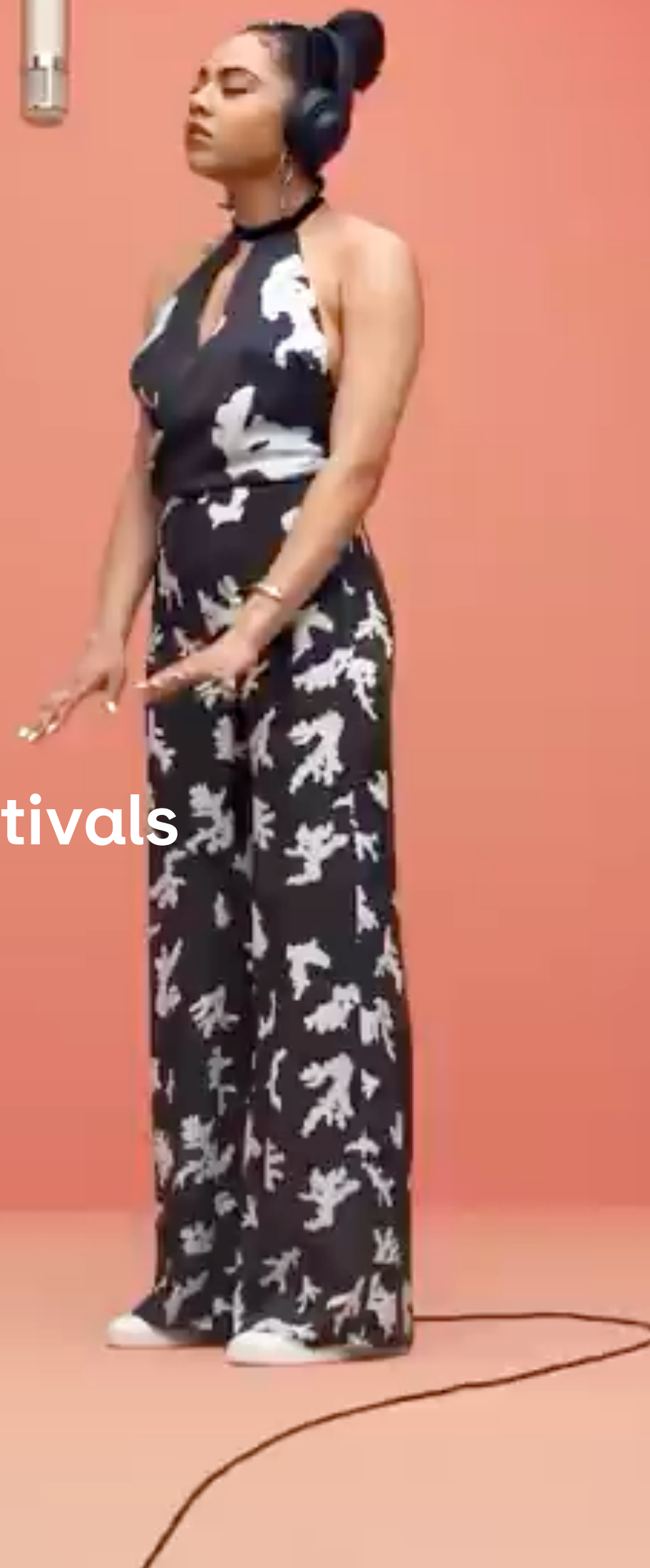


Workshop

Social media & strategie

Vereniging Nederlandse Jazzpodia en Jazzfestivals

Katrien van Leeuwen
03-10-2025



Workshop: Social Media & Strategie

Tijdens deze workshop gaan we werken met de *Creative Content Kit*.

13:15 – 13:25 | Introductie

13:25 – 13:45 | Marketing Strategy & Audiences

13:45 – 14:05 | Platform

14:05 – 14:15 | Pauze

14:15 – 14:35 | Reach

14:35 – 14:55 | Content

14:55 – 15:15 | Wrap-up

About me



Workshop voor de Amsterdamse 'chapter' van de shesaid.so-community van vrouwen, gendernon-conforme personen en bondgenoten in de muziekindustrie.

Katrien van Leeuwen, MA

- **Branding & marketing: festival, venue, artiest**
- **Marketing strategie**
- **Workshops**
- **Advies**
- **Coaching**



Introductie

- Hands on social media tips en tricks
- Kaartenset: leidraad. Kleur=thema





Strategie & Audiences

North Sea Round Town 2025,
door Dietrich van Gobbel

Tip: #1

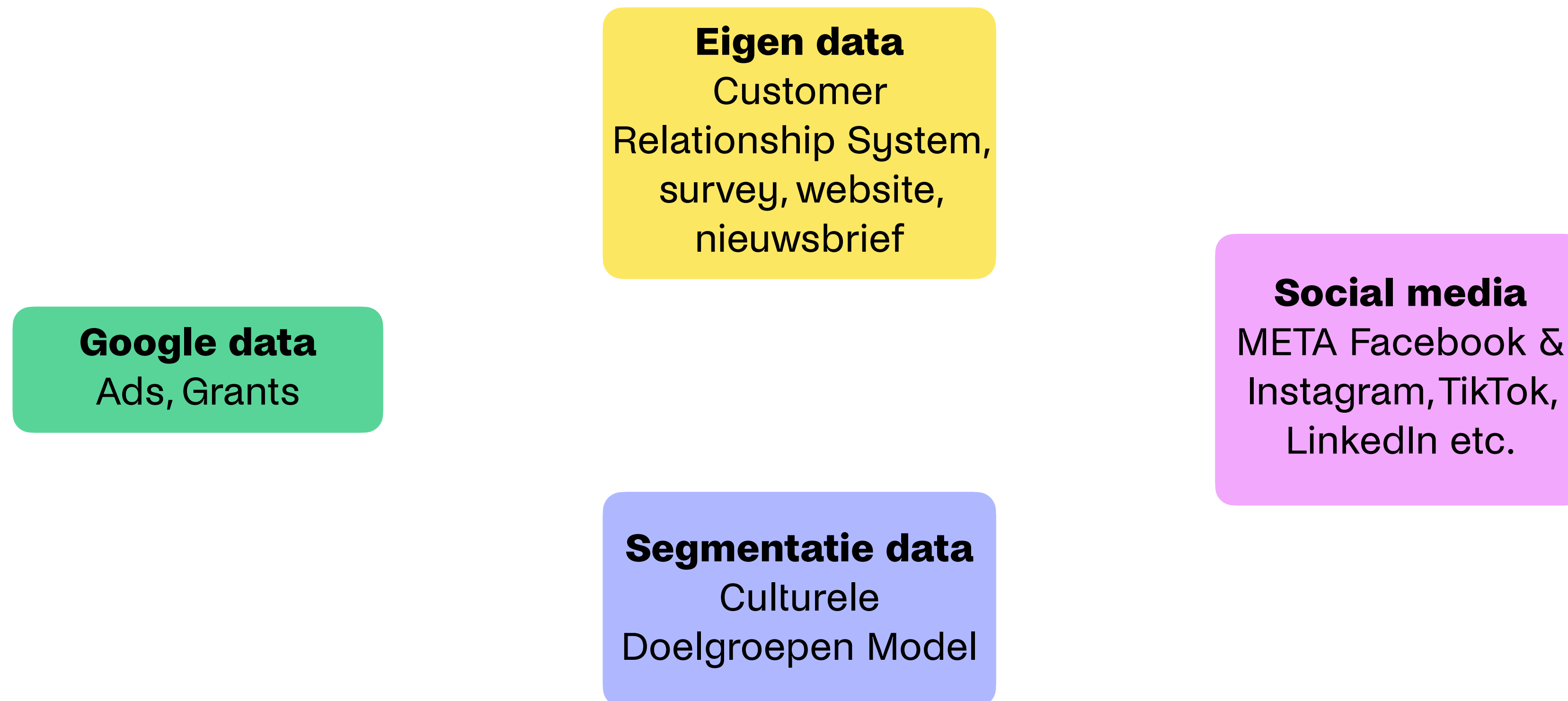
Uitzoomen



Source: SentiSum

Tip: #2

Datagedreven doelgroep



Tip: #3

Eigen data
survey, kennis team,
frequente bezoekers
> kwalitatief

Ervaringsgedreven doelgroep



North Sea Round Town 2025,
door Maarten Laupman

#inspiratie

De Parade

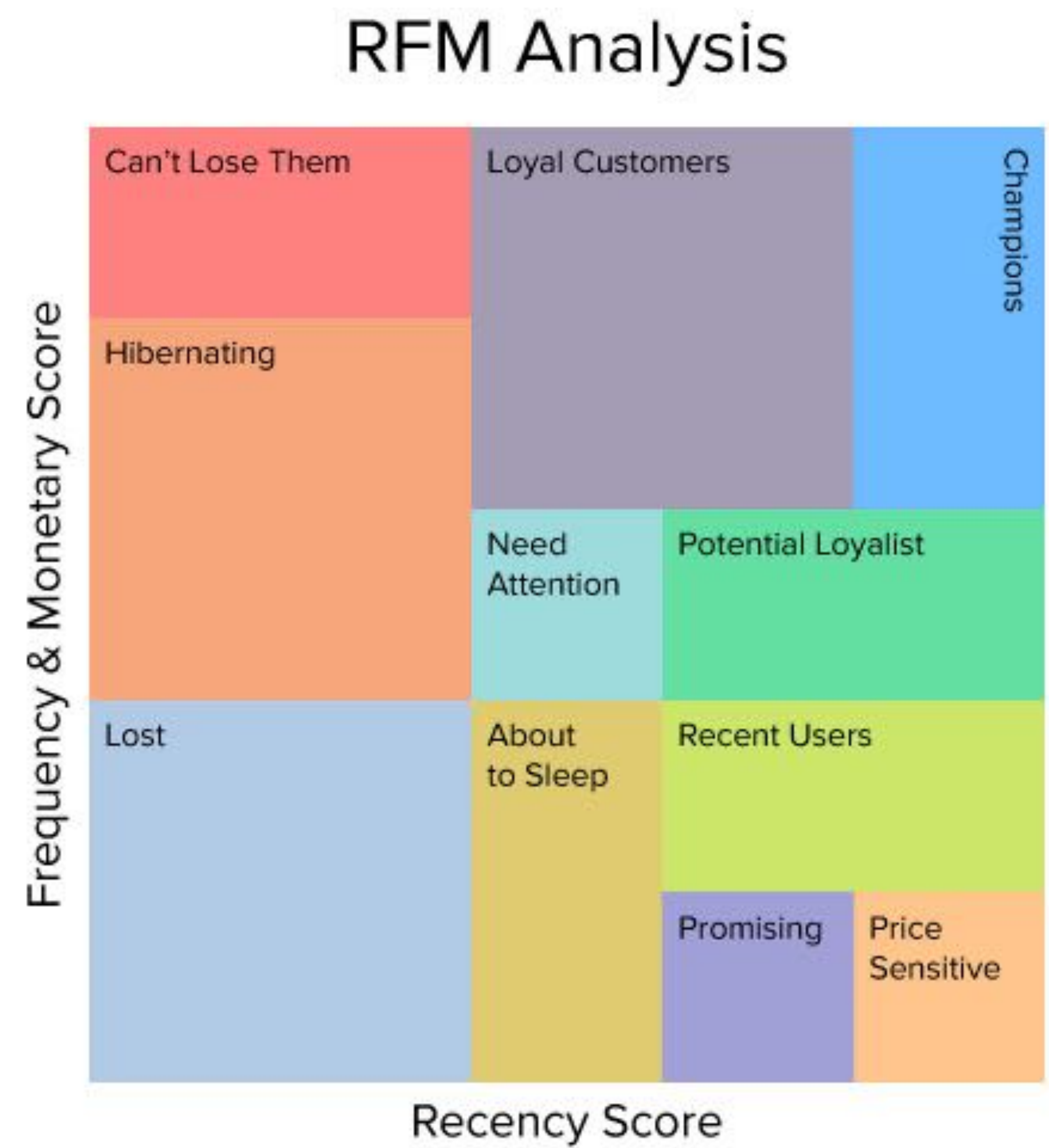


<https://cultuurmarketing.nl/datagedreven-werken-parade/>

Audiences

#inspiratie

Recency Frequency Monetary



<https://www.notifyvisitors.com/blog/rfm-analysis/>



Platform

North Sea Round Town 2025,
door Hielke Grootendorst

Tip: #4

Kies bewust

Waar leeft jouw verhaal het beste?

**Platformkeuze zegt
iets over je prioriteiten.**

**Publiek beweegt
anders per kanaal.**

**Platformen zijn geen
kopieën van elkaar.**

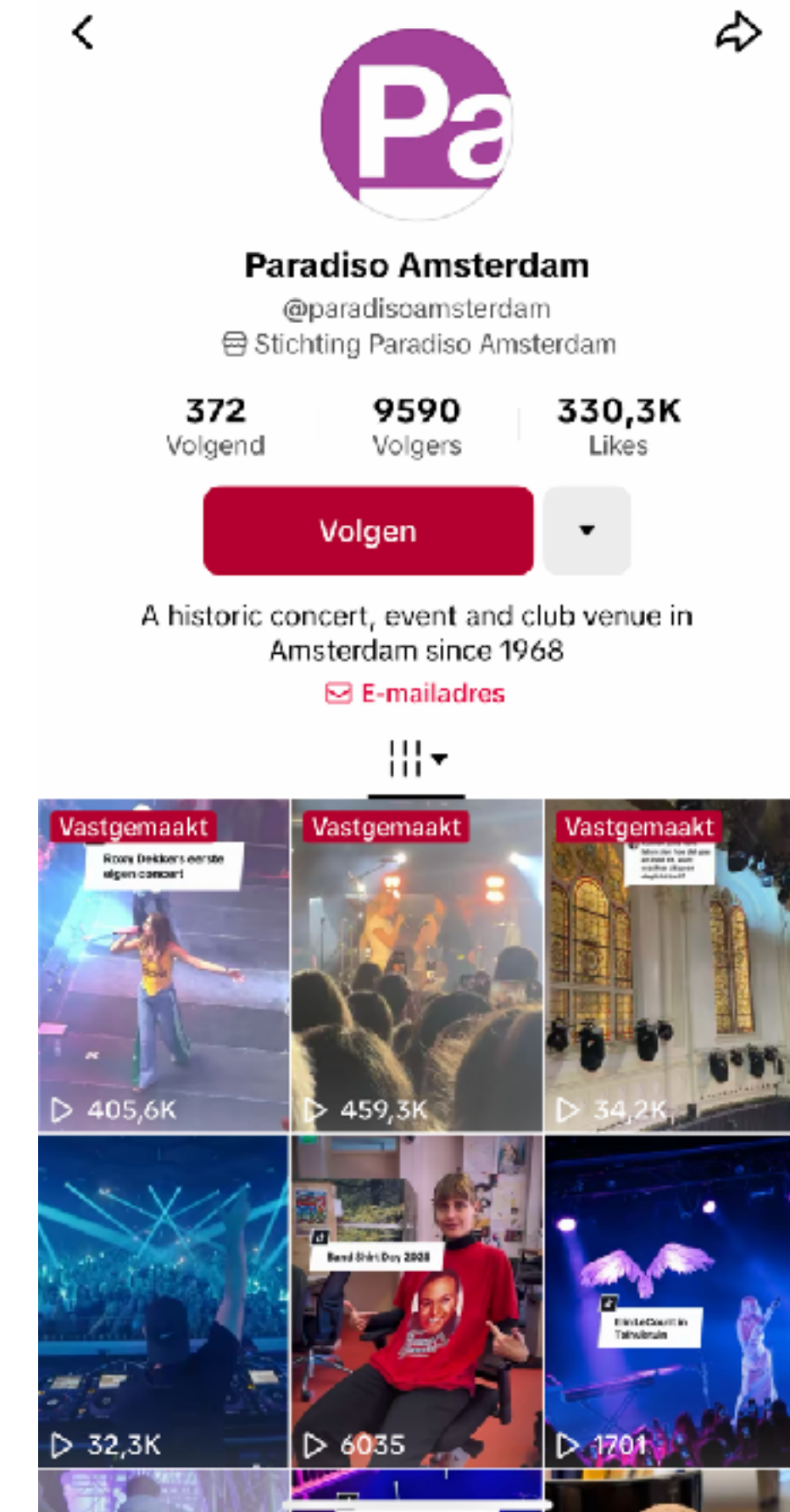
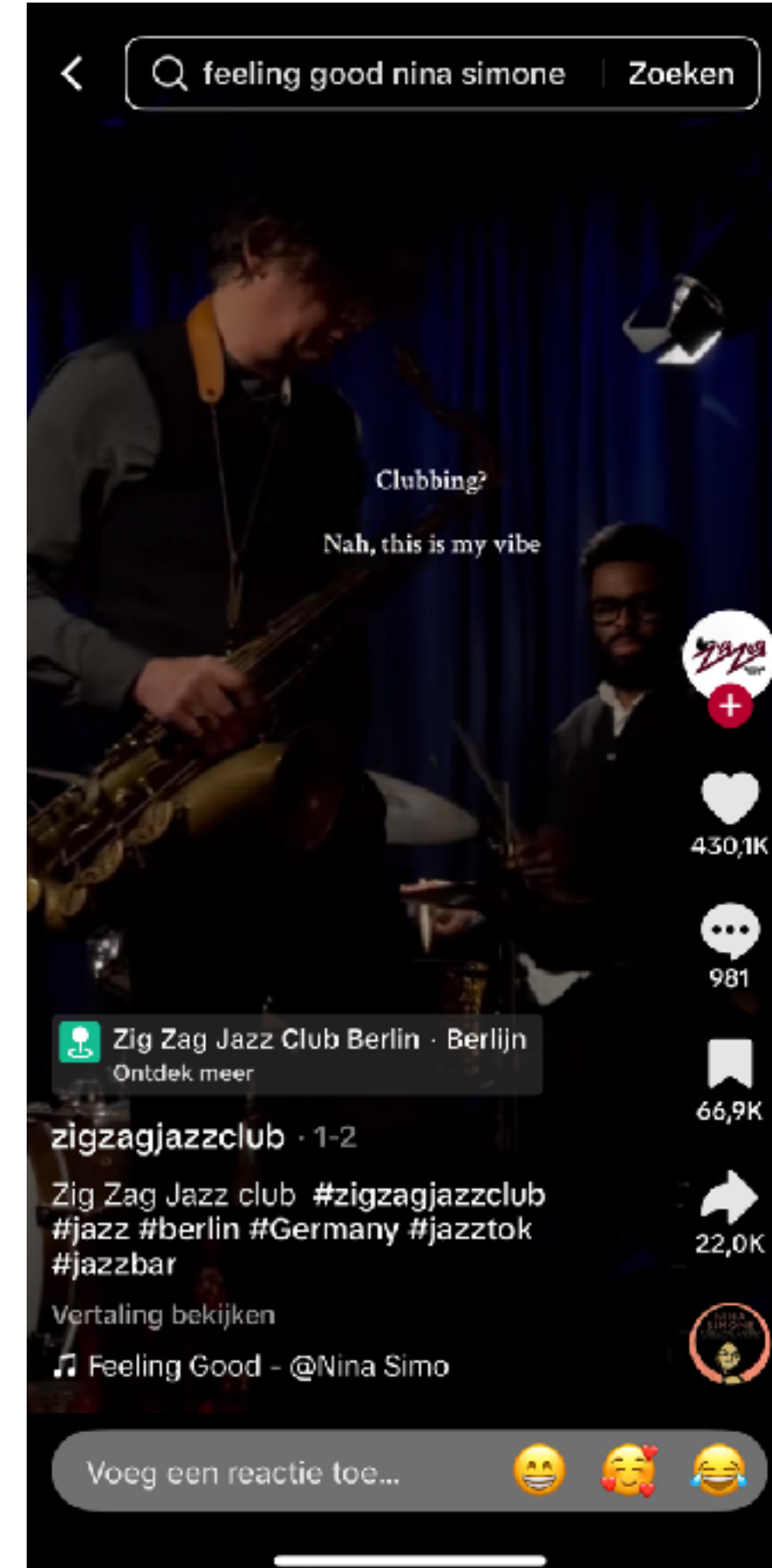
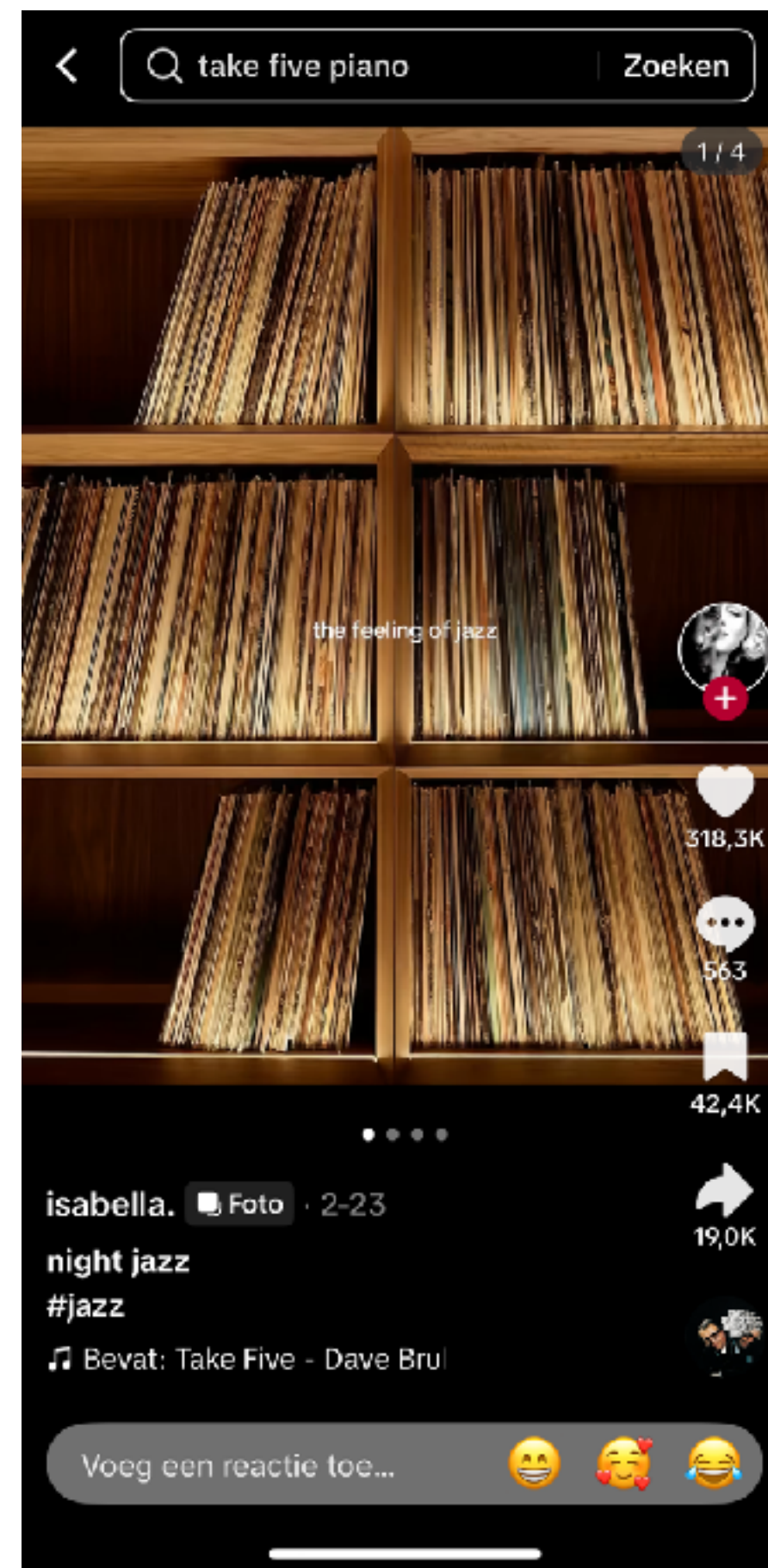
Inspiratie

Podcast/radio



Inspiratie

TikTok



Inspiratie

Creative thinking



ROTOWN WHATSAPP

ROTOWN WHATSAPP

Hieronder vind je meer informatie over de verschillende lijsten waar je je voor kunt aanmelden. Stuur zelf een berichtje met de titel van de lijst naar **06 15600390** of klik vanaf je telefoon op de link. Let op: Sla het telefoonnummer gelijk op in je contactenlijst, anders komen onze berichten niet aan!

ALLE SHOWS AAN

Je bent altijd op de hoogte van onze nieuwe shows! We sturen je bijna dagelijks een berichtje over een nieuwe aankondiging. Let op: Dit zijn dus ook alle shows die in de Indie, Pop of Fuzz lijsten worden verstuurd. [Aanmelden](#)

WEEK AAN

We sturen je één keer per week (op vrijdag) een overzicht met de shows die eerder in de week zijn aangekondigd! [Aanmelden](#)

TICKETALERT AAN

Meld je aan voor deze lijst als je het zat bent net achter het net te vissen! Je ontvangt berichten op het moment dat er nog maar een paar tickets beschikbaar zijn voor een show. [Aanmelden](#)

Rotown whatsapp kanaal



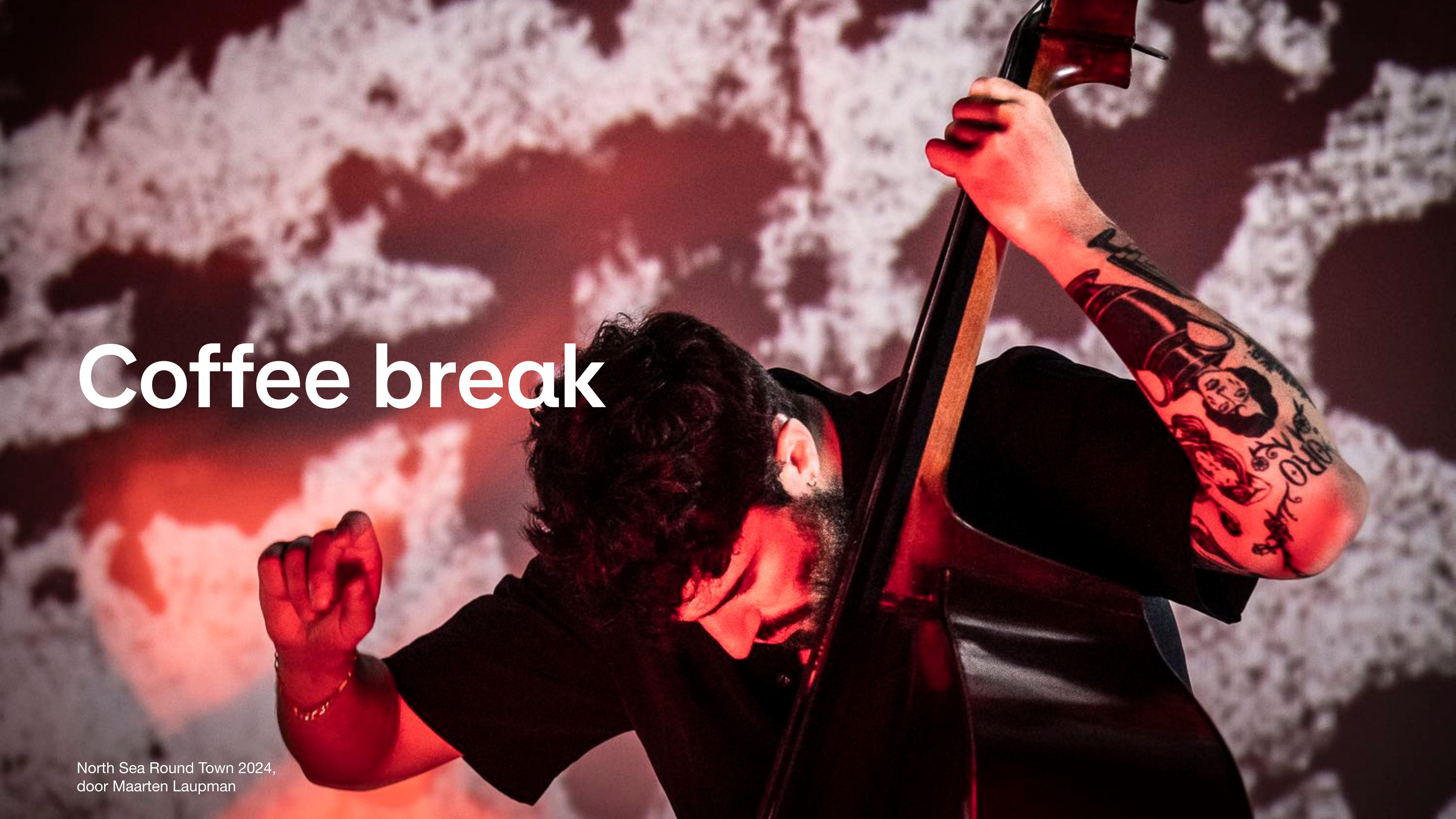
03.10.25 Vulvaverse Pre-party
Poster by Iris van Velzen

Roodkapje prints agenda



MOMO Festival x Kaapse Brouwers

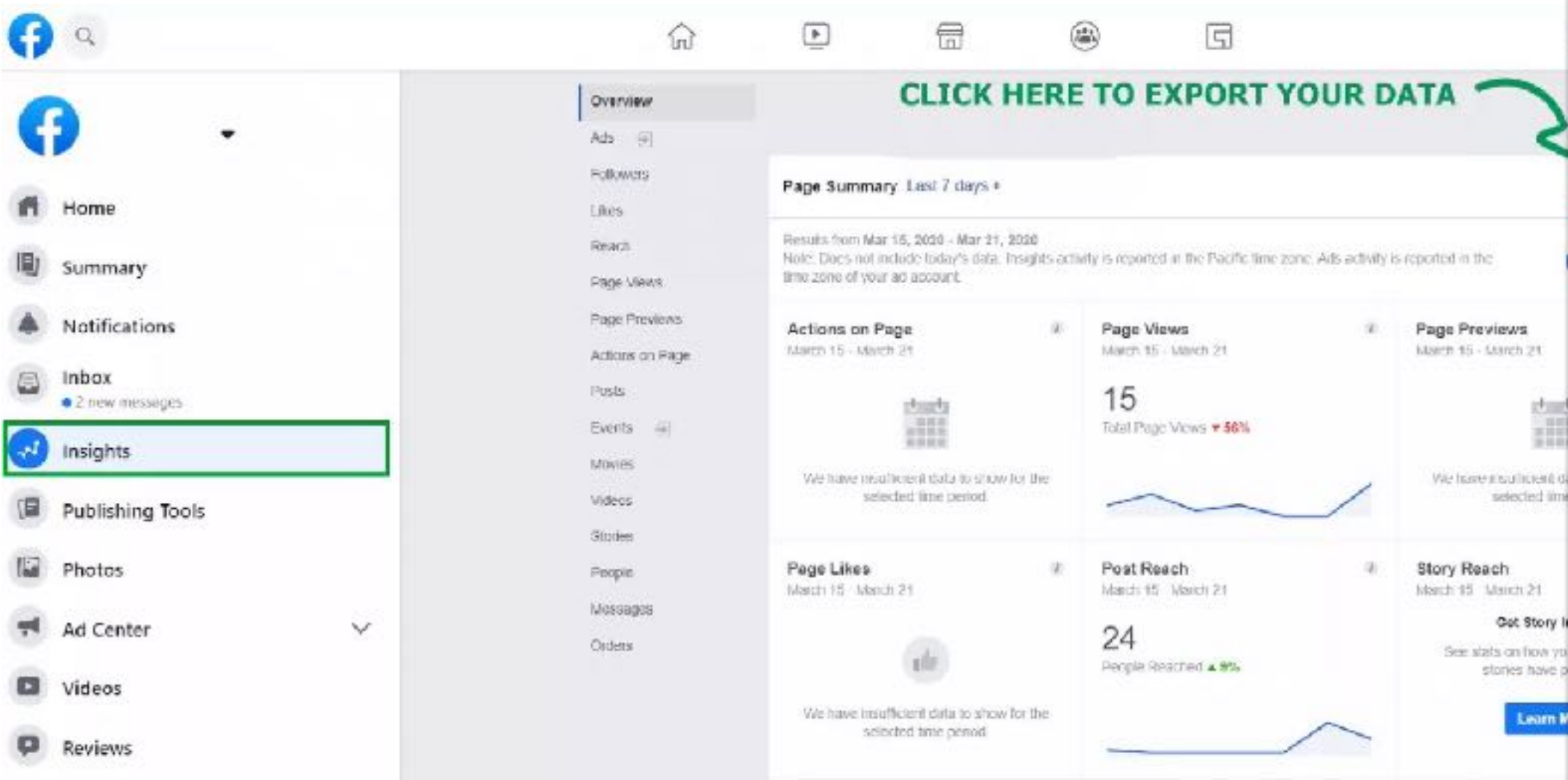
Coffee break

A man with dark curly hair and a beard is playing a double bass. He is wearing a black t-shirt and has a large, colorful tattoo on his left arm depicting a woman's face. The background is a vibrant, abstract pattern of red and white, resembling a close-up of a flower or a textured surface. The lighting is dramatic, with strong red and white highlights.

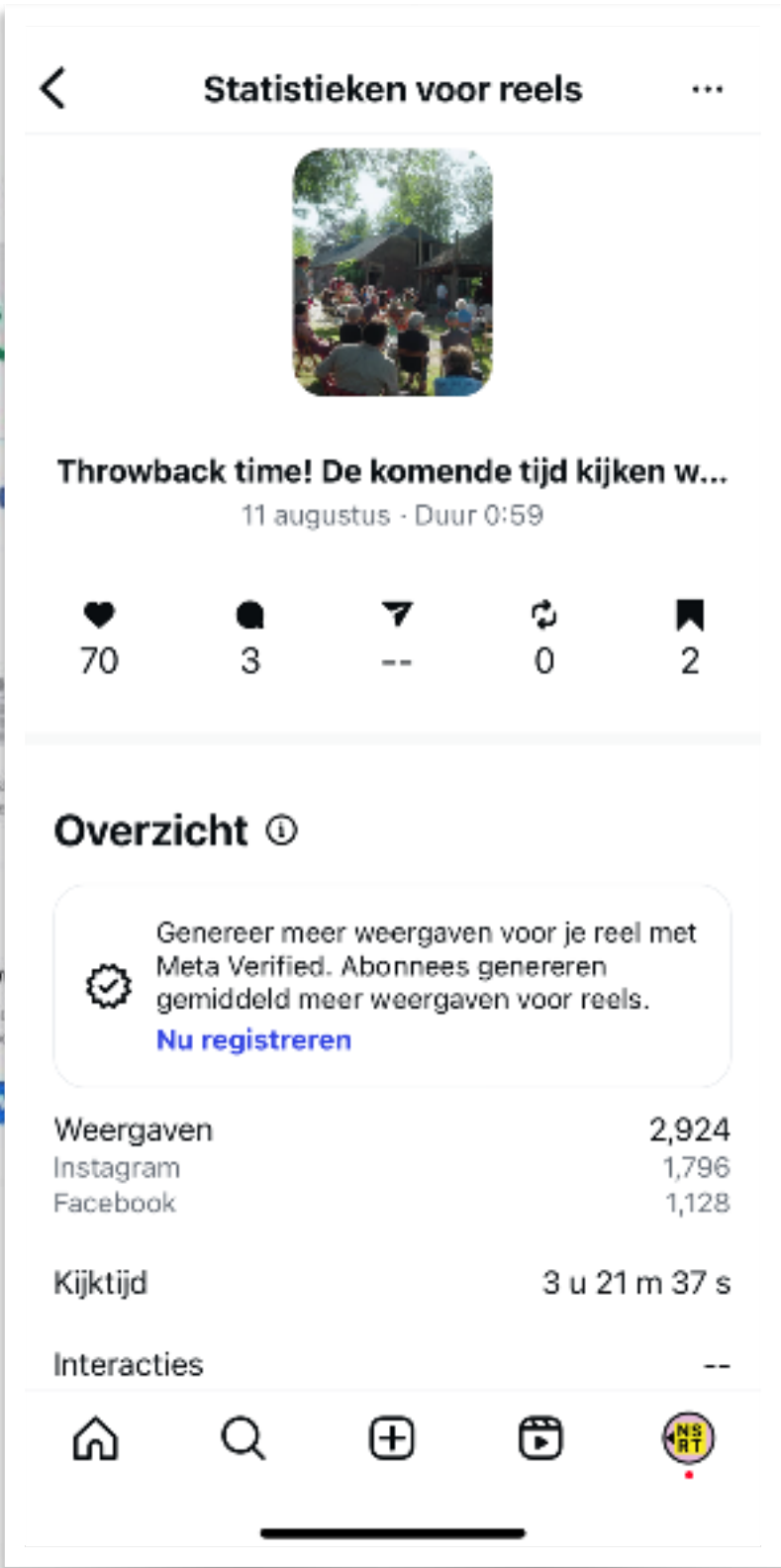
North Sea Round Town 2024,
door Maarten Laupman

Tip #5

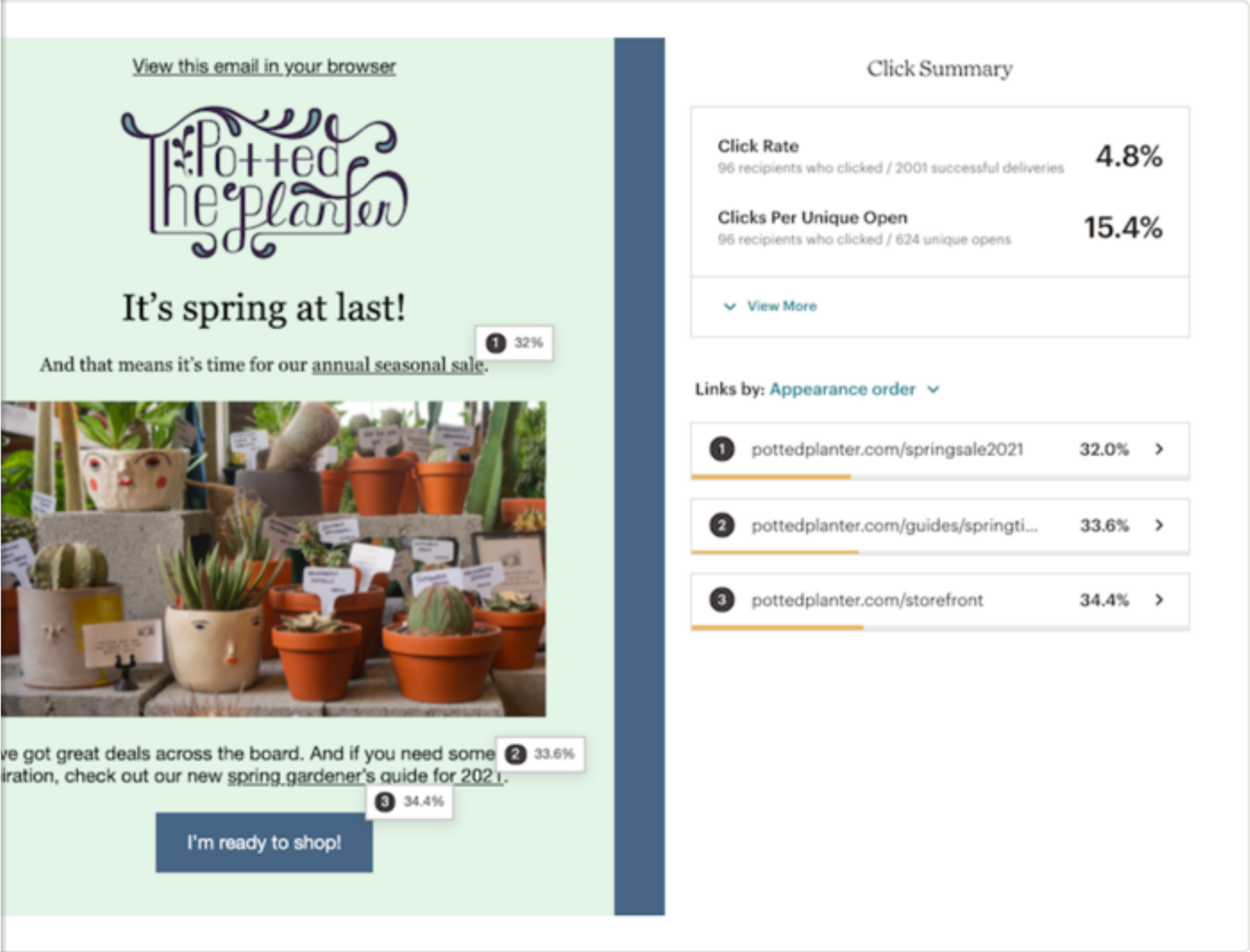
Data Analyse



Meta



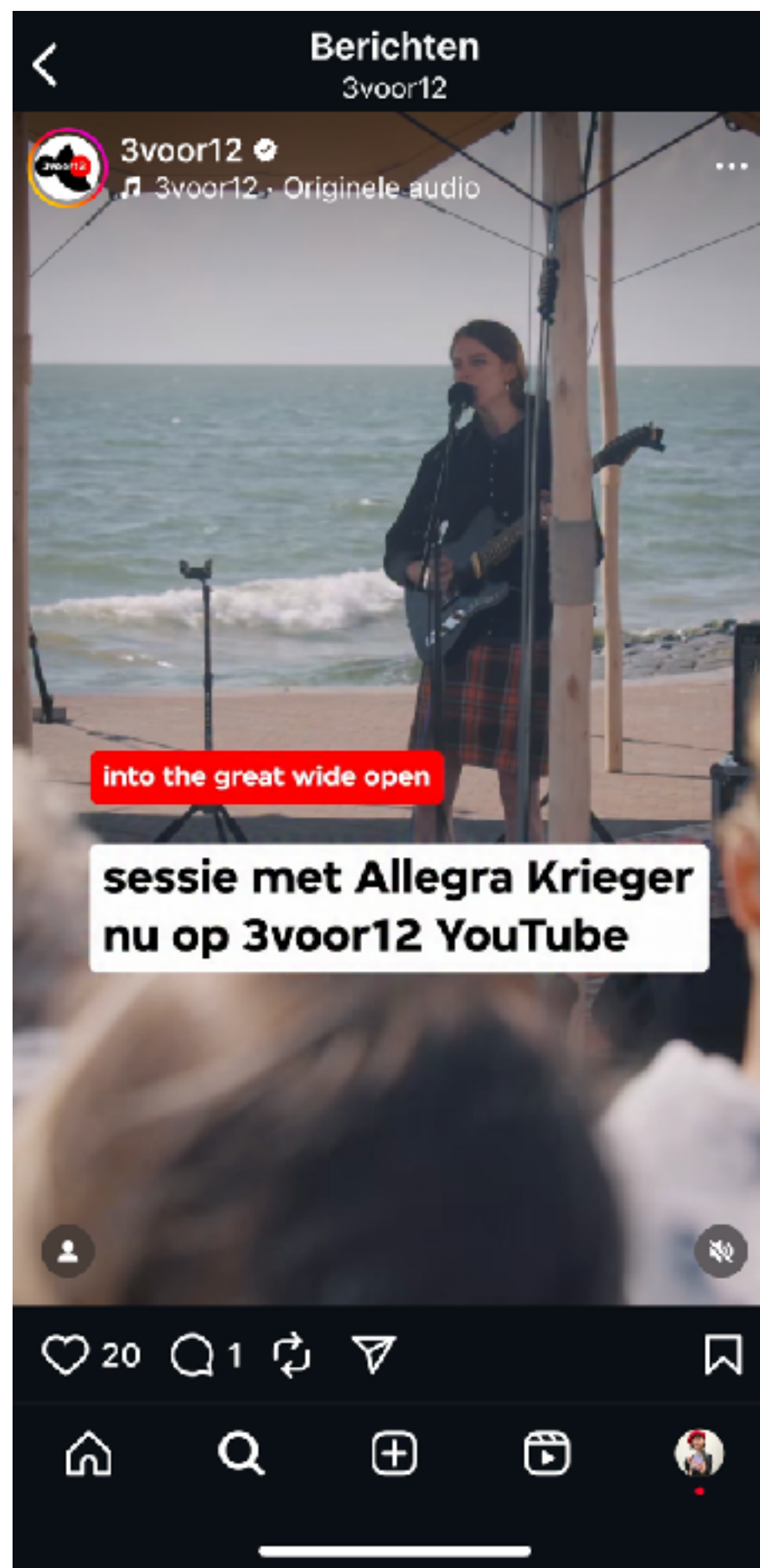
Instagram



Mailchimp

Tip #6

Cross promotion



Media samenwerking 3voor12 x ITGWO



Collaboration (post)



Susan Bijl x IFFR



MOMO Festival x Kaapse Brouwers

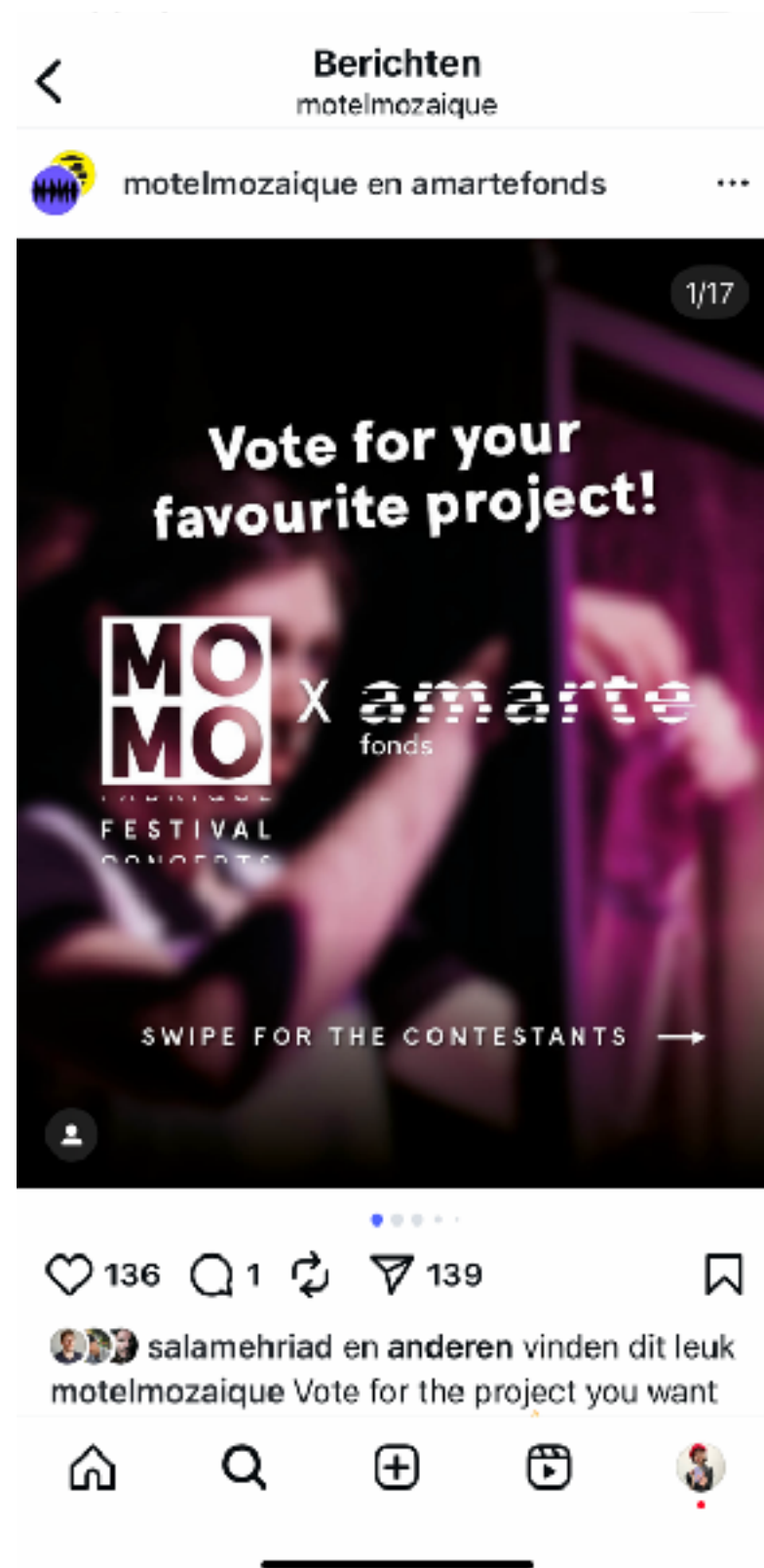
Content

A photograph of two young women standing in a gallery, looking at a large, colorful abstract sculpture. The woman on the left is wearing a blue top and a denim skirt, carrying a yellow bag. The woman on the right is wearing an orange dress. In the background, another person is visible, and the sculpture features vibrant colors like purple, blue, and gold.

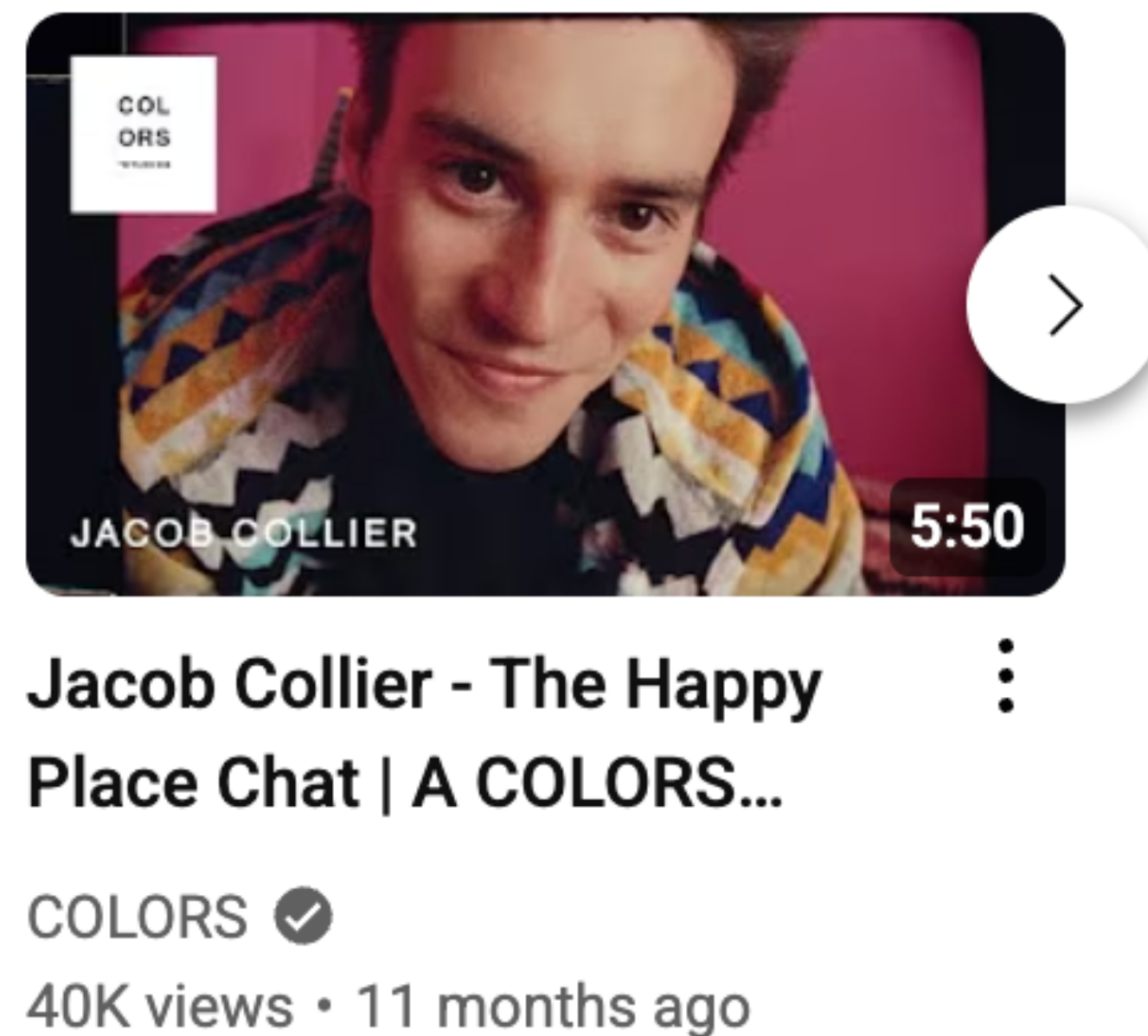
North Sea Round Town 2023,
door Hielke Grootendorst

Tip #7

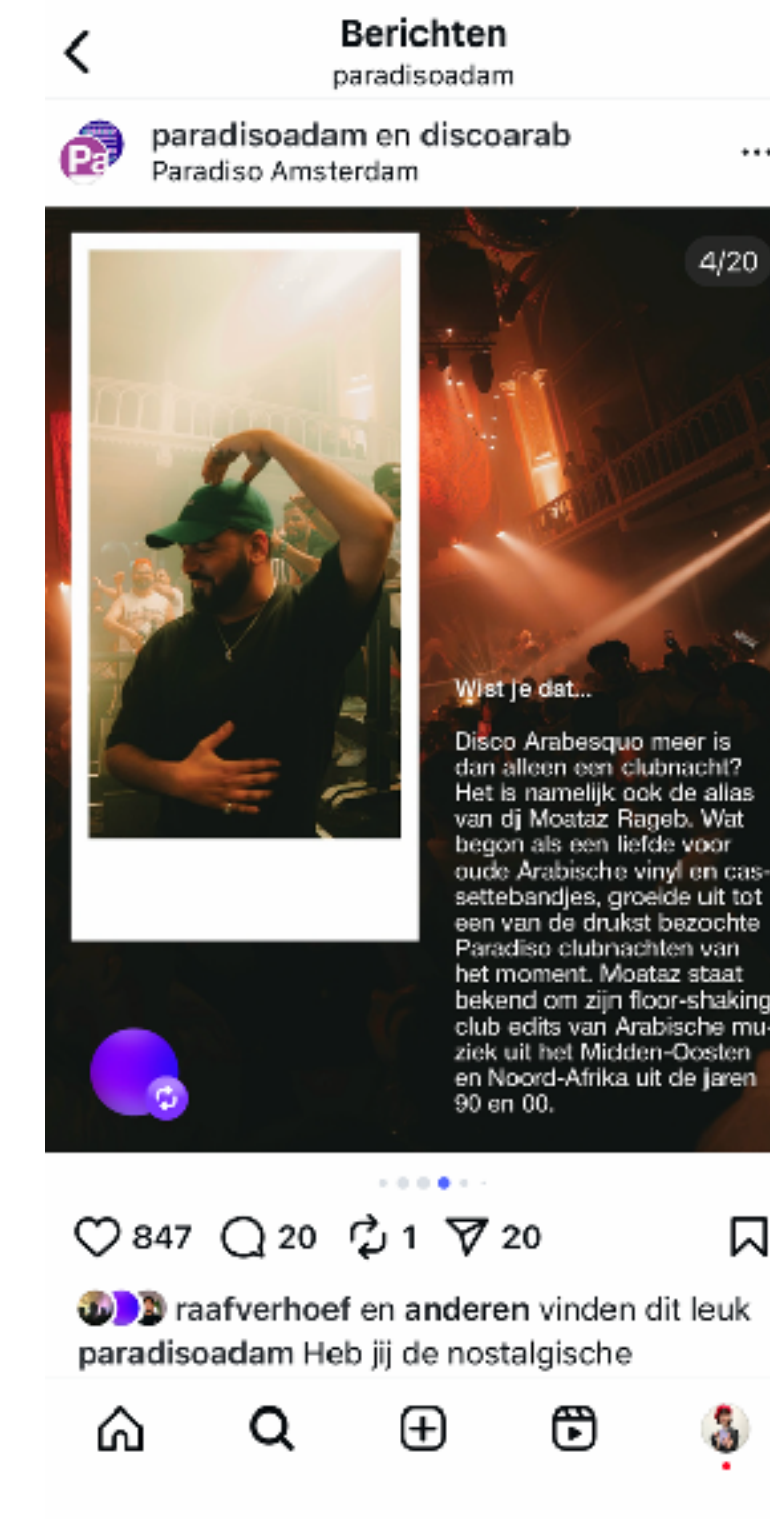
Content ideas



Contest & interactief



Behind the scenes



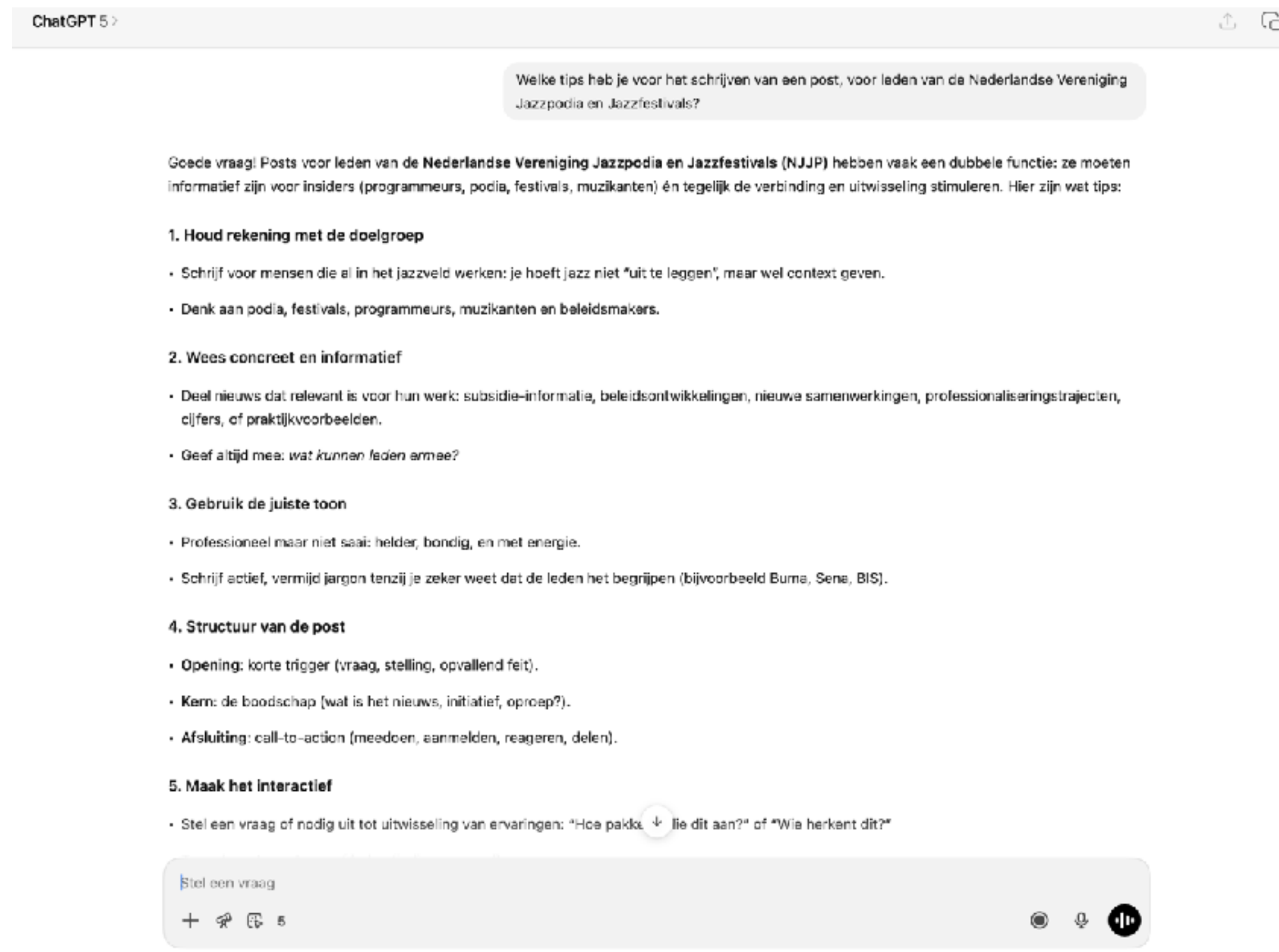
Wist je dat (informatief)



Throwback

Tip #8

AI



ChatGPT

Uitkomst voor organisaties met beperkte budgetten: content creation, hulp met tone of voice, nieuwe ideeën (een sparringpartner, niet als enige bron).

Meer over the Rule of 7 en The Mere Exposure effect

De Rule of 7

De *Rule of 7* is een marketingmaxime die stelt dat een potentiële klant een merk of boodschap idealiter minstens 7 keer moet tegenkomen voordat hij/zij actie onderneemt. Het is een van de oudste concepten in marketing. De oorsprong ligt vermoedelijk in de filmindustrie van de jaren '30, waar men merkte dat filmpromoties meerdere keren vertoond moesten worden voordat mensen naar de bioscoop gingen. Kritische benadering: sommige schrijvers waarschuwen dat het getal “7” geen wetenschappelijke zekerheid is — het is eerder een vuistregel, en in moderne marketingomgevingen kan het aantal vereiste aanrakingen hoger of variabel zijn. Lees [hier](#) meer over the Rule of 7. *The Rule of 7* is gebaseerd op het Mere Exposure Effect, uit de psychologie.

Mere Exposure Effect

Het ‘mere exposure effect’ beschrijft de psychologische neiging dat mensen iets positiever gaan waarderen wanneer ze er vaker aan blootgesteld worden, zelfs zonder bewuste herinnering. In consumentenonderzoeken is aangetoond dat herhaalde blootstelling aan producten of stimuli leidt tot een toenemende aantrekkingskracht of voorkeur. In één studie nam de aantrekkelijkheid van nieuwe producten lineair toe naarmate de blootstelling frequentie hoger was. Maar: het effect is niet altijd uniform. Onderzoek laat zien dat aandacht een rol speelt — als een visueel element (bijv. een model of opvallend onderdeel) de aandacht trekt, treedt het effect mogelijk niet op voor alle onderdelen van de afbeelding of boodschap.

Paul Hekkert, Clementine Thurgood, T.W. Allan Whitfield, *The mere exposure effect for consumer products as a consequence of existing familiarity and controlled exposure*, Acta Psychologica, Volume 144, Issue 2, 2013, Pages 411-417, Lees [hier](#) verder.

Recent onderzoek in mere exposure principe & advertentie plaatsing: Darmasubramanian, Kailash & Pareek, Akash & Khan, Arindam & Agarwal, Arpit. (2025). *Ads that Stick: Near-Optimal Ad Optimization through Psychological Behavior Models*. 10.48550/arXiv.2509.20304.

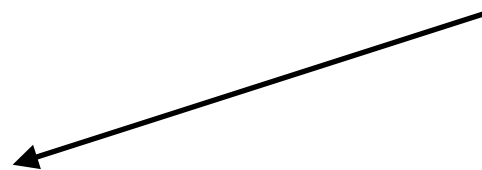
Wrap up

North Sea Round Town 2025,
door Hielke Grootendorst

Thank you!

let's stay in
touch 😊

Katrien van Leeuwen
katrien@studiokvl.nl
0644362894



studio
kvl