



## **Vergroten van de Inzetbaarheid van Jongeren in de Culturele en Creatieve Sector**

Project Ref: 2022-1-CY02-KA220-YOU-000086328

### **Handleiding ondernemersvaardigheden Onderwerp Digitale vaardigheden en technologieën Praktijkvoorbeelden, tips en trucs**

WP2/A5

Datum van uitgifte: 11/10/2023

Geautoriseerd door: Matteo Van de Looij

Partnerorganisatie: CIJ

## Samenvatting

De casestudies en tips en trucs maken deel uit van onze uitgebreide trainingsmethodologie voor de module Digitale vaardigheden en technologieën van de EPICURIOUS Entrepreneurship Skills Manual. Deze module is ontworpen om jongeren uit te rusten met essentiële digitale vaardigheden, zoals productiviteitssoftware, online beveiliging, beheer van sociale media en digitale marketing. De training is leerlinggericht, interactief en praktisch, met theorie, oefeningen, casestudy's en tips van experts.

Dit onderdeel omvat digitale hacks, advies om op de hoogte te blijven van digitale trends en richtlijnen voor effectieve en veilige online praktijken.

[The EPICURIOUS Entrepreneurship Skills Manual](#) © 2023 by [The Consortium of the EU Co-Funded Project "EPICURIOUS"](#) is licensed under [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](#)

[International](#)



## Inhoudsopgave

Samenvatting .....	1
Casestudie 1: Spotify's "Wrapped"-campagne .....	3
Inleiding .....	3
Context .....	3
Belangrijkste spelers .....	3
Doelstellingen .....	3
Casestudie 2: De virtuele museumrondleidingen .....	4
Inleiding .....	4
Context .....	4
Belangrijkste spelers .....	4
Doelstellingen .....	4
Casestudie 3: Netflix' gebruik van AI voor personalisering .....	5
Inleiding .....	5
Context .....	5
Belangrijkste spelers .....	5
Doelstellingen .....	5
Tips en trucs .....	7
1. Productiviteitssoftware: .....	7
2. Online beveiliging: .....	7
3. Beheer van sociale media: .....	7
4. Digitale marketing: .....	7
5. Analytics: .....	7
6. AI: .....	8
Tips om uitdagingen te overwinnen: .....	8
Kansen maximaliseren: .....	8
Referenties .....	10

## Casestudies

### Casestudie 1: Spotify's "Wrapped"-campagne

#### Inleiding

De "Wrapped"-campagne van Spotify is een jaarlijkse traditie geworden waar gebruikers naar uitkijken als het jaar ten einde loopt. Deze campagne werd voor het eerst gelanceerd in 2015 en biedt Spotify-gebruikers een gepersonaliseerde samenvatting van hun luistergewoonten in het afgelopen jaar. Het bevat details zoals de meest gestreamde nummers, artiesten, genres en zelfs de totale tijd die de gebruiker heeft besteed aan het luisteren naar muziek op het platform.

#### Context

De campagne wordt meestal begin december gelanceerd en is gedurende een beperkte periode actief. Het is een cultureel fenomeen geworden, waarbij gebruikers hun "Wrapped" statistieken delen op verschillende social media platforms en zo een virale loop creëren. De campagne maakt gebruik van de uitgebreide data-analyse mogelijkheden van Spotify om deze gepersonaliseerde samenvattingen te genereren.

#### Belangrijkste spelers

- **Spotify:** De muziek streaming gigant is de orkestrator van deze campagne. Hun data analytics en marketing teams werken samen om deze campagne jaar na jaar tot een succes te maken.
- **Gebruikers:** Spotify's wereldwijde gebruikersbestand, dat meer dan 345 miljoen bedraagt, speelt een cruciale rol door mee te doen met de campagne en deze te delen op sociale media.
- **Artiesten en platenmaatschappijen:** Ook zij profiteren van de campagne, aangezien deze vaak leidt tot een piek in streams voor de topnummers en artiesten die in de "Wrapped"-samenvattingen van gebruikers voorkomen.

#### Doelstellingen

1. **Betrokkenheid van de gebruiker:** Een van de belangrijkste doelstellingen is om de betrokkenheid van gebruikers op het platform te vergroten door hen gepersonaliseerde inzichten te bieden.
2. **Naamsbekendheid:** Door de samenvattingen deelbaar te maken, wil Spotify een viraal effect creëren en zo zijn naamsbekendheid vergroten.
3. **Klantloyaliteit:** De campagne dient ook om gebruikers zich gewaardeerd en begrepen te laten voelen, waardoor de klantloyaliteit toeneemt.
4. **Gebruik van gegevens:** De campagne laat Spotify's data analytics mogelijkheden zien en benadrukt op subtiele wijze hoe goed het platform de voorkeuren van zijn gebruikers begrijpt.

Door de Spotify-campagne "Wrapped" in detail te bekijken, kunnen we waardevolle inzichten krijgen in hoe een goed uitgevoerde, datagestuurde digitale campagne meerdere doelen kan bereiken, van gebruikersbetrokkenheid en merkbekendheid tot klantenbinding. Het is een bewijs van de kracht van het combineren van data-analyse met creatieve marketingstrategieën.

## Casestudie 2: De virtuele museumrondleidingen

### Inleiding

Het initiatief Virtual Museum Tours werd gelanceerd als reactie op de COVID-19 pandemie, die wereldwijd leidde tot de sluiting van musea en culturele instellingen. Veel musea erkenden de noodzaak om zich aan te passen en zich te blijven binden aan het publiek en gingen over op het aanbieden van virtuele rondleidingen door hun collecties en tentoonstellingen. Deze casestudy richt zich op de virtuele rondleiding van het British Museum, waarmee bezoekers de uitgebreide collectie van het museum thuis kunnen verkennen.

### Context

De pandemie vormde een ongekennde uitdaging voor musea en had niet alleen gevolgen voor de bezoekersaantallen, maar ook voor de inkomsten uit kaartverkoop, merchandise en donaties. Onder andere het British Museum probeerde technologie in te zetten om het publiek culturele verrijking en educatie te blijven bieden. De virtuele tour werd halverwege 2020 gelanceerd en is toegankelijk via de website van het museum en via VR-platforms.

### Belangrijkste spelers

- **Het Britse museum:** Verantwoordelijk voor het samenstellen en digitaliseren van hun collectie en het maken van de virtuele tourinterface.
- **Bezoekers:** Het wereldwijde publiek dat nu online toegang heeft tot de collectie van het museum, waardoor het bereik van het museum groter wordt.
- **Technologiepartners:** Bedrijven die gespecialiseerd zijn in 3D-beeldvorming en virtual reality leverden de benodigde technologie om de virtuele ervaring zo meeslepend mogelijk te maken.
- **Onderwijsinstellingen:** Scholen en hogescholen hebben deze virtuele rondleidingen in hun curriculum opgenomen, waardoor een nieuwe vorm van interactief leren ontstaat.

### Doelstellingen

1. **Publieke betrokkenheid:** De primaire doelstelling was om tijdens de pandemie in contact te blijven met het publiek en toegang te bieden tot culturele en educatieve bronnen.
2. **Inkomsten genereren:** Door hoogwaardige virtuele ervaringen aan te bieden, wil het museum een deel van het inkomstenverlies als gevolg van de pandemie compenseren.
3. **Wereldwijd bereik:** De virtuele rondleidingen hebben als bijkomend voordeel dat ze een wereldwijd publiek bereiken en zo het internationale profiel van het museum vergroten.
4. **Educatief bereik:** Door samen te werken met onderwijsinstellingen en virtuele rondleidingen te integreren in de lesprogramma's wordt de educatieve ervaring voor studenten wereldwijd verrijkt.

De virtuele museumtours, waarvan het initiatief van het British Museum een voorbeeld is, laten de veerkracht en het aanpassingsvermogen van culturele instellingen zien in het licht van uitdagingen. Ze benadrukken ook de rol van digitale vaardigheden in het transformeren van

traditionele sectoren, waardoor ze toegankelijker en relevanter worden in het huidige digitale tijdperk.

## Casestudie 3: Netflix' gebruik van AI voor personalisering

### Inleiding

Netflix, de wereldwijde streaminggigant, loopt voorop bij het gebruik van kunstmatige intelligentie (AI) om gebruikerservaringen te personaliseren. In deze casestudy wordt onderzocht hoe Netflix AI-algoritmen gebruikt om gepersonaliseerde contentaanbevelingen te doen en zo de betrokkenheid van kijkers te vergroten en het abonnement te behouden.

### Context

In de zeer concurrerende streamingindustrie is het een grote uitdaging om abonnees te behouden en betrokken te houden. Met een uitgebreide bibliotheek van shows en films had Netflix een manier nodig om kijkers naar content te leiden die bij hen zou aanslaan. Het bedrijf wendde zich tot AI om enorme hoeveelheden gegevens te analyseren en gepersonaliseerde aanbevelingen te doen, wat een game-changer is geweest op het gebied van gebruikersbetrokkenheid en -tevredenheid.

### Belangrijkste spelers

- **Netflix:** De streamingdienst die AI-algoritmen heeft geïmplementeerd om gepersonaliseerde content voor zijn gebruikers te cureren.
- **Datawetenschappers:** Het team dat verantwoordelijk is voor het ontwikkelen en afstemmen van de AI-algoritmen die het gedrag en de voorkeuren van gebruikers analyseren.
- **Abonnees:** De eindgebruikers die profiteren van een meer gepersonaliseerde en boeiende kijkervaring.
- **Concurrenten:** Andere streamingdiensten die ook AI verkennen voor personalisatie hebben misschien niet hetzelfde niveau van verfijning bereikt als Netflix.

### Doelstellingen

1. **Verbeterde betrokkenheid van gebruikers:** Het primaire doel is om abonnees betrokken te houden door ze content aan te bieden die aansluit bij hun voorkeuren, waardoor de kans groter wordt dat ze zich blijven abonneren.
2. **Datagestuurde besluitvorming:** Het gebruik van AI om gebruikersgegevens te analyseren helpt Netflix geïnformeerde beslissingen te nemen over toekomstige contentcreatie en -acquisitie.
3. **Concurrentievoordeel:** Personalisatie biedt een unique selling point dat Netflix onderscheidt van concurrenten in een overvolle markt.
4. **Wereldwijd bereik:** Personalisatie gaat niet alleen over individuele voorkeuren, maar houdt ook rekening met culturele en regionale factoren, waardoor het platform wereldwijd toegankelijker wordt.



Het gebruik van AI door Netflix voor personalisatie is een uitstekend voorbeeld van hoe digitale vaardigheden en technologieën een aanzienlijke invloed kunnen hebben op zakelijk succes in de culturele en creatieve industrieën. De casestudy laat de kracht zien van het gebruik van gegevens en technologie om effectiever te voldoen aan de behoeften van de consument en zo een win-winsituatie te creëren voor zowel het bedrijf als zijn abonnees.

## Tips en trucs

### 1. Productiviteitssoftware:

- **Tekstverwerkers:** Regelmatig stijlen en opmaakhulpmiddelen gebruiken om het document consistent te houden. De functie 'Wijzigingen bijhouden' gebruiken om samen te bewerken.
- **Spreadsheets:** Vertrouwd raken met basisformules en functies. Gebruik draaitabellen om grote datasets efficiënt te analyseren.
- **Presentatiehulpmiddelen:** Houd dia's beknopt en gebruik visuals als aanvulling op je boodschap. Oefen altijd je presentatie om deze soepel te laten verlopen.
- **Tools voor samenwerking:** Stel duidelijke richtlijnen op voor teamcommunicatie. Gebruik labels en etiketten om taken effectief te organiseren.

### 2. Online beveiliging:

- **Veilig surfen:** Controleer altijd op 'https' in de URL voordat u persoonlijke gegevens invoert. Wees op uw hoede voor pop-ups en ongevraagde downloads.
- **Wachtwoordbeheer:** Gebruik een combinatie van letters, cijfers en symbolen. Overweeg het gebruik van een gerenommeerde wachtwoordmanager.
- **Twee-factor authenticatie:** Schakel dit waar mogelijk in, vooral voor primaire e-mail en financiële accounts.

### 3. Beheer van sociale media:

- **Platformselectie:** Kies platforms die aansluiten bij je doelgroep. LinkedIn is bijvoorbeeld ideaal voor B2B, terwijl Instagram geschikt is voor visuele merken.
- **Inhoudkalender:** Plan content en zorg voor een mix van promotionele, informatieve en boeiende posts.
- **Betrokkenheid:** Reageer snel op opmerkingen en berichten. Analyseer regelmatig de engagementcijfers om je strategie te verfijnen.

### 4. Digitale marketing:

- **SEO:** Werk je website regelmatig bij met inhoud van hoge kwaliteit. Gebruik tools zoals Google Analytics om zoekwoorden die verkeer genereren bij te houden.
- **PPC-reclame:** Begin met een klein budget, test verschillende advertentieteksten en targetingopties. Beoordeel en pas campagnes regelmatig aan op basis van prestaties.
- **E-mailmarketing:** Segmenteer je e-maillijst om inhoud op maat te leveren. Voeg altijd een duidelijke oproep tot actie toe.

### 5. Analytics:

- **Interpretatie van gegevens:** Concentreer je op belangrijke statistieken die overeenkomen met je doelen, zoals conversiepercentages of bouncepercentages.
- **Voortdurend leren:** Digitale landschappen evolueren; werk jezelf regelmatig bij met de nieuwste analysetools en interpretatiemethoden.





## 6. AI:

- **Doelen definiëren:** Voordat je je op AI stort, moet je duidelijk definiëren wat je wilt bereiken. Of het nu gaat om het verbeteren van gebruikersbetrokkenheid, het stroomlijnen van contentcreatie of het personaliseren van gebruikerservaringen, een duidelijk doel zal je AI-strategie sturen.
- **Kwaliteit van gegevens:** Zorg ervoor dat je toegang hebt tot relevante gegevens van hoge kwaliteit. De uitvoerkwaliteit van AI hangt direct samen met de kwaliteit van de invoergegevens. Reinig en prepareer je gegevens om de AI-prestaties te verbeteren.
- **Onderzoek AI-tools:** Er is een breed scala aan AI-tools en -platforms beschikbaar, elk geschikt voor verschillende taken. Besteed tijd aan onderzoek om de tools te vinden die het beste aansluiten bij de behoeften van uw project.

### Tips om uitdagingen te overwinnen:

- **Blijf op de hoogte:** De digitale wereld evolueert snel. Trek elke week tijd uit om te leren over de nieuwste trends en tools.
- **Zoek feedback:** Vraag regelmatig aan collega's of mentoren om je werk te beoordelen, zodat je inzichten krijgt die je misschien over het hoofd hebt gezien.
- **Netwerk:** Word lid van online forums of lokale groepen die gerelateerd zijn aan uw thematisch gebied. Uitdagingen en oplossingen delen met collega's kan van onschatbare waarde zijn.

### Kansen maximaliseren:

- **Voortdurende training:** Platforms en tools bieden regelmatig trainingssessies of webinars aan. Neem deel om geavanceerde inzichten te krijgen.
- **Samenwerken:** Overweeg samen te werken met collega's of beïnvloeders in uw vakgebied om uw bereik te vergroten.
- **Analyseer en pas aan:** Bekijk regelmatig je strategieën. Als iets niet werkt, wees dan bereid om te veranderen en een nieuwe aanpak te proberen.



## Referenties

DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe, European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, 2013

<https://digcomp.org.pl/wp-content/uploads/2016/07/DIGCOMP-1.0-2013.pdf>

Top 5 Digital Skills You Need as An Entrepreneur in The Digital Age, TiE University Global, 2023

<https://www.linkedin.com/pulse/top-5-digital-skills-you-need-entrepreneur-age-tieuniversity>

DIGITAL SKILLS IN ENTERPRISES ACCORDING TO THE EUROPEAN DIGITAL ENTREPRENEURSHIP SUB-INDICES: CROSS-COUNTRY EMPIRICAL EVIDENCE, Ivona Huđek, Karin Širec, Polona Tominc, 2019

<https://hrcak.srce.hr/file/333843>

Improving Entrepreneurs' Digital Skills and Firms' Digital Competencies through Business Apps Training: A Study of Small Firms, Nick Drydakis, APRIL 2022.

<https://docs.iza.org/dp15204.pdf>

Digital skills among the representatives of cultural and creative industries in Kyrgyzstan: Interview with Erke Dzhumakmatova, UNESCO, 2023

<https://www.unesco.org/en/articles/digital-skills-among-representatives-cultural-and-creative-industries-kyrgyzstan-interview-erke>

Navarra, Marco. « Skills for professionals in cultural and creative industries. TESEO and the challenge of a mismatch », *Sociétés*, vol. 156, no. 2, 2022, pp. 33-42.

<https://www.cairn.info/revue-societes-2022-2-page-33.htm>

Benghozi, Pierre-Jean, Elisa Salvador, et Jean-Paul Simon. « Strategies in the cultural and creative industries: static but flexible vs dynamic and liquid. The emergence of a new model in the digital age », *Revue d'économie industrielle*, vol. 174, no. 2, 2021, pp. 117-157.

<https://www.cairn.info/revue-d-economie-industrielle-2021-2-page-117.htm>

The top digital tools for business in 2021, Them You & Me, 2021.

<https://theyouandme.com/blog/digital-tools-for-business-in-2021/>

21 digital tools to use for your business in 2023, Descasio, October 17, 2022.

<https://www.descasio.io/21-digital-tools-to-use-for-your-business-in-2021/>



AI 101 An Introduction to Artificial Intelligence

[https://www.researchgate.net/publication/367089697\\_AI\\_101\\_An\\_Introduction\\_to\\_Artificial\\_Intelligence](https://www.researchgate.net/publication/367089697_AI_101_An_Introduction_to_Artificial_Intelligence)

Artificial Intelligence for the Real World

<https://hbr.org/2018/01/artificial-intelligence-for-the-real-world>