

be **one** with  
**WWF**



*Interview met:*  
**The Social Squad**

**Ja maar,  
wat doe ik  
eigenlijk?**

Emma Versteeg

**MIJN  
WERK**



# Inhoud



28



16



34



12

Voorwoord	4
WWF	6
Werkzaamheden op het WWF	8
Ja maar, wat doe ik nu eigenlijk?	12
The Social Squad	16
Leerdoelen	22
Voortgang	28
Mijn werk	34
Woordzoeker	42



# Voorwoord

Ik heb stage gelopen bij de social media afdeling van het Wereld Natuur Fonds in Zeist. Hier worden alle social media uitingen gemaakt voor de hoofdkanalen van het Nederlandse deel van de organisatie. Mijn taken bestonden hoofdzakelijk uit het maken van posts voor de verschillende social media kanalen. Hiernaast was het bijhouden van de trends in social-media-land een vrijwel dagelijkse bezigheid.

*-Emma Versteeg*



# WWF

WWF begon ooit als beschermer van dieren als de panda. Inmiddels is onze uitdaging veel groter. Natuurverlies en klimaatverandering raken vandaag ál het leven op aarde. Daarom is WWF op een missie: we gaan onze wereld 'Nature Positive' maken.

*-wwf.nl*

# Werkzaamheden op het WWF

Bij het Wereld Natuurfonds vinden ontzettend veel werkzaamheden plaats. Het kantoor kan worden opgedeeld in twee delen, het Engagement deel en het Conservation deel. Het Engagement deel bestaat ook weer uit vijf verschillende delen: Marketing and studio, Partnerships and Fundraising, Digital and Data, Customer Contact Centre en Brand and Communication. Onder Brand en Communication valt de pers communicatie, de magazines, de website, de mailberichten voor de donateurs, en natuurlijk social media.

Omdat er nog oneindig veel dingen zijn die er bij dit bedrijf gebeuren ga ik me alleen concentreren op de werkzaamheden van Brand and Communication.

## Brand and Communication

Brand en Communication bestaat dus uit verschillende delen. De communicatie managers zoeken uit welke verhalen we met het publiek willen delen. Er komt een hoop informatie binnen vanuit het conservation gedeelte van het bedrijf. Dit zijn altijd ruwe feiten en cijfers die op een goede manier naar buiten gebracht moeten worden.

De communicatie managers zoeken dus uit hoe ze dit het beste kunnen doen. En met welk kanaal dit het beste kan. Als dit bijvoorbeeld het beste door het nieuws naar buiten gebracht kan worden, dan zorgen de pers communicatoren ervoor dat het een mooi verhaal voor de pers wordt. Ook zorgt de pers communicatie ervoor dat als de pers vragen heeft over een bepaald project er een goed en duidelijk bericht van het bedrijf als antwoord komt.

Is het verhaal geschikter om gelezen te worden door de donateurs? Dan zorgt de magazine groep ervoor dat het als een artikel in het magazine komt te staan. Met mooie beelden en een strakke vormgeving. Het enige nadeel hiervan is dat het magazine maar 3 keer per jaar uitgebracht wordt. Dus als het WWF de donateurs net iets eerder wil bereiken over een event dat op dat moment gaande is, is het magazine geen goede optie. Maar daarvoor zijn de donateurs-mails. De donateursmails worden elke maand verstuurd met hierin updates en resultaten van de werkzaamheden van het WWF. Hier kunnen de events dus ook goed in terecht.

Dan zijn er natuurlijk nog de verhalen en updates die meteen aan het publiek verteld moeten worden. En hiervoor gebruikt het WWF social media.

Over social media kan je heel veel informatie verspreiden. Het is dus een belangrijk medium geworden voor het WWF om meer bekendheid te krijgen en mensen te vertellen over wat ze doen. Helaas is vertellen over wat je doet vaak niet genoeg om veel volgers op social media te krijgen. Er moet iets extra's bij. Mensen kijken gemiddeld 1,7 seconden naar een post voordat ze weer verder scrollen. In die 1,7 seconden moet je dus hun aandacht zien te grijpen.

Dit lukt natuurlijk niet met zomaar een stukje tekst dat mensen moeten lezen. Het moet opgeleukt worden. Vaak wordt dit gedaan met een eyecatching foto of een inhaker op iets dat op dat moment speelt.





# *Ja maar, wat doe ik eigenlijk?*

Als social media stagiare maak je natuurlijk dingen voor social media, maar wat zijn die dingen precies?  
En hoe maak ik ze?

## TikTok

De projecten waar ik zelf het meeste aan gewerkt heb zijn TikToks. Het TikTok account van het WWF was nog erg klein toen ik begon met mijn stage. Er waren op dat moment maar 196 volgers. En het gemiddelde aantal views per video was rond de 300. Toen ik begon met het maken van TikToks voor het kanaal had ik al snel door dat TikTok erg werkt op trends. Als een bepaald geluid of een bepaalde meme trendy is worden video's die daar over gaan beter bekeken dan video's die daar niet over gaan.

Het maken van een TikTok begint dan ook vaak bij het vinden van een geschikte trend. Als ik een trend gevonden heb waar ik iets mee kan, dan laat ik deze zien aan mijn stagebegeleider. Als hij de trend in combinatie met mijn idee heeft goedgekeurd, maak ik er eerst een proefversie van op mijn eigen TikTok account waar ik de TikTok privé plaats zodat alleen ik hem kan zien. Ik probeer in deze fase de TikTok trend in een WWF-jasje te gieten en zo te zorgen dat we door middel van de trend onze boodschap kunnen verspreiden.

Als de proefversie klaar is laat ik hem weer aan mijn begeleider zien. Als de TikTok goed is, ga ik hem op het account van het WWF maken. Dan verzijn ik er ook een beschrijving bij. Vaak verzijn ik er een stuk of 7 en overleg met mijn stagebegeleider welke het beste zou passen. Als ik de TikTok helemaal klaar heb staan kijkt mijn stagebegeleider hem nog een laatste keer na en dan wordt ie gepost. Vaak is het dan maar afwachten of de post een succes wordt of niet. Het kan zijn dat de trend net niet meer zo populair is.

Of dat hij niet bij de goede mensen terecht komt op hun "for you" page, waardoor de TikTok het niet goed doet. Maar het kan ook goed gebeuren dat de TikTok het juist heel goed doet en dat we er meteen een hele hoop volgers bij krijgen.



# The social squad





## Frank Ouwerkerk

Als kind had ik al een fascinatie voor natuur en dier en wilde ik niets liever dan Ranger worden. Het zal je dan ook verbazen dat ik uiteindelijk niet lid werd van de WWF-Rangerclub, maar koos voor een abonnement op de Donald Duck (ik MOEST kiezen van m'n ouders, beiden mocht niet).

Anyway, dankzij de Donald Duck werd ik enthousiast van woordgrappen en spelen met taal. Laat dat een paar jaar sudderen, gooi het in de mix met internet en je krijgt een tiener-Frank die aan de lopende band dankmemes aan het maken is voor op Facebook en 9gag. Nog niet wetende, dat dit jaren later de voedingsbodem zou zijn voor een baan bij een reclamebureau.

Na een aantal jaar gewerkt te hebben voor mooie merken als bol.com (Gerda!), Netflix, JBL, Chocomel en Pathé, kwam toch die Ranger-behoefte weer om de hoek kijken. Een vacature voor Social Media Manager bij het Wereld Natuur Fonds maakte die behoefte compleet de internetskills deden de rest.

En hier zit ik dan, een beetje de wereld te redden met memes over natuur en dier. Helemaal op m'n plek dus.

**Frank Ouwerkerk**  
**Social Media Manager WWF-NL**

# Bruce de Kok

Jarenlang maakte ik bij reclamebureaus social media content voor welk merk dan ook. Water in plastic flesjes? Check. Gefrituurde kip? Tuurlijk.

Zuivelproducten? Zeker. Gokken op voetbal? Ja hoor, ook gedaan. En creatief gezien was het fantastisch werk om te doen. Maar het knaagt wel aan je...

Als je namelijk één stapje verder denkt, ga je je afvragen: "Worden mensen hier nou echt blij van?" Want keuzevrijheid is een ding, maar moeten we elk soort product willen promoten – bijvoorbeeld als ze grote negatieve impact hebben op de planeet en/of ons welzijn? Maak ik mensen nou écht blij met fastfood, gokken en aankopen die ze anders misschien niet hadden gedaan?

Lijkt me niet.

Daarom startte ik in 2022 bij het Wereld Natuur Fonds (WWF). Als er één organisatie is die het verschil kan maken, is het wel WWF. Wereldwijd zetten vakmensen zich in om dieren en natuur te redden. Daarnaast overtuigen ze bedrijven en overheden om te kiezen voor een duurzamere toekomst.

Dát zijn zaken die aandacht verdienen, want we kunnen het niet zonder onze trouwe donateurs.

Het is mijn taak om die verhalen te vertellen op sociale media – een omgeving waar je content met één veeg weer weg is. Dus hoe verpak je (soms complexe) verhalen op zo'n manier dat ze de aandacht binnen een enkele seconde pakken? Wie bereiken we op welke platforms? En hoe krijgen we die mensen mee om ook voor een groene toekomst te willen gaan? Het publiek op Facebook kent ons van de exotische dieren en wil misschien helemaal niet beginnen aan een duurzamere levensstijl, terwijl jongeren op TikTok juist nóg sneller actie willen zien om klimaatverandering tegen te gaan. Oh, en moeten we niet op BeReal zitten?

Soms faalt je content compleet, maar vaak maak je ook écht een verbinding tussen WWF en mensen. Ik ben allang blij dat het over échte onderwerpen gaat – en niet gefrituurde kip.

**Bruce de Kok**  
**Social Media Creative bij WWF**

*Bruce de Kok*



LEER

DOELEN

*Wat ik wilde leren én wat ik geleerd heb.*

## Community management

Ik heb met mijn stagebegeleider overlegd hoe ik het beste zou kunnen leren om te reageren op de posts die andere mensen plaatsen en op de reacties die andere mensen op onze posts plaatsen. Het leek ons een goed idee om het checken van diverse interessante accounts een van mijn dagelijkse taken te maken. Ik begin elke ochtend met het checken van de accountlijst die mijn stagebegeleider samengesteld heeft. Als ik een post zie waar we wat mee kunnen stuur ik deze door via Teams met een reactie voorstel erbij. Dan beoordeelt mijn stagebegeleider of de post en de reactie er op goed bij de stijl en het doel van het WWF passen. En als dat zo is plaats ik de reactie.



## Communiceren in een bedrijf

Eén van de dingen die ik graag wilde leren was of een groot bedrijf goed bij mij zou passen of dat ik beter bij een klein bedrijf zou kunnen gaan werken later. Een groot verschil tussen kleine en grote bedrijven is natuurlijk de communicatie. Bij het WWF wordt bijvoorbeeld veel in het Engels gecommuniceerd tussen alle verschillende afdelingen van het WWF. Zoals ik al eerder uitgelegd heb in het stuk over de afdeling waar ik werk komt alle informatie langs de communicatie managers en de mail. Mijn stagebegeleiders Bruce en Frank krijgen ook veel vragen en informatie rechtstreeks van medewerkers in het conservation deel van het bedrijf, waardoor er vaak een hoop gefilterd moet worden voordat er een goede post van gemaakt kan worden. Als ik iets wil vragen aan iemand in het bedrijf doe ik dit ook vaak via de mail of via Teams.



## Content maken voor een NGO

Voor jezelf social media content maken en social media content maken voor een grote organisatie zijn natuurlijk erg verschillende dingen. Zeker als de organisatie ook nog een belangrijke boodschap te vertellen heeft. Veel dingen moeten extra nagekeken worden en alle feiten moeten kloppen. Het is dus nog best een klus om een goeie post te maken. Daarom wilde ik graag leren hoe ik dit het beste kon doen. Ik heb ontdekt dat het eigenlijk helemaal niet zo moeilijk hoeft te zijn. Veel van onze posts zijn inhakers. Als we een onderwerp zien dat op dat moment trendy is, maken wij ook een post over dat onderwerp, maar dan met een WWF tintje. Bijvoorbeeld toen iedereen helemaal fan was van Pedro Pascal heb ik een TikTok gemaakt waar Pedro Pascal in voorkwam maar ook een stukje over dat we bij het WWF de wereld proberen te redden.

## Overzichtelijk werken

Ik heb dit leerdoel later nog aan het lijstje toegevoegd. Nadat mijn eerste stagebegeleider Frank met vaderschapsverlof ging nam Bruce de taak van hem over. Hij herkende heel veel van zijn eigen onoverzichtelijkheid in mij en stelde voor om mij te helpen hiermee. Hij heeft geholpen met het duidelijk maken wat ik het beste kon doen om meer overzicht in mijn werk te krijgen. Een van deze dingen was het maken van een To Do-lijst. Ik heb een online programma gevonden waar ik makkelijk al mijn taken op kan zetten en af kan strepen. Op deze manier vergeet ik ook minder snel wat ik allemaal nog zou kunnen doen als ik laar ben met mijn huidige taak.

**Ik wil voor het einde van mijn stage  
leren hoe er word gecommuniceerd op  
het WWF en deze communicatie zelf  
uitgevoerd hebben.**

Ik wil beter worden in overzichtelijk werken  
door middel van een To-Do lijst, voor het  
einde van mijn stage.

*Ik wil leren om content te maken voor  
een NGO en deze posten voor het einde  
van mijn stage*

Ik wil weten hoe ik het beste kan reageren vanuit het  
WWF account op posts en reacties van andere  
social media gebruikers voordat mijn stage voorbij is.



A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a plaid shirt, is sitting at a desk in an office, looking at a laptop. The desk is cluttered with a green water bottle, a panda mug, a coffee cup, and other items. A large green plant is in the foreground, partially obscuring the view. In the background, another person is visible at a desk.

# VOORTGANG

Waar liep ik tegenaan? Wat heb ik gedaan?

### Werkzaamheden

Eén van mijn leerdoelen was om uit te vinden of werk in de social media-tak iets voor mij was. Ik heb al veel verschillende dingen uit kunnen proberen en veel verschillende soorten posts kunnen maken. Het was erg fijn om al een aantal vaste formats te hebben voor de verschillende social media posts. Mijn stagebegeleider had de ideeën allemaal bedacht sinds hij begon met werken bij het WWF, waardoor het makkelijk op te pakken was.

Het was voor mij erg belangrijk dat ik met zoveel mogelijk verschillende social media-platformen kon werken. Zo kon ik goed uitvinden wat het beste bij mij paste. Ook was het belangrijk dat ik alle verschillende soorten formats uit kon proberen, ook om weer te kijken wat het



Na een hoop verschillende platformen en formats uit geprobeerd te hebben, heb ik de conclusie kunnen trekken dat ik TikTok en video's maken het leukste vind. Ik vind het erg leuk om nieuwe TikTok-trends te zoeken en om op deze trends in te haken. Ook het filmen van het materiaal dat ik voor deze TikToks gebruik is erg leuk. Ik heb een paar weken geleden een hele dag beeldmateriaal kunnen verzamelen voor een TikTok die de dag erna online kwam. Het was leuk om te zien dat deze video het ook erg goed deed.

Ik ga deze informatie en ontdekkingen zeker gebruiken in de rest van mijn stage. Natuurlijk is het nog veel te vroeg om nu al te zeggen wat ik het allerleukste vind om te doen en wat het beste bij mij past, dus ik zal dit zeker nog verder gaan ontdekken en uitproberen door de rest van mijn stage heen. TikTok zal ik voor nu het meeste blijven doen omdat mijn stagebegeleider hier zelf niet heel goed in is en ik hem hier dus goed mee kan ondersteunen. Ik vind het erg leuk om te zien dat het TikTok account van het WWF het een stuk beter is gaan doen sinds ik begonnen ben met TikTok video's maken.

## Kennismaken

Bij het WWF werken ontzettend veel mensen, en als je er stage komt lopen moet je natuurlijk al die mensen eerst nog leren kennen. Ik vind het zelf erg lastig om de eerste stap te zetten in het leggen van dit contact. Beter en zelfverzekerder worden in het kennis maken met nieuwe mensen is hierom dus ook een van mijn leerdoelen.

Voor mij was het belangrijk dat ik een klein duwtje in mijn rug zou krijgen om mij te helpen met de eerste stap, namelijk het plannen van de kennismaking. Daarom heeft mijn stagebegeleider Frank voor mij de gesprekken ingepland. Hierdoor was het makkelijker voor mij om gewoon kennis te maken, omdat ik er nu eigenlijk niet meer onderuit kon en ik me geen zorgen hoefde te maken dat de kennismaking niet goed uitkwam voor de collega.

De conclusie die ik hieruit kan trekken is dat wanneer ik ergens nieuw ben het beste maar meteen met iedereen kennis kan gaan maken. Zo krijg ik te horen wat ze doen in het bedrijf en waar we elkaar eventueel bij kunnen helpen. Zo heb ik nu al diverse collega's vragen kunnen stellen over bepaalde beschrijvingen en fonts die ik nodig had voor de social media posts.

De volgende keer dat ik op een nieuwe werkplek kom ga ik, afhankelijk van het aantal medewerkers, een koffiemomentje inplannen met collega's die in mijn team zitten of die mij kunnen helpen. Zo kan ik kennismaken en word het gelijk een stuk gezelliger en aangenamer om naar kantoor te komen.

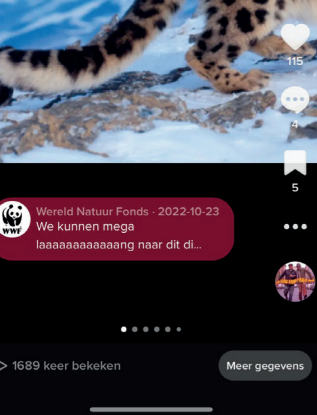


## Zelf werk vinden

Een paar weken geleden was ik eigenlijk al klaar met mijn taken maar ik moest wachten tot mijn stagebegeleider klaar was met zijn meeting, voordat hij kon checken wat ik gemaakt had. Een andere stagiair die naast mij zat had het juist erg druk met haar taken en ik vroeg haar of ik haar kon helpen met iets. Ze zei dat ik haar wel kon helpen met een Instagram post maken voor het WWF Ranger account. Dit moest een makkelijke kerst post worden met een rebus er in. Als je een kleine puzzel of vraag in een post zet kan je altijd makkelijk een reactie van mensen krijgen door om het antwoord te vragen. En zeker voor een kerst post is dit leuk.

Voor mij was het belangrijk dat ik kon laten zien wat ik kan aan andere mensen in het kantoor. Ik had tot nu toe alleen nog maar dingen gemaakt voor het social media gedeelte en ik wilde graag ook kijken of ik andere dingen kon uitproberen. Dit was natuurlijk ook weer een social media post maar toch wel weer anders doordat het voor een ander account was. Ik mocht een andere stijl gebruiken en een andere "tone of voice".

De conclusie die ik hieruit trek is dat ik graag meer diversiteit in mijn werk wil hebben. Ik vond het leuk om een keer in een andere stijl dingen te kunnen maken. In plaats van steeds maar dezelfde stijl te gebruiken. Ik ga vaker vragen of ik andere mensen kan helpen als ik wat tijd over heb. Op die manier kan ik nog beter uitvinden wat het beste bij mij past en wat ik later wil gaan doen.



### ZEEOTTER

Bruinwier, een zeewier-soort, neemt CO2 op. Maar dat bruinwier is het lievelingskostje van zee-egels, die met hun geknaag een ware verwoesting kunnen aanrichten onder het bruinwier. Gelukkig is de zeeotter dol op zee-egels. Hij eet er zo veel op een dag, dat de zee-egels niet al het bruinwier op kunnen eten. Zo beschermt de zeeotter met zijn eetgedrag de bruinwieren die weer helpen in de strijd tegen klimaatverandering.

### "VOLGENS DE OUDERE VISSERS SCHEPTE JE DE MAKREEL ZO UIT HET WATER."

Allen (17) ziet rond zijn Filipijnse eiland Batasan de zeespiegel stijgen. 'Ik wil naar de zeevaartschool en zeeman worden.'

Lees hier zijn verhaal:



### WALVIS

De walvis is een belangrijke bondgenoot voor de opvang van CO2, zijn uitwerpselen zijn voedsel voor het fytoplankton. En dat plankton vangt CO2 op en zetten het om in zuurstof.



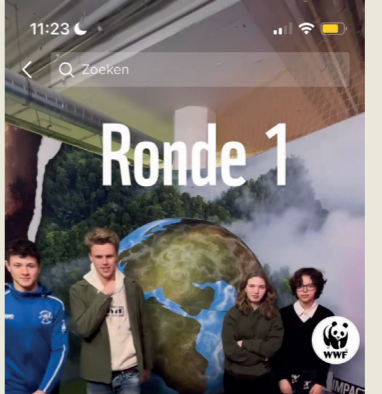
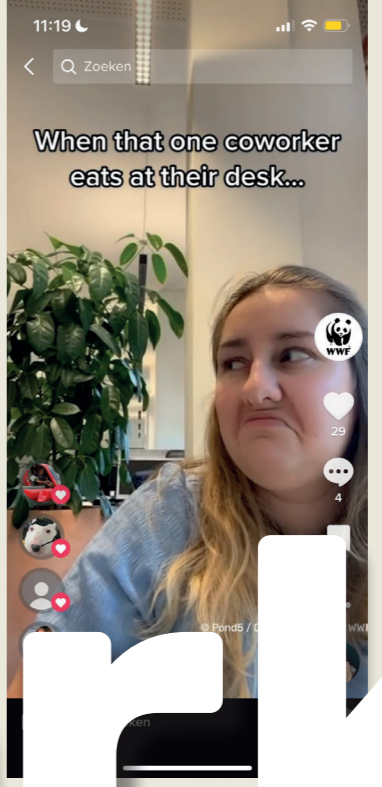
...VAN DE MENSEN STEUNT HET MAKEN VAN WERELDWIJDE REGELS VOOR REGERINGEN OM EEN EINDE TE MAKEN AAN PLASTICVERVUILING!



Meer vragen (en antwoorden) om de aarde een stukje groener te maken? Check dit boek!



# Mijn werk



# Instagram & Facebook

## Klimaat dieren

### ZEEOTTER

Bruinwier, een zeewier-soort, neemt CO2 op. Maar dat bruinwier is het lievelingskostje van zee-egels, die met hun geknaag een ware verwoesting kunnen aanrichten onder het bruinwier. Gelukkig is de zeeotter dol op zee-egels. Hij eet er zo veel op een dag, dat de zee-egels niet al het bruinwier op kunnen eten. Zo beschermt de zeeotter met zijn eetgedrag de bruinwieren die weer helpen in de strijd tegen klimaatverandering.

Ik heb veel stories gemaakt voor het Instagram kanaal van het WWF. bijvoorbeeld de stories over de klimaatdieren. Dit zijn dieren die het klimaat helpen doordat ze bijvoorbeeld veel CO2 vasthouden of bepaalde planten eten waardoor andere planten weer goed kunnen groeien. De stories zijn gebaseerd op een artikel dat op de website van het WWF staat.

### BOSOLIFANT

De bosolifant leeft in de tropische bossen van Centraal-Afrika. Hij eet en vertrapt alle kleinere bomen, waardoor de grote bomen meer ruimte hebben om te groeien en dus meer CO2 opslaan.

### WALVIS

De walvis is een belangrijke bondgenoot voor de opvang van CO2. Zijn uitwerpselen zijn voedsel voor het fytoplankton. En dat plankton vangt CO2 op en zetten het om in zuurstof.

## Rangers

De WWF-rangers hebben ook hun eigen Instagram kanaal. Vaak maakt het educatie team hier posts voor. Maar omdat hun stagiaire het te druk had met andere taken vroeg ze of ik de kerstpost wilde maken. Ik vond het erg leuk om dit ook een keer te mogen doen omdat het een totaal andere manier is van posts bedenken. Er mocht bijvoorbeeld een kleine puzzel inzitten die kinderen op konden lossen.



## WWF facts

WWF facts is een format wat gebruikt wordt voor Instagram posts. In dit format stoppen we vaak feitjes waar een getal aan te koppelen is. Het getal is de eyecatcher waardoor de post opvalt en mensen de rest van de informatie gaan lezen.



## Natuurlijk doe je zo

Aan het begin van mijn stage werd er een kinderboek uitgebracht met natuurfeitjes. Dit boek moest op social media gepromoot worden. Hiervoor heb ik zowel stories als tijdslijn posts gemaakt.

- Kunnen we zonder papier?** (Image: Paper crane)
- Geeft een vogelbekdier licht?** (Image: Woodpecker)
- Waar komt jouw T-shirt vandaan?** (Image: T-shirt)
- Kunnen bijen dansen?** (Image: Bee on a flower)
- Absoluut! Vooral honingbijen houden van dansen. Niet omdat ze zo dol zijn op feestjes en muziek, nee, ze gebruiken hun dans om met elkaar te praten. Werksters, de bijen die al het eten verzamelen, vertellen aan de andere werksters waar ze eten hebben gevonden. Zo wisselen ze dus geen woord uit, maar ze kunnen elkaar heel veel vertellen.** (Image: Bee)
- Meer vragen (en antwoorden) om de aarde een stukje groener te maken? Check dit boek!** (Image: Book cover 'Natuurlijk doe je zo')

## Tap to clean

Met het "Tap to clean" format promoot het WWF producten uit hun webshop in de stories. De eerste foto is van het product in de natuur waar het weggegooid is. Als je op die foto tikt op de Instagram stories gaat hij naar de volgende foto en dat is een foto waar het product uit is weg gefotoshopt. Hier staat ok vaak de link naar een soortgelijk product van de WWF-webshop op. Dit product is vaak duurzamer en zal daardoor niet zo snel in de natuur belanden als het product in de eerste foto.



## Daar en Hier

Daar en hier is net als WWF-facts een format. Het WWF gebruikt vaker dit format m mooie beelden te highlighten. Met dit format wil het WWF laten zien dat ook de dieren en de natuur in Nederland erg bijzonder kunnen zijn.



## Klimaat jongeren

De Volkskrant bracht een artikel uit over jongeren van over de hele wereld en hun relatie met klimaatverandering. Als WWF wilde wij dit promoten door story's te laten zien waar het artikel kort ingeleid werd en waar op een link geklikt kon worden om naar de website met het artikel te gaan.

"NA EEN ENGE FILM KUN JE HET LICHT AANDOEN. DIT SOORT ANGST GAAT NIET WEG."

In de Amerikaanse staat New Mexico zag Charlie (14) de bosbranden razendsnel dichterbij komen. 'Ik dacht alleen maar: ik wil hier weg, weg, weg.'

Lees hier haar verhaal:



## Pandapunten

Voor 1 april wilde we graag een grappige post maken om mensen in de maling te nemen. Frank had al een tijdje het opvallende woord "pandapunten" in gedachten en had bedacht dat het leuk zou zijn als daarmee betaald kon worden op de webshop. Met dat in gedachten heb ik deze post ontworpen.



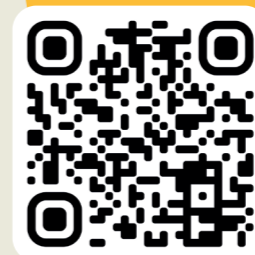
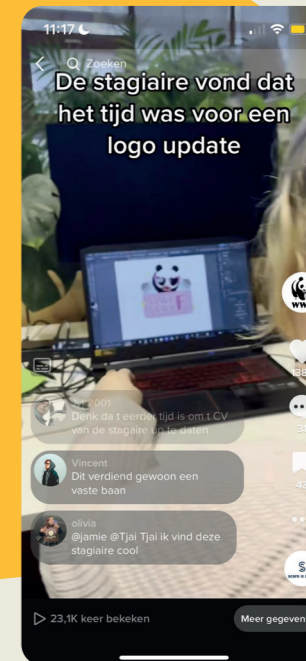
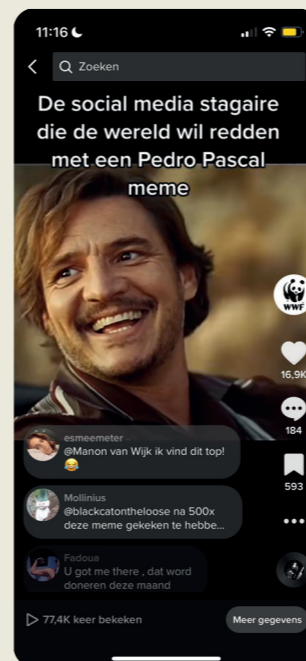
# TikTok

Omdat het op TikTok vooral gaat om video's en niet zo zeer om het design heb ik hier een paar video's als voorbeeld verzameld. Voor alle video's verwijs ik naar het TikTok account van het WWF.



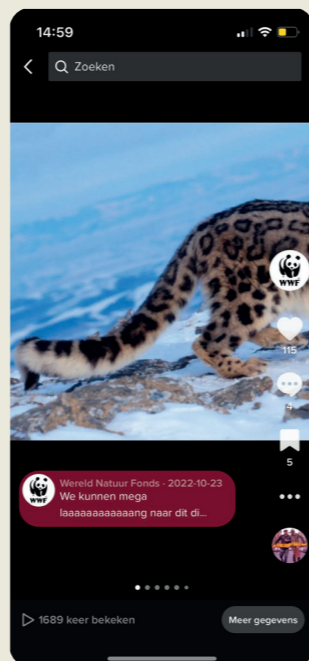
## Viral TikToks

Dit zijn de TikToks die door de meeste mensen zijn bekeken. Door deze TikToks is het WWF account erg gegroeid en hadden we er opeens heel veel volgers bij.



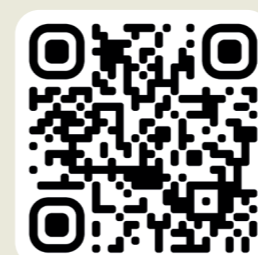
## Mijn eerste WWF TikTok

Mijn eerste opdracht bij het WWF was om de toelatingsopdracht opnieuw te maken. Dit moest een TikTok zijn over een irritatie die je op kantoor kan hebben.



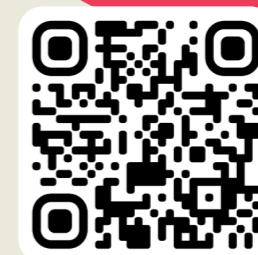
## Sneeuwluipaaaaaaaard

De Volkskrant bracht een artikel uit over jongeren van over de hele wereld en hun relatie met klimaatverandering. Als WWF wilde wij dit promoten door story's te laten zien waar het artikel kort ingeleid werd en waar op een link geklikt kon worden om naar de website met het artikel te gaan.



## YOUSEUM

WWF-Youth is een samenwerking begonnen met het YOUSEUM in Leidschendam. In dit museum staan verschillende sets waar je foto's mee kan maken. Het WWF heeft ook zo'n set gekregen met een grote wereldbol die je kan knuffelen. Om dit te promoten hebben we voor TikTok verschillende video's gemaakt met de WWF-Youth members.





# Meer magazine?



# steun nu WWF

Word nu donateur en ontvang 3x per jaar het "be one with nature" magazine.

