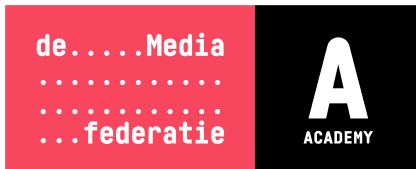
[Meld je direct aan](#)

Sprekers:



[Sjef Kerkhofs](#) is managing director bij Positive, het 'digital first' merkbureau van marketingplatform Candid. Sjef is sinds 2007 actief in de digital marketing wereld. In 2019 verkocht hij zijn social media bureau Daily Dialogues aan Candid. In 2022 fuseerde hij Daily Dialogues met Havana Harbor en ging het bedrijf verder onder de naam Positive (Nederland). Het bureau werkt met 40 specialisten aan 'digital first' merkcreatie voor merken als Shell, ABN AMRO, Makro, Wecycle, Spar, Remia, Grandvision, Blokker, en ICL. Daarnaast blogt Sjef al jaren over de nieuwste social media- en digital trends op Frankwatching en geeft daarover regelmatig lezingen in binnen- en buitenland.

[Naomi van der Louw](#) is jurist bij DDMA, de branchevereniging voor data en marketing. Zij is gespecialiseerd in de juridische kader rondom social media, privacy en (influencer) marketing. Zij helpt organisaties om compliant te blijven en ethische dilemma's af te wegen in een steeds digitalere samenleving.



[Dr. Lotte Willemsen](#) is directeur van SWOCC (Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Commerciële Communicatie) en lector Communication in the Networked Society bij Creating010, Hogeschool Rotterdam. Samen met haar onderzoeksgroep doet ze onderzoek naar de vraag hoe de samenleving kan digitaliseren met behoud van de menselijke maat. Ze heeft diverse SWOCC publicaties op haar naam staan, waaronder Merk als Mens en Succes met storytelling op sociale media. Verder blogt en spreekt ze regelmatig en bouwt op deze wijze bruggen tussen onderzoek en praktijk.

Programma:

08.45 uur - Online inloop en deelnemersregistratie. Welkom door programmamanager Wendy Woelders

09.00 - 10.00 uur - Trends in social media en digital marketing door Sjef Kerkhofs
Sjef behandelt onder meer social commerce en live shopping en de grote afhankelijkheid van paid media voor performance (het verkeer dat je inkoop via Google, Facebook en Insta). Maar ook de kansen en mogelijkheden met AI voor marketingcommunicatie en contentcreatie.

10.00 - 10.15 uur - Pauze

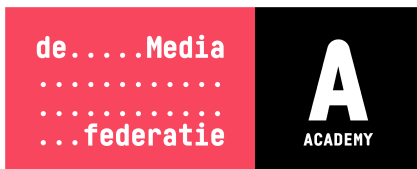
10.15 - 11.15 uur - Navigeren door het veranderende juridische en ethische landschap van social media. Door Naomi van der Louw

Social media platformen staan onder druk. Denk aan privacy schendingen, de vorming van filterbubbels en zorgen over de invloed op jonge gebruikers. Nieuwe wet- en regelgeving moet de activiteiten van deze platformen reguleren. Maar met welke nieuwe normen en regels moet je als organisatie nu precies rekening houden? Leer hoe je juridische risico's minimaliseert en ethische dilemma's afweegt tegen de commerciële voordelen van sociale media, zodat je met vertrouwen kan navigeren door dit complexe landschap van mogelijkheden en uitdagingen.

11.15 - 11.30 uur - Pauze

11.30 - 12.30 uur - Virtuele influencers: De nieuwe realiteit van influencer marketing. Door Lotte Willemsen

Maar liefst 32 procent van de millennials volgt op sociale media persona's waarvan ze weten dat ze niet echt zijn. Denk bijvoorbeeld aan virtuele influencers als Lil Miquela en de Nederlandse Esther Olofsson. Dankzij technologieën als 3D modeling en AI lijken virtuele influencers menselijk. Ze publiceren persoonlijke verhalen en ervaringen, net zoals menselijke influencers dat doen en vervullen dus veel van dezelfde behoeften. Lotte deelt



resultaten van onderzoeken hoe deze virtuele en AI-influencers zich tot elkaar en tot menselijke influencers verhouden. Zijn AI- en virtuele influencers net zo overtuigend als menselijke influencers? En wat betekent samenwerken als merk of medium met virtuele en AI-influencers?

12.30 uur - Einde programma.

Praktische informatie:

Voor wie?

Voor contentmakers, innovatiemanagers, (hoofd)redacteuren, productontwikkelaars, communicatie-, product-, community-, social media, brand- en marketingmanagers, uitgevers, business developers, marketeers, etc.

Wanneer?

Donderdag 25 januari 2024, 8.45 - 12.30 uur

Waar?

Een online bijeenkomst. Link volgt.

Kosten?*

MEVW-leden ontvangen een volledige MEVW-subsidie

MMA-leden ontvangen een volledige MMA-subsidie

GAU-leden ontvangen een GAU-subsidie van € 100,-; zij betalen € 95,-

Niet-leden betalen € 390,-

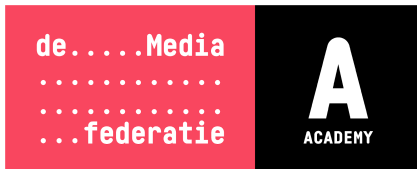
Voor meer informatie neem je contact op met projectmedewerker Marlou Gerrits via academy@mediafederatie.nl

Inschrijfformulier

***Betalings- en annuleringsvoorwaarden**

Na deelname ontvang je van ons een factuur. Tarieven zijn excl. btw.

Deelname wordt deels uit de ledencontributie gefinancierd. We hanteren een **No Refund** beleid: de inschrijving voor deze bijeenkomst wordt hiermee als definitief beschouwd. Mocht je onverhoopt verhinderd zijn om deel te nemen, dan kun je altijd een collega jouw plaats in laten nemen. Bij afmeldingen of No Shows wordt in alle gevallen het gehele bedrag in rekening gebracht. Dit geldt óók voor alle GAU-, MMA- en MEVW-leden. Door je aan te



melden, accepteer je deze annuleringsvoorwaarden. Voor MEVW-leden geldt dat deelname gratis is, zolang het opleidingsbudget van de branchevereniging MEVW dat toelaat. Voor werkgevers en ondernemers zijn zakelijke scholingskosten fiscaal aftrekbaar. Sinds 1 januari 2022 zijn scholingskosten voor particulieren niet meer aftrekbaar. Maar misschien kom je wel in aanmerking voor STAP-budget voor werkenden en werkzoekenden. Freelancers en zzp'ers komen niet in aanmerking voor kortingen en subsidies die wij (een deel van) onze leden bieden.