



UITLEG PDF VOOR INZENDERS

In dit document vinden bedrijven en organisaties alle informatie over het inzenden voor De Beste Social Awards 2017.

DATA De Beste Social Awards - Business

21 maart 09:00 uur - 14 april 18.00 uur: inzendperiode De Beste Social Awards - Business

15 april - 8 mei: de jury buigt zich over de zakelijke inzendingen

8 mei: bekendmaking van de nominaties van De Beste Social Awards - Business

8 juni 16:00 uur: start [De Beste Social Awards - Business](#)


8 juni 19:30 uur: start [publieksevent De Beste Social Awards](#)

Kaartverkoop voor De Beste Social Awards - Business start binnenkort.

Contactgegevens

✉ info@debestesocialawards.nl

 [Facebook](#)

 06-23992158

INHOUD

<u>Intro</u>	3
<u>Inzendvoorwaarden</u>	4
<u>1. Beste Inhaker</u>	5
<u>2. Beste Video</u>	8
<u>3. Beste Webcare</u>	11
<u>4. Beste Design</u>	14
<u>5. Beste Copywriting</u>	17
<u>6. Beste Story (Nieuw)</u>	20
<u>7. Beste Advertising (Nieuw)</u>	22
<u>8. Beste Campagne</u>	25
<u>9. Beste Pagina (Nieuw)</u>	29
<u>10. Beste Innovatie (Nieuw)</u>	31
<u>11. Beste Talent (Gratis inzenden)</u>	33
<u>Stemproces categorieën</u>	36
<u>Team De Beste Social Awards</u>	37

DIT JAAR DOEN WE HET NET EVEN ANDERS

De Beste Social Awards eren de beste content, contentmakers, organisaties en bedrijven op social media. Dit jaar splitsen we het event op in De Beste Social Awards en De Beste Social Awards - Business. Met het publieke event gaan we breder en groter, met als doel heel Nederland te laten genieten van social media. Het zakelijke event zal juist dieper inzoomen op de branche en al het fantastische werk dat hierin gemaakt wordt belonen.

DE BESTE SOCIAL AWARDS – NIET INZENDEN

Het publiek bepaalt

Voor de categorieën van het publieksevent De Beste Social Awards kan niet ingezonden worden. Een combinatie van suggesties van het publiek, de jury van de zakelijke categorieën en de redactie van De Beste Social Media bepaalt de genomineerden. Vervolgens kan heel Nederland van 8 t/m 22 mei stemmen op de genomineerden. De winnaars worden voor 100% bepaald door de stemmers.

DE BESTE SOCIAL AWARDS – BUSINESS – WEL INZENDEN

De jury bepaalt

Voor alle categorieën van het zakelijke event De Beste Social Awards - Business moet er worden ingezonden. Door jouw case of bericht in te zenden, kwalificeer je je om beoordeeld te worden door de jury. Let wel: alleen cases en berichten die voldoen aan de voorwaarden, worden voorgelegd aan de jury.

De jury nomineert per categorie de beste inzendingen. Dit doen ze door eerst individueel en afzonderlijk te stemmen en later te overleggen met de andere juryleden over de inzendingen met de hoogste beoordelingen. De genomineerden van de zakelijke categorieën worden niet aan het publiek voorgelegd. Deze worden alleen beoordeeld door de jury. De genomineerden worden op maandag 8 mei bekend gemaakt. De winnaars worden op donderdag 8 juni 2017 tijdens De Beste Social Awards - Business bekend gemaakt. Elke winnaar per categorie krijgt een eervolle vermelding op de website, op de sociale media kanalen van De Beste Social Media & Awards en in het persbericht van De Beste Social Awards. Tevens ontvangen ze een fysieke award om mee naar huis te nemen.

INZENDVOORWAARDEN DE BESTE SOCIAL AWARDS - BUSINESS

Algemene voorwaarden, geldend voor alle categorieën:

- De inzending moet gepubliceerd zijn tussen 16 april 2016 00:00 uur en 14 april 2017 23:59 uur.
- De inzending moet speciaal voor social media gemaakt zijn. Geen overplaatsingen uit bijvoorbeeld print of tv-reclames.
- De afzender van de business inzending moet een in Nederland geregistreerd bedrijf zijn.
- Het inzenden van een bericht kost €125,00 in alle categorieën. Behalve de categorie Beste Talent, hiervoor is inzenden gratis. De gecommuniceerde prijzen zijn exclusief BTW.
- Adaptaties van buitenlands – dus niet in Nederland gecreëerd – werk zijn uitgesloten van deelname.
- Iedereen (bedrijven, overheden en zelfstandigen) mag inzenden voor alle categorieën.
- Vereisten zijn een geldig e-mailadres en het doorlopen van het betalingsproces via iDeal of factuur.
- Voor berichten van de volgende platforms mag worden ingezonden: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, WeChat, VKontakte, Reddit, Swarm, Tumblr, Vine, YouTube, LinkedIn, WhatsApp, Telegram en Google+.
- Er is geen limiet verbonden aan het aantal inzendingen.
- De Beste Social Awards beslist over de juistheid en betrouwbaarheid van de inzending.
- Voor de inzendingen geldt geen geheimhoudingsplicht.
- Voor alle categorieën zijn er aparte inzendvoorwaarden. Deze zijn hieronder te vinden.
- Het inzenden van werk geeft niet automatisch recht van toegang tot de uitreiking van De Beste Social Awards - Business. Kaarten hiervoor dienen apart te worden besteld. Alle genomineerde bedrijven of instanties krijgen standaard 1 kaart voor het evenement.
- De Beste Social Media claimt niet het eigendom te hebben over de inzendingen en zal deze louter gebruiken voor deze wedstrijd of redactionele content ter promotie van de wedstrijd.
- Bij het accepteren van de voorwaarden gaat de inzender tevens akkoord dat inzender op de hoogte gehouden zal worden gehouden van De Beste Social Media & Awards via e-mail.
- De Beste Social Awards is in geen enkel geval aansprakelijk. Ze is niet aansprakelijk in het geval van overmacht, als de verkiezing geannuleerd, ingekort, verlengd of uitgesteld moet worden of als de algemene voorwaarden aangepast moeten worden.
- Bij een niet-correcte inzending wordt de inzending gediskwalificeerd. De betaalde fee wordt niet gerestitueerd.

VOORWAARDEN EN INFO PER CATEGORIE

1. BESTE INHAKER

Wat waren de beste inhakers van bedrijven van het afgelopen jaar? Stuur ons hier de grappigste, mooiste, snelste en meest creatieve inhakers op de actualiteit, hypes, andere bedrijven en personen of vaste feestdagen.

Wat lever je aan?

- URL naar het originele bericht op social media
- Korte motivatie van maximaal 140 tekens
- Gegevens van bureau en merk
- Eventueel een screenshot van het bericht (let op: bijlage maximaal 5MB)

VOORBEELDEN EERDERE WINNAARS:



COOLBLUE - 2016 - WINNAAR



STABILO - 2015 - WINNAAR



HI - 2014 - WINNAAR

JURY – BESTE INHAKER



JAAP VAN ZESSEN

Social Media Analist bij AD.nl

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



RENÉ VAN MEURS

Stand-up Comedian en Tekstschrijver

[Twitter](#)

[Instagram](#)



JESSICA BERGHOUT

Social Media Coördinator bij HEMA

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



JAN VAN DER AA

Social Brand Specialist bij Vodafone Ziggo

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

2. BESTE VIDEO

In deze categorie zoeken we de mooiste, beste, meest slimme social video's van bedrijven. Van live-video, gifje, tot animatie of drone: als het maar video was en impact maakte. Let op: de video moet speciaal voor social media gemaakt zijn. Een doorplaatsing van bijvoorbeeld een tv-commercial is dus niet geschikt.

Wat lever je aan?

- URL naar het originele video op social media
- Korte motivatie van maximaal 140 tekens
- Gegevens van bureau en merk
- Eventueel Wettransfer-link naar het bronbestand (.mov)

VOORBEELDEN EERDERE WINNAARS:



EFTELING - 2016 - GENOMINEERDE



GOOGLE - 2016 - GENOMINEERDE



ABN AMRO - 2015 - GENOMINEERDE

JURY – BESTE VIDEO



JEREMY BROOK

Creative Business Partner bij Google

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)



BAS WELLING

Co-founder bij Wefilm

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)



PIM DE GRAAFF

Creative Director bij RIDE

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)



BOBBY BOERMANS

Director/Producer bij 2CFILM

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

3. BESTE WEBCARE

De best opgeloste, gevatte, spitsvondige, creatieve, bijzondere of herkenbare webcare-gesprekken van bedrijven. Dit kan een reactie zijn, of een langer gesprek. Zolang de dialoog maar in één beeldvullende screenshot valt samen te vatten.

Wat lever je aan?

- URL naar het originele bericht op social media
- Korte motivatie van maximaal 140 tekens
- Gegevens van bureau en merk
- Eventueel een screenshot om exact aan te duiden om welk deel van het gesprek het gaat, mocht dit niet duidelijk zijn (let op: bijlage maximaal 5MB)

VOORBEELDEN EERDERE WINNAARS:



David Vonk ▸ **T-Mobile NL**
2 juni 2015 · 🌐

Bedankt T-mobile, na 10 jaar trouwe lidmaatschap ontvang ik vandaag het meest kansloze cadeau ooit voor mijn verjaardag.! Ik krijg welgeteld een party-speaker voor op men kop en 15 dagen gratis Deezer..waar ik notabene al lid van ben...wat kennen jullie je klanten toch goed!! Nu weet ik het zeker, dit is mijn laatste jaar lidmaatschap bij jullie.!
Gegroet

👍 Leuk 💬 Reageren ➦ Delen

👤 Mickey Cohen en 5,2K anderen 📈 Populairste reacties

38 keer gedeeld 540 reacties

T-Mobile NL 📍 Lieve David, Waar was je nou?! 😊
We hebben er zelf maar een feestje van gemaakt! Sorry voor de rommel. Er ligt wat lekkers en wat leuks op je te wachten bij de lieve buurvrouw op nummer 18. We hopen dat we je toch nog een leuke verjaardag hebben bezorgd. Dikke verjaardagskus van Thalina en Amy en de groeten van T-Mobile.



T-MOBILE - 2016 - WINNAAR



COOLBLUE - 2015 - WINNAAR

 **Willem Nout** ► KLM
16 uur geleden · 

KLM, mattie, ik heb je nodig GI Ik wil 14 mei naar San Francisco vliegen en het liefst een tussenstop maken in New York om daar een dagje of 3 te chillen. Maar hoe boek ik dat via de KLM voordeelweken aanbieding fafiage? I donts gets how it works!

Vind ik leuk · Reageren

 1.201 personen vinden dit leuk. Populairste reacties ▾

 Schrijf een reactie... 

 **KLM** Fawaka, Willem! Waar blijft die ene helft van de twix, mattie? Paar dagen chillen in The Big Apple is natuurlijk super flex. Met 'werelddealweken' actie kan je alleen een zuivere retour boeken. We raden je daarom aan om bijvoorbeeld een werelddeal te boeken naar NYC en vervolgens een aparte 'domestic flight' te boeken naar San Francisco a.k.a. Frisco. Hiermee kunnen we je ook assisteren. Dan heb je 2 verschillende boekingen. Zorg wel dat je op de terugweg minimaal 4 uur hebt zitten tussen je vluchten, anders krijg je strugles. Boks!

Vind ik leuk · Beantwoorden ·  1.081 · 13 uur geleden

KLM - 2014 - WINNAAR

JURY – BESTE WEBCARE



JEROEN BAARDEMANS

Manager Social Media bij ING NL

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



BJORN VAN ANTWERPEN

Marketing Manager bij Coosto

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



AISHA SCHEUER

Directrice bij DIWMOTZ

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



ROB BEEMSTER

*Senior (web)redacteur Interactieve
Communicatie & Innovatie bij Adformatie*

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

4. BESTE DESIGN

Voor deze visuele categorie zoeken we de mooiste, niet-bewegende social posts. De vetste graphics, de beste zelfgemaakte beelden, designs en lay-outs gemaakt door de beste social creatives.

Wat lever je aan?

- URL naar het originele bericht op social media
- Korte motivatie van maximaal 140 tekens
- Gegevens van bureau en merk
- Eventueel een screenshot van het bericht (let op: bijlage maximaal 5MB)

VOORBEELDEN EERDERE WINNAARS:



BOOMERANG CREATE - 2016 - WINNAAR



HEINEKEN - 2015 - WINNAAR



NS - 2015 - GENOMINEERDE

JURY – BESTE DESIGN



MARTIJN PRONK

Head of Digital Communication bij Van Gogh Museum

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)



LILIAN STOLK

Onderzoeker Emoji en oprichter van The Hmm

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



SIMON VAN OLDENBEEK

Strategy Director bij FESTINA Amsterdam

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



ROGIER REKER

Social Media Creatieve Content Strateeg/Straatfotograaf bij OORgineel

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

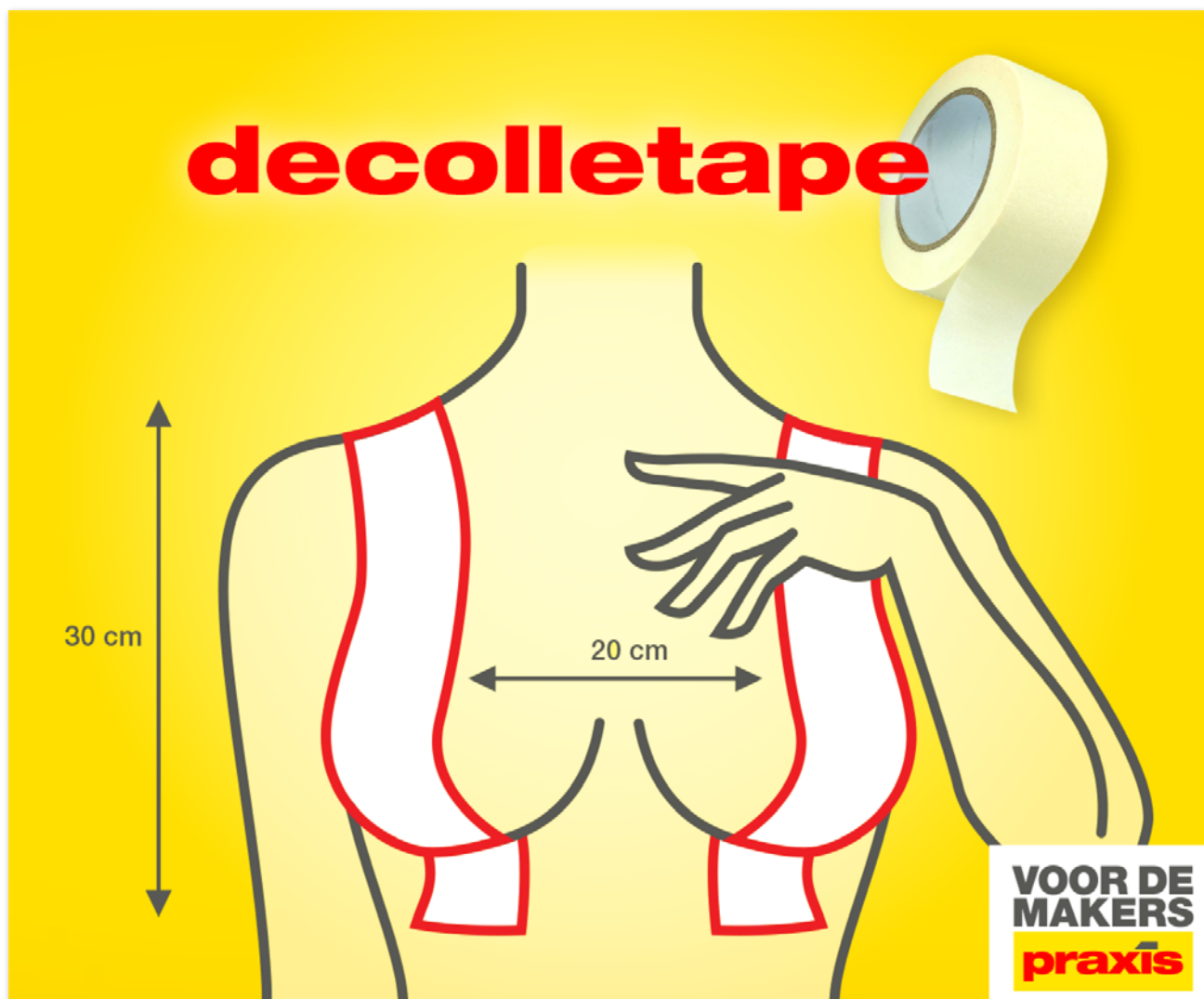
5. BESTE COPYWRITING

Hier zoeken we de beste teksten op social media van bedrijven. De mooiste reclameteksten, spitsvondige epistels of doordachte woordgrappen. Dit kan 1 woord zijn of juist een langer stuk tekst.

Wat lever je aan?

- URL naar het originele bericht op social media
- Korte motivatie van maximaal 140 tekens
- Gegevens van bureau en merk
- Eventueel een screenshot van het bericht (let op: bijlage maximaal 5MB)

VOORBEELDEN EERDERE WINNAARS:



PRAXIS - 2016 - WINNAAR



VODAFONE - 2015 - WINNAAR



TRANSAVIA - 2014 - WINNAAR

JURY – BESTE COPYWRITING



NIENKE BLOKHUIS

Freelance Redacteur en Copywriter

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



RENSKE DE GREEF

Auteur en Columnist bij NRC

[Twitter](#)



BONNIE PARREN

Social Media Adviseur

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



OSKAR BOLHUIS

Managing Director bij Brandfighters

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

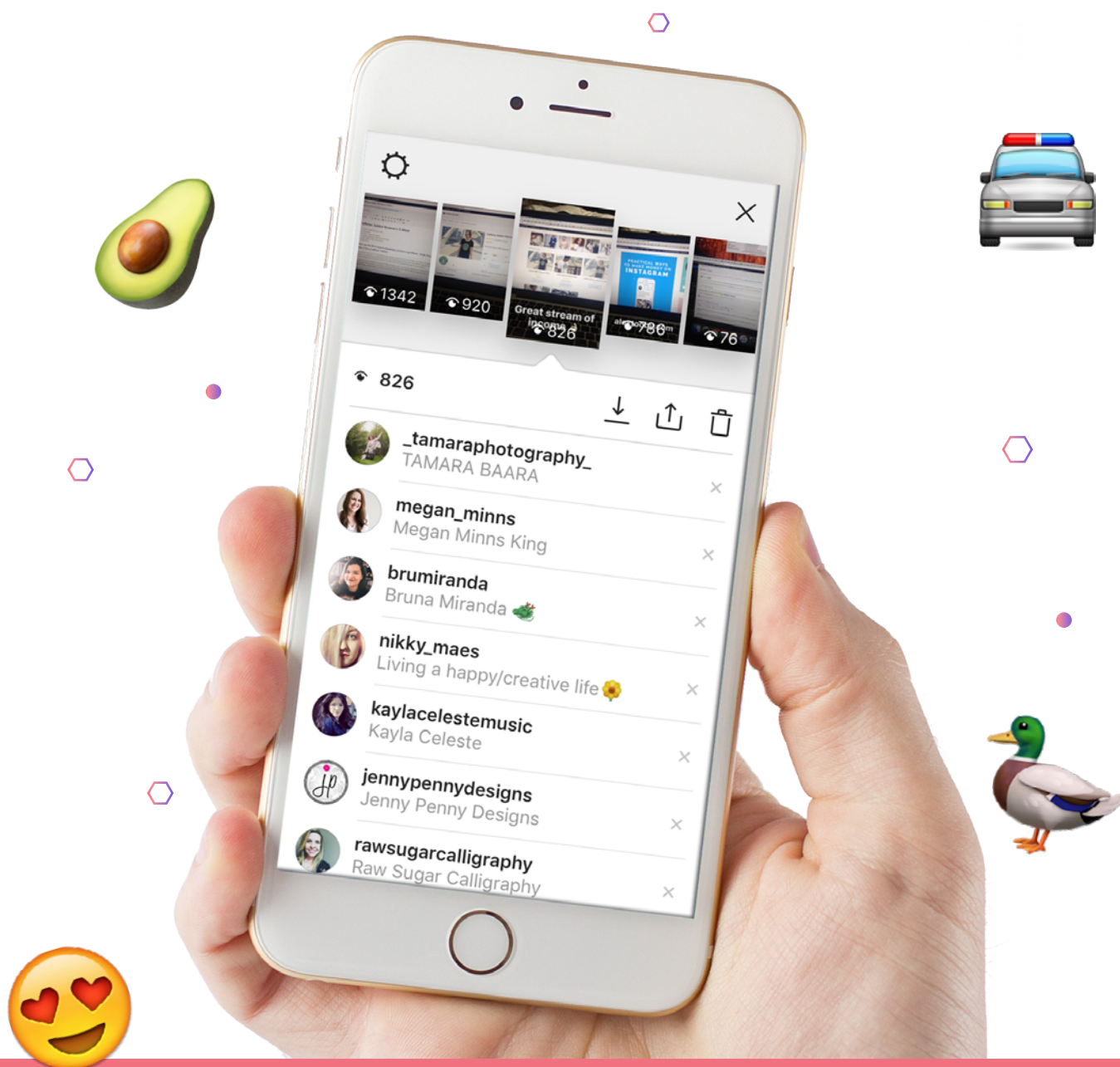
[Instagram](#)

6. BESTE STORY (NIEUW)

De nieuwste en meest populaire contentvorm op social media verdient zijn eigen prijs! Welk bedrijf had de beste story van het jaar? We zoeken de beste story of combinatie van stories binnen 24 uur. Je mag hier dus een losse story inzenden of een filmpje van een combinatie stories die binnen 24 uur zijn gepost via één kanaal. De story moet geplaatst zijn op Instagram, Snapchat of WhatsApp.

Wat lever je aan?

- URL van Story op YouTube of Vimeo
- Korte motivatie van maximaal 140 tekens
- Gegevens van bureau en merk
- Eventueel een Wettransfer-link naar het bronbestand (.mov/.mp4)



JURY – BESTE STORY



ISAAC DIEPENHORST

Strateeg bij Yune

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



SANNE HEERINK

Senior Strateeg bij Social Inc.

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



TIM VAN DER WIEL

Oprichter bij GoSpooky

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



ROSALIE MOORMAN

Head of Marketing bij Vue Nederland

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

7. BESTE ADVERTISING (NIEUW)

De creatiefste social reclames, dat zoeken we hier. Welke canvassen, carrousels, Instagrampromoties of advertentievideo's waren het best doordacht?

Let op: creativiteit telt hier zwaarder mee dan bereik of budget.

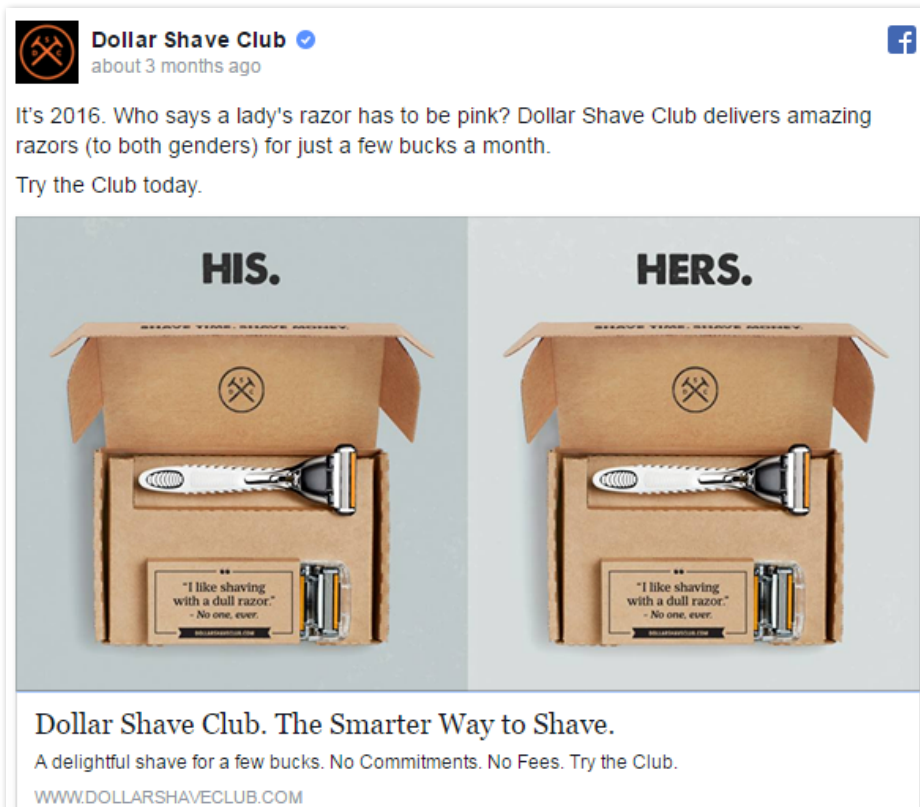
Wat lever je aan?

Een PDF met:

- Beeld van de advertentie
- Linkjes naar de campagne (indien beschikbaar)
- Vermelding kanalen waarop de advertentie is geplaatst
- Motivatie/toelichting van max. 300 woorden
- Bereik en resultaten van de advertentiecampagne
- Budget van de advertentie
- Doelgroep van de advertentie
- Eventueel een Wettransfer-link naar het bronbestand (.mov)

Let op: de PDF mag maximaal 2 pagina's beslaan en 5MB groot zijn.

VOORBEELDEN:



Dollar Shave Club about 3 months ago

It's 2016. Who says a lady's razor has to be pink? Dollar Shave Club delivers amazing razors (to both genders) for just a few bucks a month.

Try the Club today.

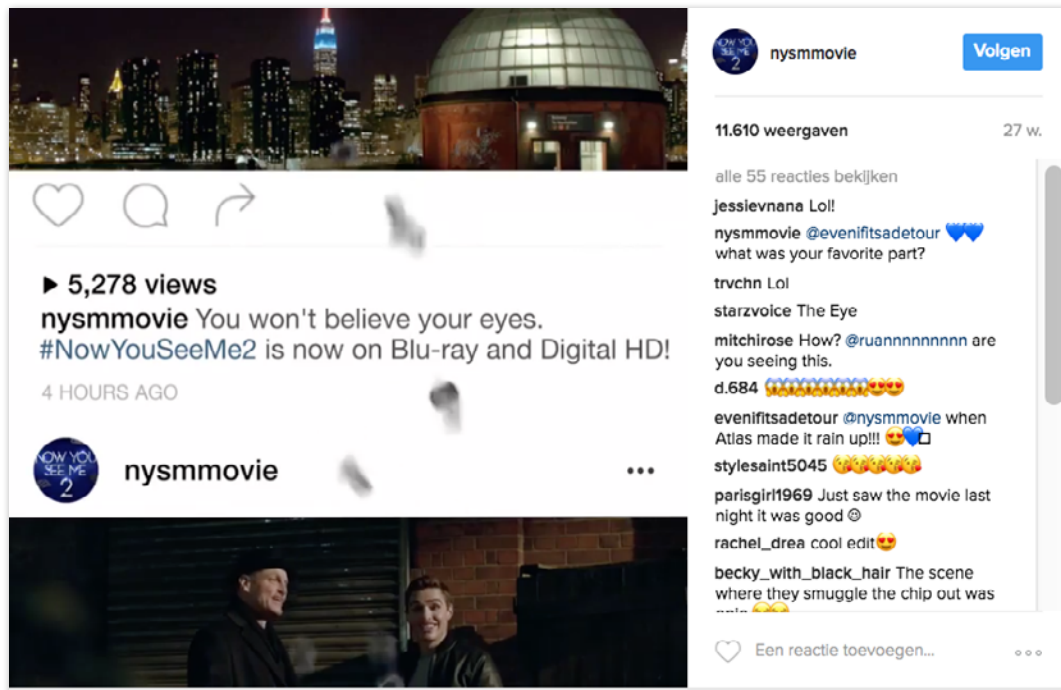
HIS.

HERS.

"I like shaving with a dull razor."
- No one, ever.

Dollar Shave Club. The Smarter Way to Shave.
A delightful shave for a few bucks. No Commitments. No Fees. Try the Club.
WWW.DOLLARSHAVECLUB.COM

VOORBEELD #1 (FACEBOOK ADVERTENTIE)



VOORBEELD #2 (INSTAGRAM)



VOORBEELD #3 (FACEBOOK - CANVAS)

JURY – BESTE ADVERTISING



SANNEKE BOESVELDT

Head of Marketing (a.i.) bij Yearn

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



MARCEL MOLENAAR

Country Manager bij LinkedIn Benelux

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)



TAMER SAGLAMBILEK

Eigenaar Sales Care Online Marketing

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



OSCAR KOOIJ

Strategic Customer Success Manager bij The Next Ad

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

8. BESTE CAMPAGNE

Wat waren de beste social activiteiten en promoties via social media van het jaar?

Welke campagnes maakten het onderscheid en hadden een echt social hart dat klopte van alle kanten? We zijn hier op zoek naar die acties die social media het meest creatief ingezet hebben, met tevens het gewenste effect.

Voorbeelden van campagnes zijn:

- Redactioneel concept dat super origineel was en via social media is uitgezet
- Een te gekke prijsvraag via social media
- Een interactieve tool of activatie via social media
- Crossmediale campagnes mogen ook, zolang social media maar een cruciaal element was van de campagne.

Wat lever je aan?

Een PDF met:

- Beeld van de campagne
- URL naar campagne (indien beschikbaar)
- URL van casevideo (indien beschikbaar)
- Motivatie/toelichting van max 300 woorden
- Vermelding social kanalen waarop de campagne plaats vond
- Bereik en resultaten van de campagne
- Budget van de campagne
- Doelgroep van de campagne
- Vermelding gehele team van de campagne
- Eventueel een Wettransfer-link naar het bronbestand (.mov)

Let op: de PDF mag maximaal 2 pagina's beslaan en 5MB groot zijn.

VOORBEELDEN EERDERE WINNAARS:



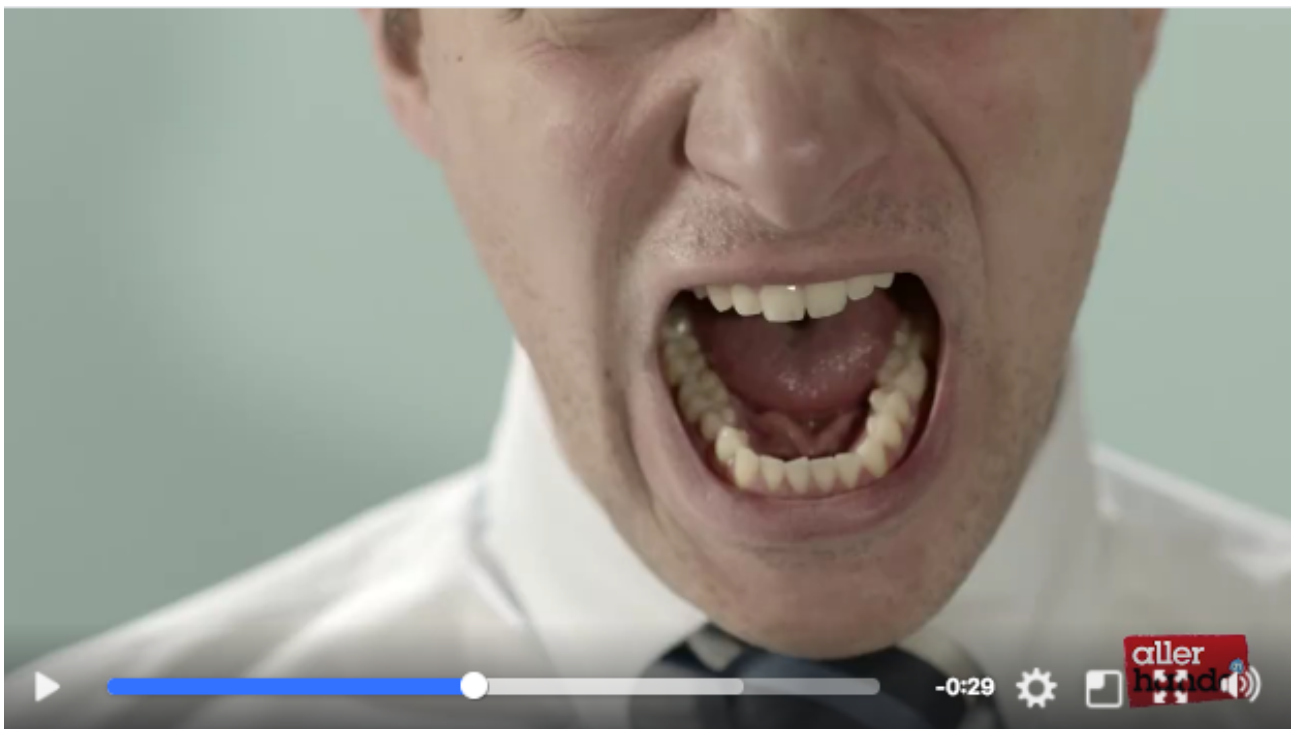
VODAFONE - 2016 - WINNAAR



CHOCOMEL - 2016 - GENOMINEERDE



VIEWS FOR NEPAL - 2016 - GENOMINEERDE



ALBERT HEIJN - 2016 - GENOMINEERDE

JURY – CAMPAGNE



FREDERIKE DEN OTTELANDER

Social Media Manager bij IKEA Nederland

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



WIEBE GOVERS

Social Media Specialist bij Lidl Nederland

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



GUIDO SMIT

Dialogo Manager bij ABN Amro

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



GONNIE SPIJKSTRA

Content- en Social Strateeg bij Story first

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

9. BESTE PAGINA (NIEUW)

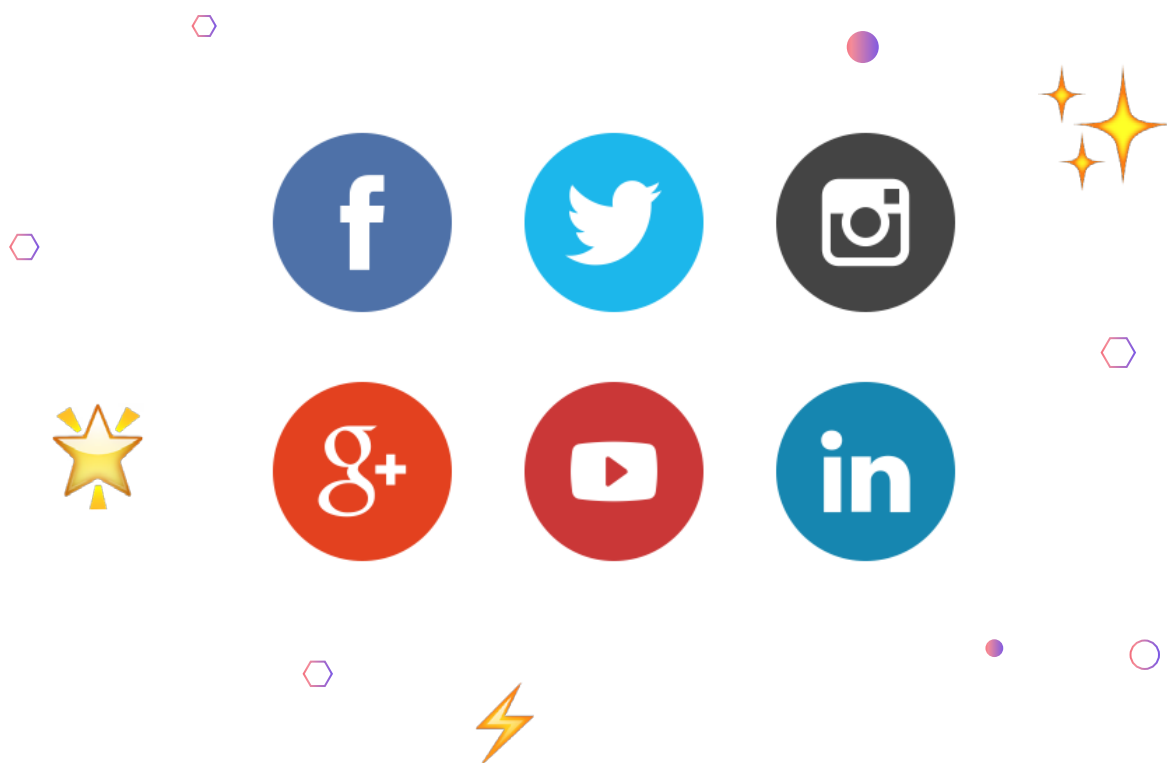
Wat was de beste bedrijfspagina op social media van het afgelopen jaar? Welk Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat of ander account stak er met kop en schouders bovenuit?

Hierbij zoeken we één pagina op één specifiek social media kanaal van één merk. Het gaat om het totale plaatje, je totale redactionele beleid qua content en doelgroep.

Wat lever je aan?

- Beeld van de pagina (maximaal 5 voorbeelden van content)
- URL van de pagina
- Doel van de pagina (max 150 woorden)
- Doelgroep van de pagina
- Omschrijving redactioneel concept (max 300 woorden)
- Cijfers van de pagina (bereik per maand afgelopen jaar, aantal volgers etc.)
- Motivatie: waarom is jouw pagina een award waard? (max 300 woorden)
- Vermelding gehele redactie team

Let op: de PDF mag maximaal 2 pagina's beslaan en 5MB groot zijn.



JURY – BESTE PAGINA



MERIJN HENFLING

Chef bij LINDAnieuws

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)



PAUL BRAAT

Marketing Manager bij Huawei

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



ROOS VAN VUGT

Founder bij Merkworke

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



PAUL THOLEN

Brand Manager Heineken® bij Heineken Nederland

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

10. BESTE INNOVATIE (NIEUW)

In deze categorie zoeken we de meest vernieuwende cases van het jaar. Wie stond alvast met één been in de toekomst door op de meest innovatieve manier social media in te zetten? Had je een te gek Virtual Reality, Augmented Reality, 360 video, live-video, artificial intelligence, drone of messenger concept? Of zette je juist Facebook, Instagram of een ander platform op een super innovatieve manier in?

Bewijs het met een overtuigende case-pdf waarin je aantoont hoe innovatief je was op social media.

Wat lever je aan?

Een PDF met:

- Beeld van de innovatie
- URL van de innovatie (indien beschikbaar)
- URL van casevideo (indien beschikbaar)
- Doel van de innovatie (max 150 woorden)
- Doelgroep van de innovatie
- Omschrijving innovatie (max 300 woorden)



JURY – BESTE INNOVATIE



SYTSE KOOISTRA

Senior Strateeg bij Isobar

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



ROCCO STALLVORD

Strateeg bij First

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



ANNE VAN DER VEN

Creatief Strateeg bij Endemol Shine Nederland

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



JEROEN VAN DAM

Client Services Director bij The Webcare Company

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

11. BESTE TALENT (*GRATIS INZENDEN*)

Welk talent van 30 jaar of jonger was het afgelopen jaar het beste in zijn/haar werk? Wie is hét nieuwe talent (creative / designer / copywriter / community manager etc) van de social media branche? De talenten gaan het bewijzen via een te gekke pitch en portfolio-pdf.

Wat lever je aan?

Een PDF met:

- URL van LinkedIn-profiel
- Bedrijf waar je momenteel werkzaam bent.
- URL's van 5 voorbeelden van werk van afgelopen jaren
- Motivatie: waarom ben jij het Beste Talent? (max 300 woorden)
- Case: beeld + maximaal 150 woorden
- Eventueel een Wettransfer-link naar het bronbestand (.mov)
- Pitch 'Inhaker Koningsdag'

BRIEFING PITCH 'INHAKER KONINGSDAG'

Op 27 april is het weer Koningsdag; de dag dat ons koningshuis in het zonnetje wordt gezet. Bedenk een grappige, ontroerende, leuke, creatieve inhaker voor Koningsdag voor één van onderstaande zuivelmerken:



Lever een aantrekkelijke visual aan (of idee voor een visual als je zelf geen sterke designer bent) en sterke bijpassende copy (max. 150 woorden). Belangrijk: houd rekening met de brand value van de desbetreffende merken

Let op: de totale PDF (incl. pitch) mag maximaal 2 pagina's beslaan en 5MB groot zijn.

NB: De inhakers blijven eigendom van de talenten, maar kunnen in overleg tussen creatief en FrieslandCampina worden afgenomen.



VOORBEELD #1



VOORBEELD #2

JURY – BESTE TALENT



ANNE KONING

Social Media Lead Benelux and Nordics bij Netflix

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



JAPIE STOPPELEBURG

Creative Director bij a friend of mine

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



JORDI VAN DE BOVENKAMP

Creative Director bij Boomerang Create

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)



EVA NOOITGEDAGT

Merkmoeder bij Coolblue

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

STEMPROCES CATEGORIEËN DE BESTE SOCIAL AWARDS – BUSINESS

Fase 1: Bedrijven, organisaties en instanties kunnen van 21 maart 09:00u t/m 14 april 18:00u hun beste werk inzenden via [de website](#).

Fase 2: De jury (vier personen per categorie) doet een voorselectie via een JA/NEE systeem. Alle cases met 2 JA's of meer kwalificeren zich voor het jury-overleg.

Fase 3: De jury komt eind april bijeen en overlegt over alle gekwalificeerde cases. Vervolgens stemmen zij blind van elkaar op al het werk. De cases met de meeste stemmen en gemiddelde hoogste cijfers zijn genomineerd. De jury stemt diezelfde avond nog een keer individueel op de genomineerde cases en bepaalt de winnaar.

Fase 4: De genomineerden van de De Beste Social Awards - Business worden bekend gemaakt op 8 mei.

Fase 5: De genomineerden horen 8 juni tijdens het [business event](#) tussen 16.00u en 19.30u wie er in de prijzen zijn gevallen.

OVER DE ORGANISATIE

De Beste Social Awards zijn een initiatief van social media bedrijf [Studio Broekhuizen](#). Studio Broekhuizen is tevens eigenaar van [De Beste Social Media](#), [De Beste Social Jobs](#) en [Das Beste Aus Social Media](#).

TEAM DE BESTE SOCIAL AWARDS

DIEDERIK BROEKHUIZEN

Creatief leider

CARLIJN BOSCH

Coördinator productie

SANDY SPRINGINTVELD

Productie-assistent

BONNIE VAN DEN HEUVEL

Design

JASPER SCHILDER

LORE SMIT

Redactie

DIRKJE SCHOBEN

CATO DUYVIS

PASCAL VAN EIJDHOVEN

Ondersteuning vanuit Studio Broekhuizen

ANKE NICOLAI

PR