

HANDLEIDING
STAGIAIRES NIEUWE MEDIA
Afdeling E-Cultuur

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING.....	2
WEBREDACTIEDIENST.....	3
DE CORPORATE WEBSITES.....	5
HET HART.....	6
BERICHT MAKEN.....	6
MEMBER ADMINISTRATION	9
EXTRA TIPS VOOR HET HART	10
SOCIAL MEDIA	11
FACEBOOK	11
GOOGLE +.....	14
PINTEREST	15
TWITTER.....	17
INSTAGRAM	19
FLICKR	20
YOUTUBE	22
VASTE RUBRIEKEN	23
#020TODAY	23
THROWBACK THURSDAY	24
MODEBLOG.....	26
WILLET HUIS EN BEWONERS	27
WEBSTATISTIEKEN	28
GOOGLE ANALYTICS	30
CHECKLIST STAGEBEGELEIDERS.....	33

INLEIDING

Welkom bij het Amsterdam Museum, deze handleiding moet je wegwijs maken door de werkzaamheden voor de webredactie bij Nieuwe Media. Dit is als stagiaire of werkervaringsvrijwilliger namelijk een groot onderdeel van je takenpakket.

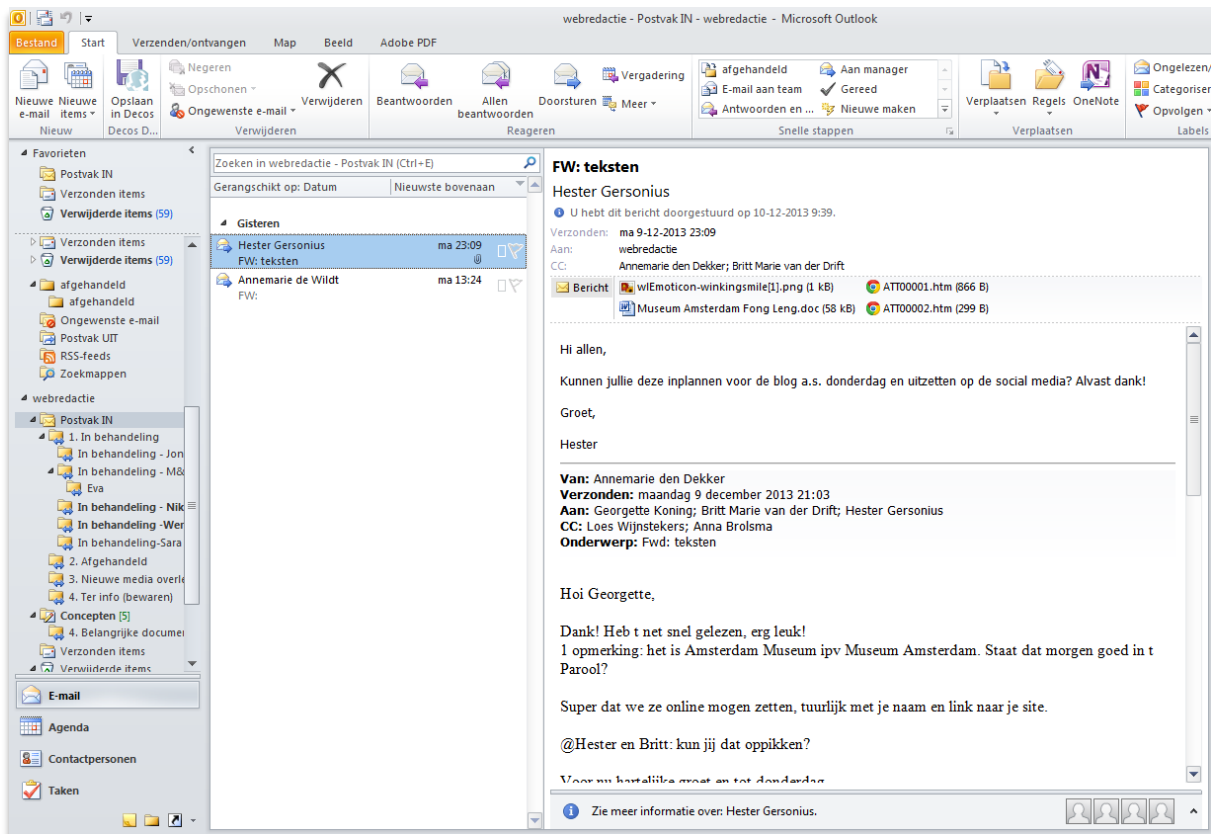
Je zult samen met 1 of 2 anderen hoofdzakelijk verantwoordelijk zijn voor de dagelijkse invulling van het hart.amsterdammuseum.nl en de social media van [het Amsterdam Museum](#), [Bijbels Museum](#), [Cromhouthuizen](#), [Willem-Holthuysen](#) en [Ons' Lieve Heer op Solder](#). Ook kan het zijn dat je regelmatig voor de corporate website moet aanpassen.

Dit lijkt nu misschien een hele bulk om door te lezen, maar het is zeker handig als eerste hulp bij je werkzaamheden als webredacteur.

In ieder geval heel veel plezier op deze afdeling!

WEBREDACTIEDIENST

Gemiddeld zal je één dag per week de webredactiedienst draaien. Tijdens deze dienst ben jij verantwoordelijk voor alle inkomende mail via de webredactie mail, ook zal je bijhouden of de items op de social media agenda daadwerkelijk in de social media worden geplaatst.



Hier een korte checklist wanneer je webredactiedienst hebt:

- Houdt de webredactie inbox bij en beantwoord mails. (zorg dat aan het eind van de dag alle binnengekomen mails zijn afgehandeld, in behandeling zijn of doorgezet zijn naar de juiste partijen en de inbox weer leeg is).
Weet je niet hoe je een mailtje moet afhandelen vraag het dan na bij een van de andere stagiaires of je begeleiders.
Komen er vragen binnen omtrent problemen binnen het Hart vraag dan altijd of ze je een link kunnen sturen van de blog waar het probleem zich voordoet zodat je het goed kan bekijken.
- Gebruik goed je mapjes 'in behandeling' zodat de inbox leeg en overzichtelijk blijft. Zo weten we dat het wordt opgepakt en blijft er niks hangen.
- Kijk zelf eerst of er nieuwswaardige berichten tussen zitten. Bijvoorbeeld als de nieuwsbrief van OLHOS wordt opgestuurd: kijk of er stukjes bij zitten die leuk zijn voor op de social media van OLHOS. Zelfde geldt voor Bijbels/Cromhout en Willet. Werkzaamheden voor op de corporates sites stuur je naar Hannah en Eva.
- Check van alle musea de social media platfora en retweet leuke berichten of reageer op reacties en vragen van mensen.

Loop dus tijdens je dienst alle twitterpagina's en facebookpagina's langs, voor het Amsterdam Museum komen ook meldingen binnen via de webredactie email voor twitter, maar de andere musea niet dus loop deze in ieder geval even na.

- Plan nieuwe items in op de social media agenda (wanneer hierover een vraag binnenkomt per mail en kijk goed wanneer er plek is op de agenda). Klik [hier](#) voor de social media agenda van 2014. Stem af wie uiteindelijk de stukjes plaatst.

DE CORPORATE WEBSITES

(wordt aangevuld door hannah en Nikki)

HET HART

Het Hart is het webplatform dat verdieping verschaft in de collectie van het Amsterdam Museum. Hier komen uitgebreide blogs omtrent kunstwerken, evenementen en dergelijke terecht. In principe zal je vanuit de social media voornamelijk naar deze website of de corporate website gaan terug linken.

Voor je in het Hart aan de slag kunt moet je een account maken dit doe je door links bovenaan de pagina op Aanmelden te klikken. Wanneer je je account hebt aangemaakt moet je aan je begeleider vragen om jou de juiste rechten toe te kennen. Vervolgens kun je aan de slag op het hart, kijk voor de opbouw van de artikelen, naar al eerder gepubliceerde blogs.

Bericht maken

Via de knop 'Bijdragen' kun je zelf blogs toevoegen aan de website. Hierbij zal je voornamelijk artikelen gaan toevoegen.

Er opent dan het volgende scherm:

- Voeg hier je titel, ondertitel toe. Typ bij korte beschrijving het eerste deel van je berichtje en bij 'Voeg hier de tekst toe' typ je de rest van je berichtje. *(Alleen de titel en korte beschrijving moet je verplicht invullen.)*

- Klik daarna op **Volgende >**
- In het volgende scherm kun je kiezen de auteur van het berichtje is. Wanneer je zelf de auteur bent, kun je direct weer op **Volgende >** klikken. Het zal echter vaker voorkomen dat jijzelf niet de auteur bent. In dit geval klik je op het kruisje naast je eigen naam en vul je de naam van de auteur of auteurs in.

- Vervolgens klik je weer op **Volgende >** en verschijnt er een scherm met trefwoorden, waaruit je kunt kiezen en daarna weer op **Volgende >** klikt
- Hier word je gevraagd een afbeelding toe te voegen. Klik hierbij op het fotocameraatje om een afbeelding van je computer up te loaden of via een URL toe te voegen. Zorg dat je de afbeeldingen voorziet van een ondertitel.

- Hierna klik je weer op **Volgende >** (er volgt een scherm waar je trefwoorden kan toevoegen deze mag je overslaan) en nogmaals op **Volgende >**. Je artikel is geplaatst.

Artikel: [Roland de Weert](#), [Gerhard Broers](#), [Kees Rotgans](#) 3 dec 2013, 15:25

OLYMPISCH STADION

Ajax en Watergraafsmeer

[Ik ben fan](#) [Tweet](#) [Vind ik leuk](#) 0

Kees Rotgans, Roland de Weert en Gerhard Broers onderzochten de band tussen Ajax en de wijk Watergraafsmeer. Dit deden ze vanuit het werkcollege sportgeschiedenis gegeven door Professor Th. Steven. Op het **Geheugen van Oost** wordt hun scriptie uitgelicht. Het onderzoek duikt in het verleden van de bekende voetbalclub Ajax, die vele successen heeft weten te behalen. Wekelijks kun je hier meer te weten te komen over Ajax en de band met zijn stadswijk.



Bewerk Verwijder Admin

Delen met: iedereen

Af: 93% Score: 66% Dit is een klad

Voortgang: Je bent er bijna!

93% + Trefwoorden (4)

+ Auteur

+ Ondertitel

+ Titel

+ Korte beschrijving (10)

+ Contentgroep

+ Tekst (100)

+ Afbeelding

Rechten Geschiedenis

Trefwoorden: terugblik, sport, Overeenkomstig

Overeenkomstige dingen



- Mocht je naderhand nog extra afbeeldingen willen toevoegen aan de blog of aanpassingen aan de tekst doorvoeren klik dan in het grijze vlak op bewerk. Hierna kun je door op de desbetreffende tekst te klikken, deze aanpassen. Ook kun je door in het grijze vlak bij de thermometer op de verschillende opties te klikken ook dingen aanpassen.

Authors
 Roland de Weert ✕ Gerhard Broers ✕ Kees Rotgans ✕

+ Auteur

SCHRIJF EEN KORTE, PAKKENDE TITEL

OLYMPISCH STADION

OK Annuleer

Ajax en Watergraafsmeer

Kees Rotgans, Roland de Weert en Gerhard Broers onderzochten de band tussen Ajax en de wijk Watergraafsmeer. Dit deden ze vanuit het werkcollege sportgeschiedenis gegeven door Professor Th. Steven. Op het **Geheugen van Oost** wordt hun scriptie uitgelicht. Het onderzoek duikt in het verleden van de bekende voetbalclub Ajax, die vele

Member Administration

Het zal regelmatig kunnen voorkomen dat je om iemand te helpen naar de memberadministration moet. Hier kom je terecht door te gaan naar hart.amsterdammuseum.nl/module/MemberAdministration.

The screenshot shows the 'GEBRUIKERSADMINISTRATIE' (User Administration) page. At the top, there is a navigation bar with the museum's name and various menu items like 'Hart', 'Bijdragen', 'Shop', etc. Below the navigation bar, the title 'GEBRUIKERSADMINISTRATIE' is prominently displayed in red. Underneath, there are controls for adding users and filtering the list. The main part of the page is a table listing existing users with columns for 'Enabled', 'e-Mail', 'Name', 'Member of', 'Created', 'Modified', and 'Access'. The table contains several entries, including 'guest', 'fred@mediamatic.nl', 'gearman', 'anne@mediamatic.nl', 'ino@mediamatic.nl', 'pubsub@mediamatic.nl', 'josias@mediamatic.nl', 'stephanievahikamp@ahm.nl', and 'human'.

Hier kun je onder andere accounts voor mensen aanmaken via de knop voeg een gebruiker toe en ook de rechten van deze mensen beheren en aanpassen.

Nog belangrijk is echter de knop waarmee je kunt inloggen als de persoon van wie de account is: 'Logon as User'. Dit is vooral handig wanneer iemand met een probleem zit binnen het hart en je hier niet uitkomt wanneer je vanuit je eigen profiel kijkt. Vraag altijd wel eerst na bij de persoon of ze dit in orde vinden.

The screenshot shows the 'EDIT MEMBER' form. At the top, there is a red header 'EDIT MEMBER' and a sub-header 'Voeg een gebruiker toe Admin ACL'. The form contains several fields: 'Enabled' (checked), 'Email' (j.plagge@amsterdammuseum.nl), 'New password' (with a 'have blank to generate' checkbox), 'Name (First Last)' (Plagge, Jonne), and 'User group(s)' (a list of roles with checkboxes). The 'User group(s)' list includes 'agents', 'ambassadeurs', 'buurtwinkels', 'editors', 'everybody', 'friends', 'gearman', 'geheugen van oost', 'humans', 'ikcam', 'ikpoll', 'import robot', 'know users', 'members' (checked), 'new editors', 'new members', 'new shopkeepers', 'senior editors' (checked), 'senior members', 'senior shopkeepers', 'shopkeepers', 'spammer', 'staf' (checked), 'system administrators' (checked), 'team nieuwe media', and 'textiel'. Below the list, there are fields for 'Content Group' (public), 'Thing id of person' (64042), and 'Language of user' (NL). At the bottom, there are buttons for 'Save Member', 'Delete', 'Logon as User', and 'Gebruikersadministratie'.

Extra tips voor het Hart

- Geef je blog altijd een pakkende titel (gebruik hier alleen CAPS waar nodig)
 - In de ondertitel kun je bijvoorbeeld een citaat vermelden uit je blog of meer informatie geven over het artikel, als aanvulling op de titel.
 - Citaten moeten altijd tussen dubbele aanhalingstekens, rare woorden tussen enkele aanhalingstekens.
 - De korte beschrijving moet pakkend zijn, uitnodigend en een korte samenvatting vormen van de blog.
- Logon as User
- Wanneer je verwijst naar een andere website (externe hyperlink), kan dat op twee manieren:
 - <http://www.mediamatic.nl> wordt www.mediamatic.nl
 - [<http://www.mediamatic.nl/manual> Lees verder] wordt [Lees verder](#)De tweede optie is het meest gebruikelijk en staat netjes en overzichtelijk.
 - *Zorg er daarnaast voor dat je altijd naar externen linkt in een blog als deze (deels) over hen gaat en ze een website hebben.*
(dit i.v.m. vindbaarheid op google en vriendelijkheid naar deze personen/organisaties toe).
 - Een directe link naar een emailadres kun je op de volgende manier in je artikel opnemen:
mailto:desk@mediamatic.nl wordt *desk [at] mediamatic.nl*, en is niet leesbaar door spam-robots
 - Maak tussenkopjes dikgedrukt en vergeet niet om een witregel tussen kopje en tekst te zetten:
****Maandelijkse rondleiding //Kunst en architectuur in Slotermeer/****
wordt **Maandelijkse rondleiding Kunst en architectuur in Slotermeer**
Dikgedrukte letters krijg je dus door twee sterretjes (**) voor en na het desbetreffende woord of de desbetreffende zin te plaatsen. Cursief door twee schuine streepjes (/).
 - Kies trefwoorden die bij je artikel passen. Voeg géén eigen trefwoorden toe. Gebruik het juiste thema.
 - Voeg altijd een aantrekkelijke afbeelding toe of eventueel meerdere afbeeldingen en/of filmpjes. Geef deze ook altijd een goede titel/bijscript.
 - Als een video de eerste afbeelding is, voeg in de admin omgeving ook een icoon toe aan het artikel.
 - Trefwoorden voor audio, video of afbeeldingen zijn niet nodig.
 - Wees creatief en veel plezier met bloggen!

NB. Maak een evenement aan als evenement en niet als artikel.

SOCIAL MEDIA

Alle vier de musea zijn aanwezig op twitter en facebook. Daarnaast is het Amsterdam Museum ook nog aanwezig op flickr, pinterest, google+ en instagram. Wanneer er een blog op het hart komt voor het Amsterdam Museum, of er bij de andere musea op hun website evenementen zullen worden uitgelicht in de social media kun je deze terugvinden in de [social media agenda](#). AM + de maand staat voor het Amsterdam Museum, terwijl de items voor de andere musea zijn terug te vinden onder de tabbladen die alleen de desbetreffende maand vermelden.

Bij het Amsterdam museum zal je per medium een kruisje zetten wanneer de berichtjes zijn geplaatst, terwijl je bij de andere musea een kruisje zult plaatsen bij afgehandeld zodra je de berichten op de social media hebben geplaatst.

Zorg ervoor dat je zo veel mogelijk probeert terug te verwijzen naar onze eigen websites, dus wanneer er bijvoorbeeld op AT5 een filmpje over een opening van bijvoorbeeld een tentoonstelling wordt geplaatst, schrijf dan een blogje voor op het hart, waarin je het filmpje insluit!

Er zijn drie momenten op de dag dat er berichten op de social media gaan, om 13:00u, 14:30u en 16:00u. Op twitter kunnen er eventueel meer berichten uit, maar voor de andere platfora houden we deze drie momenten aan om het ook leuk voor ons online publiek te houden en niet gezien te worden als spam!

Je berichtjes voor de social media zul je altijd vooraf laten checken door een van je stagebegeleidsters. Zorg daarom ervoor dat je zoveel mogelijk je berichtjes op tijd klaar hebt staan, zodat zij tijd hebben je berichtjes rustig naar te kijken.

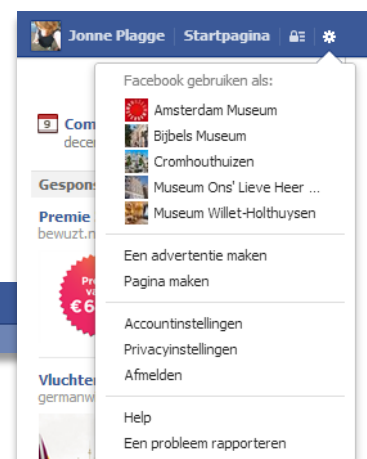
Tip: weet je dat er 1 bericht voor meerdere musea eruit moet, probeer deze dan een beetje te variëren en eventueel ook voor elk museum op een ander tijdstip te plaatsen.

Facebook

Op Facebook zullen dus gemiddeld drie keer per dag berichtjes de deur uit te gaan. Wanneer je alle pagina's hebt geliked, zal iemand er voor zorgen dat je als beheerder wordt toegevoegd. Vervolgens kun je berichten plaatsen namens de musea.

Dit kun je doen door rechtsbovenin te kiezen om facebook te gebruiken als aan te klikken.

Ook kun je naar de pagina van het desbetreffende museum te gaan en hier boven aan de pagina te klikken op 'wijzigen in Bijbels Museum'.



Let op zorg dat je na het plaatsen van het bericht je dit weer terugveranderd naar jezelf. In het verleden is het

voorgekomen dat musea hun eigen berichtjes gingen liken omdat men vergat de instellingen weer te wijzigen naar 'Je plaatst inhoud, reageert op inhoud en vindt dingen leuk als jezelf'.

Hieronder de aandachtspunten wanneer je berichten plaatst op Facebook!

- Zorg er altijd voor dat je je bericht voorziet van een afbeelding. Dit omdat gebleken is dat afbeeldingen meer likes trekken, maar ook omdat eventuele over het hoofd geziene spellingsfouten of inhoudelijke fouten achteraf nog kunnen worden aangepast. Begin dus door een afbeelding te uploaden (let op dat je voor herhaal-berichtjes over hetzelfde onderwerp een nieuwe afbeelding gebruikt).
- Voeg bij de foto een tekst toe. Neem bij de tekst altijd een link op naar het hart of de website van het Amsterdam Museum:



Amsterdam Museum

Is keten in de klas iets van alle tijden? Lees in de #020today meer over dit schooltafereel uit 1839 en deze overspannen juf:
www.hart.amsterdammuseum.nl/66456/nl/020today-een-klasje-uit-1839



Like · Comment · Share · **Boost Post** ·  14  1  1 · 2 hours ago · 

- houd het kort (liefst max. 3 regels), bondig, uitnodigend en laat de tekst doorlopen zonder enters ertussen. Schrijf pakkend maar niet overdreven.
- Gebruik correcte interpunctie, volledige spelling, geen afkortingen, hoofdletters waar nodig etc.
- Gebruik enkele aanhalingstekens voor tentoonstellingen etc. en dubbele aanhalingstekens voor citaten.

- Post niet meer dan drie berichten per dag, noteer ze in de [social media agenda](#) en zorg voor diversiteit van berichten. Houd actualiteiten in de gaten.
- **Tone of voice:** gebruik 'je', 'Het Amsterdam Museum' en *actieve werkwoorden*.
- Gebruik geen verkorte links (bitly) maar houd de links voluit.
- Tag derden in een bericht (@Scheepvaartmuseum - als je een kant-en-klare tekst in Facebook plakt, zorg dat hij de tag pakt, eventueel door hem opnieuw te typen):



- Benoem het als een speciaal iemand heeft geblogd (bijvoorbeeld 'Conservator Annemarie de Wildt schreef over...' of 'Reporter Judith Breemer bezocht...')
- Noteer getallen en data als volgt: 1.000 / €1.000,00 / 12 oktober (eventueel met het jaartal erbij)
- Laat je berichtjes controleren door je begeleider of door de contactpersoon die bij het berichtje staat vermeld in de social media agenda.

Google +

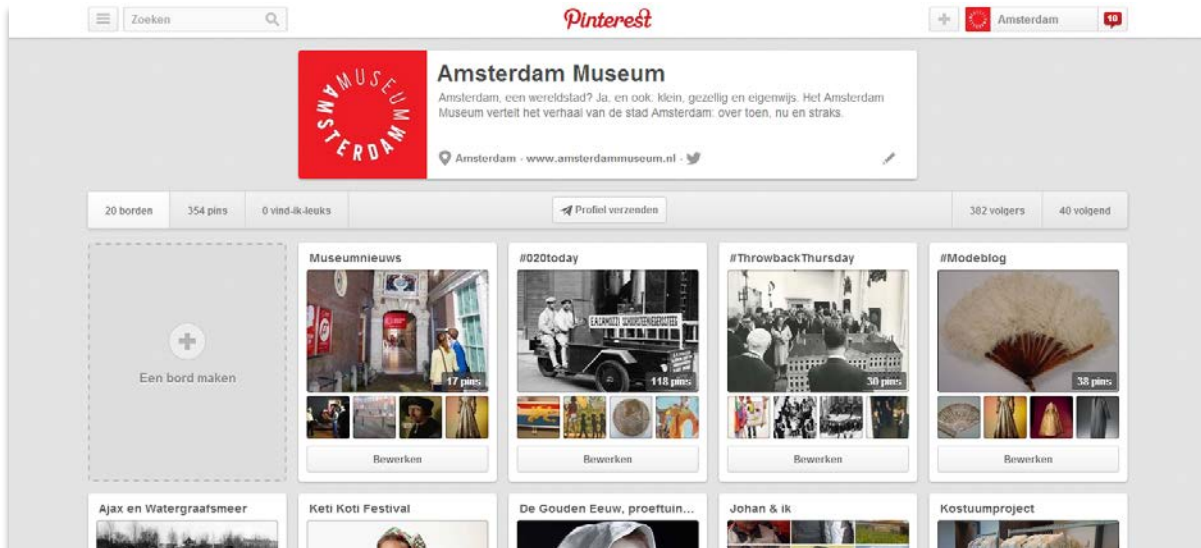
Voor Google+ gelden in principe dezelfde regels als voor Facebook. Let op: Google+ is nog minder gebruikt dan Facebook dus soms moet je hier bijvoorbeeld @opSolder veranderen naar Museum Ons 'Lieve Heer op Solder.

Alleen het Amsterdam Museum is aanwezig op Google+. Surf naar hun [Google+](#) pagina en voeg hier vervolgens een afbeelding toe met de tekst die je ook voor Facebook hebt geschreven en klik op delen.



Pinterest

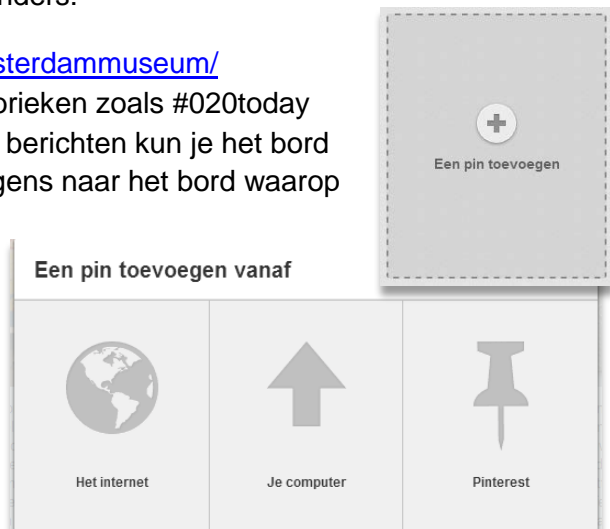
Ook voor Pinterest gelden dezelfde regels voor als bij Facebook. Ook hier altijd even opletten of de namen van personen of instanties waarop bij Facebook kon worden gelinkt moeten worden aangepast.



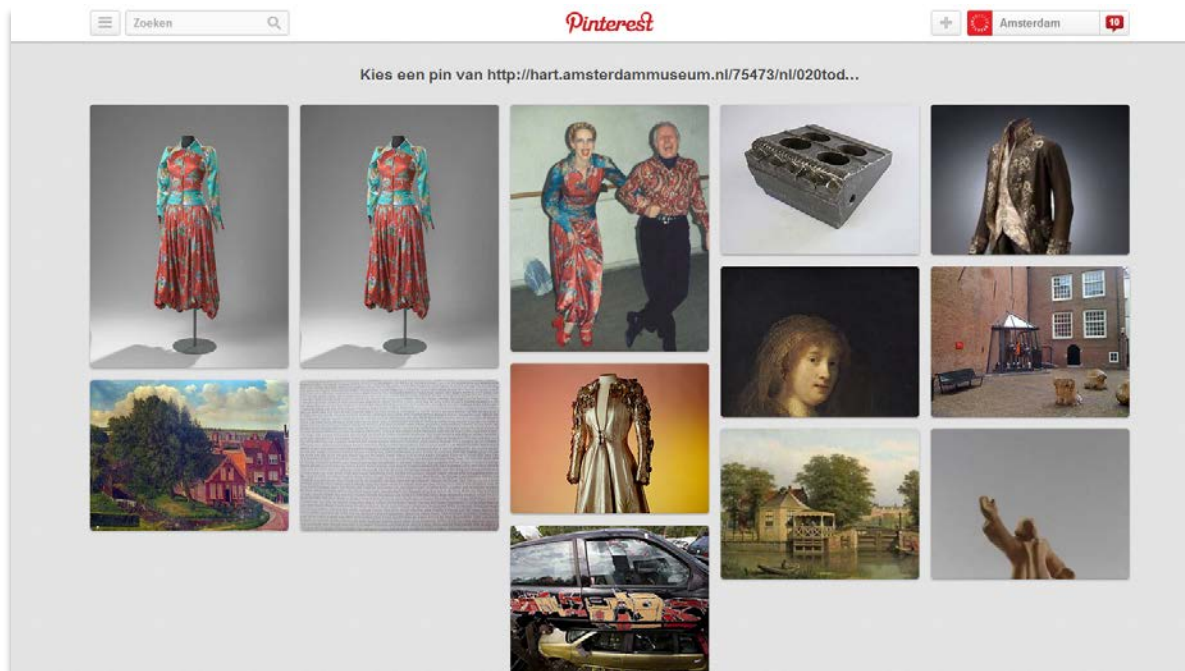
Het plaatsen van de berichten gaat wel iets anders:

- Ga naar <http://www.pinterest.com/amsterdammuseum/>
- Hier zie je allerlei borden, de vaste rubrieken zoals #020today en #Throwbackthursday. Voor andere berichten kun je het bord Museumnieuws gebruiken. Ga vervolgens naar het bord waarop je een bericht wil plaatsen en klik hier op 'een pin toevoegen'.
- Er verschijnt dan het volgende scherm waar je zult kiezen voor de optie 'het internet' of 'je computer':
- Kies je voor de optie het Internet verschijnt er een scherm waarbij je de url van de blog op het hart zult invullen zoals bijvoorbeeld:

<http://hart.amsterdammuseum.nl/75473/nl/020today-tapdanspak-van-mathilde-willink>



Er verschijnt dan een scherm als volgt



Hier kies je dan de goede afbeelding en voeg je de zelfde tekst als voor facebook toe minus de URL

FB

Op het moment is in het Amsterdam Museum een tentoonstelling te bewonderen over 'la grande dame' van het modecircuit van de jaren '70 en '80, modeontwerpster en kunstenares @Fong Leng. In de #020today van vandaag meer over haar nog niet eerder vertoonde tapdanspak voor Mathilde Willink: <http://hart.amsterdammuseum.nl/75473/nl/020today-tapdanspak-van-mathilde-willink>

Pinterest

Op het moment is in het Amsterdam Museum een tentoonstelling te bewonderen over 'la grande dame' van het modecircuit van de jaren '70 en '80, modeontwerpster en kunstenares Fong Leng. In de #020today van vandaag meer over haar nog niet eerder vertoonde tapdanspak voor Mathilde Willink.

Hierna plaatst je het bericht.

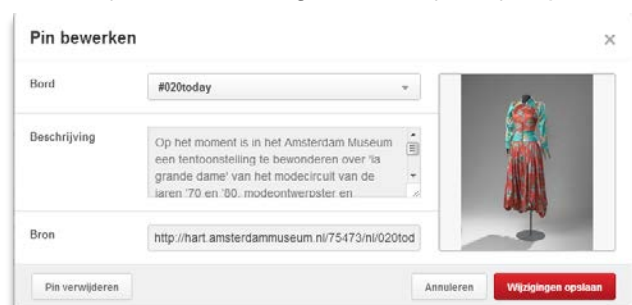
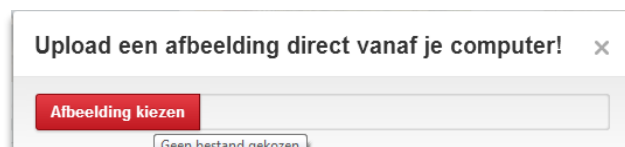
- Helaas pakt Pinterest niet altijd de link direct en worden de juiste afbeeldingen niet zichtbaar.

Daarom is de tweede optie 'Je computer' ook fijn om te

gebruiken. Hier wordt je gevraagd een afbeelding toe te voegen vanaf je computer.

Waar je vervolgens bij beschrijving het berichtje kunt toevoegen. Hierbij klik je op bewaar en klik je vervolgens

meteen op  hier kun je bij 'Bron' de URL van de desbetreffende blog toevoegen. Klik tot slot op Wijzigingen opslaan.



Twitter

Op twitter kunnen eventueel meer berichten dan drie per dag worden geplaatst. Het medium is bedoeld voor korte berichten. Belangrijk hierbij is dat we meestal zoveel mogelijk proberen te hashtaggen (#020today, #throwbackthursday) en andere organisaties proberen te vernoemen (@museumWillet, @amdeWildt).

Hieronder de aandachtspunten wanneer je berichten plaatst op Twitter:

- Gebruik correcte interpunctie, volledige spelling, geen afkortingen, hoofdletters waar nodig etc.
- Gebruik enkele aanhalingstekens voor tentoonstellingen etc. en dubbele aanhalingstekens voor citaten.
- Op twitter mag meer dan drie keer per dag gepost worden, maar noteer ze altijd in de [social media agenda](#) en zorg voor diversiteit van berichten. Houd actualiteiten in de gaten.
- Houd het kort, bondig, en uitnodigend. Schrijf pakkend maar niet overdreven.
- Tone of voice: gebruik 'je', 'Het Amsterdam Museum' en *actieve werkwoorden*.
- Neem altijd een link op naar het hart of de website van het Amsterdam Museum (of eventueel een link naar youtubefilmpjes):



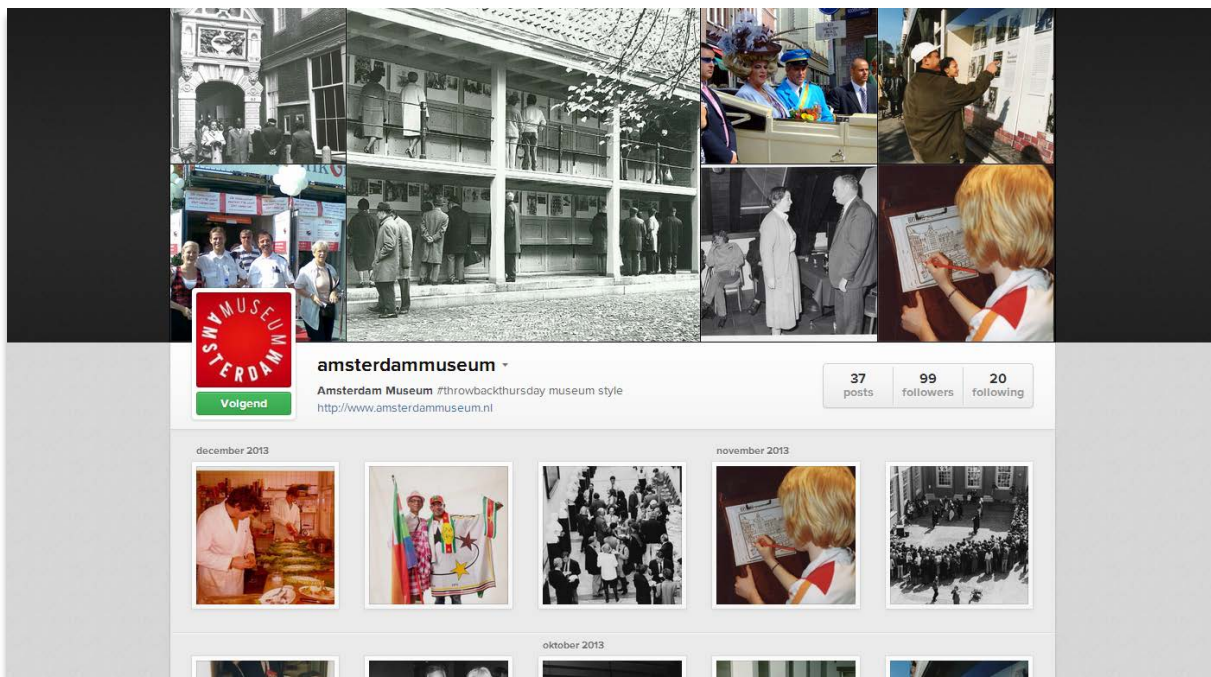
- Gebruik **GEEN** verkorte links (bitly) maar houd de links voluit.
- Tag derden (@) in een bericht of gebruik een officiële hashtag (#) (kijk voor je post of een hashtag in gebruik is):



- Benoem het als een speciaal iemand heeft geblogd (bijvoorbeeld 'Conservator Annemarie de Wildt schreef over...' of 'Reporter Judith Breemer bezocht...')

- Noteer getallen en data als volgt: een week / twee weken / 1.000 / €1.000,00 / 12 oktober 2013.
- Gebruik een dubbele punt voor de link - dat stimuleert doorklikken.
- Laat je berichtjes controleren door je begeleider of door de contactpersoon die bij het berichtje staat vermeld in de social media agenda.

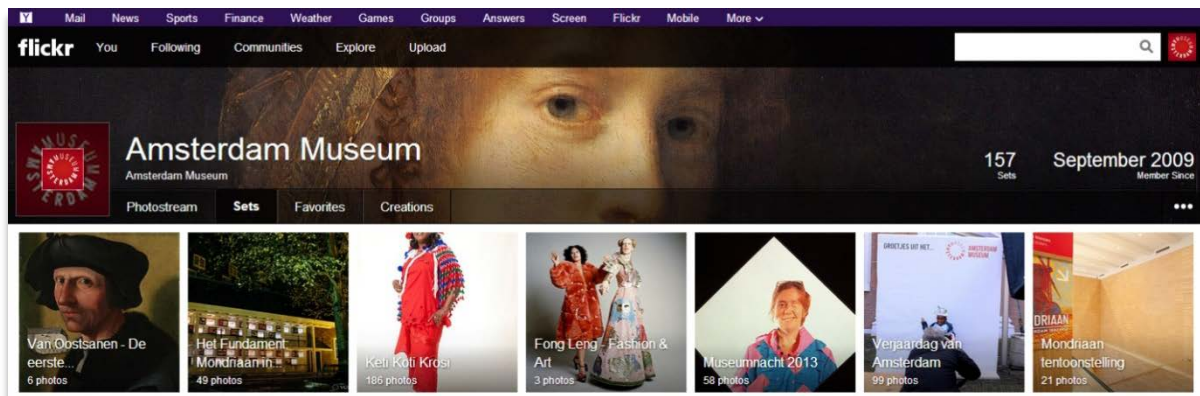
Instagram



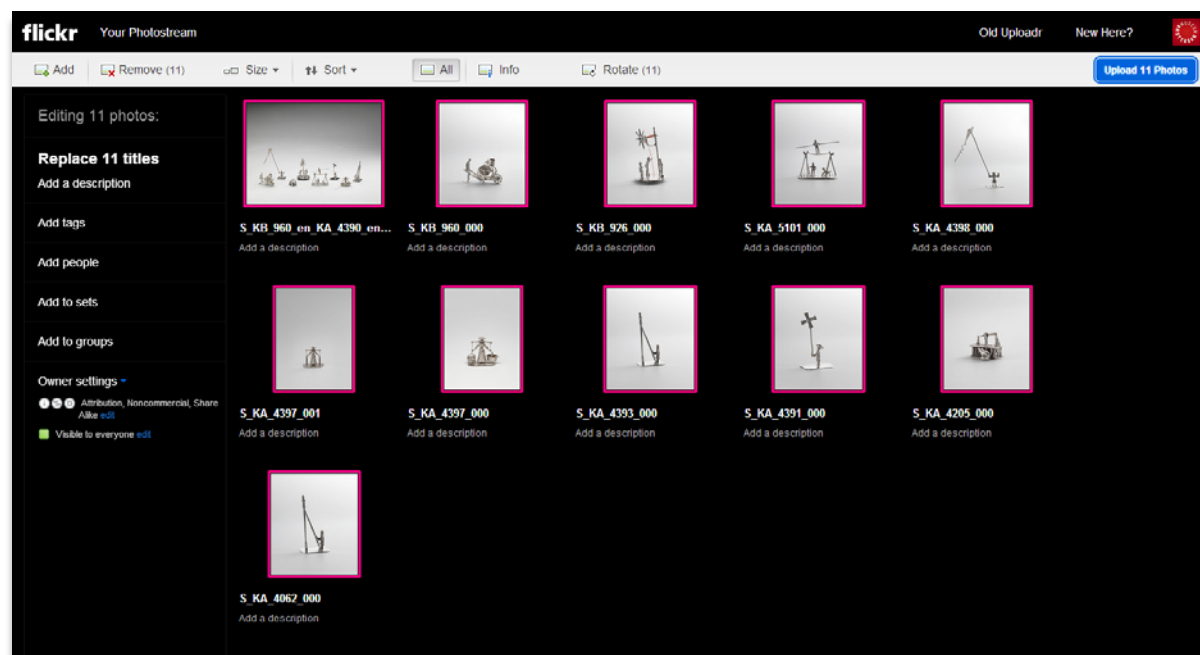
Instagram wordt voornamelijk gebruikt voor de rubriek van de #ThrowbackThursday! Deze rubriek verschijnt wekelijks op de donderdag.

Het beste kun je berichten op instagram uploaden via je smartphone of ipad. De stappen wijze zich verder vanzelf, je voegt eerst de foto toe door op het cameraatje te klikken, en vervolgens de tekst. Daarna plaats je het bericht op instagram. De filters die instagram biedt kun je eventueel gebruiken maar hoeft niet. De foto's zijn vaak zelf al oud en daardoor voegt een extra filter weinig toe.

Flickr



Op Flickr worden de foto's geupload van het museum. Vaak zijn dit foto sets van openingen, tentoonstellingen en evenementen. Het handigste is om deze als een set te uploaden. Klik dan ook in de zwarte balk boven de omslagfoto op Upload. Kies dan de foto's die je wilt uploaden.

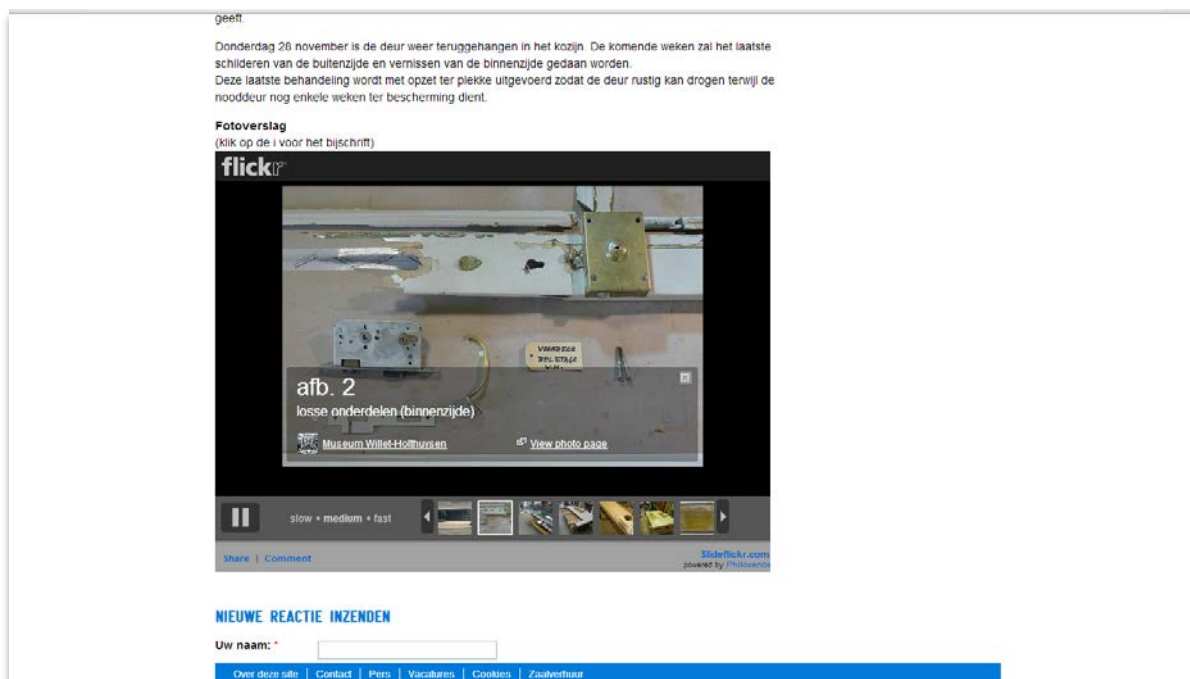
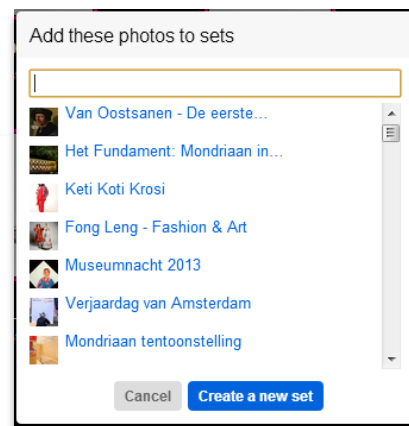


Er verschijnt dan het volgende scherm.

Geef de foto's een naam, zoals je links boven ziet kun je alle foto's in één keer een andere titel en beschrijving toe te kennen. Zorg altijd dat je de fotograaf vermeld wanneer deze bekend is. Vervolgens kies je bij add to set om de afbeeldingen aan een set toe te voegen.

Er verschijnt dan een pop-up scherm waar je ook de mogelijkheid hebt een nieuwe set te creëren. Geef de set een titel en een beschrijving en je kunt dan klikken op de knop 'Upload Photo's'.

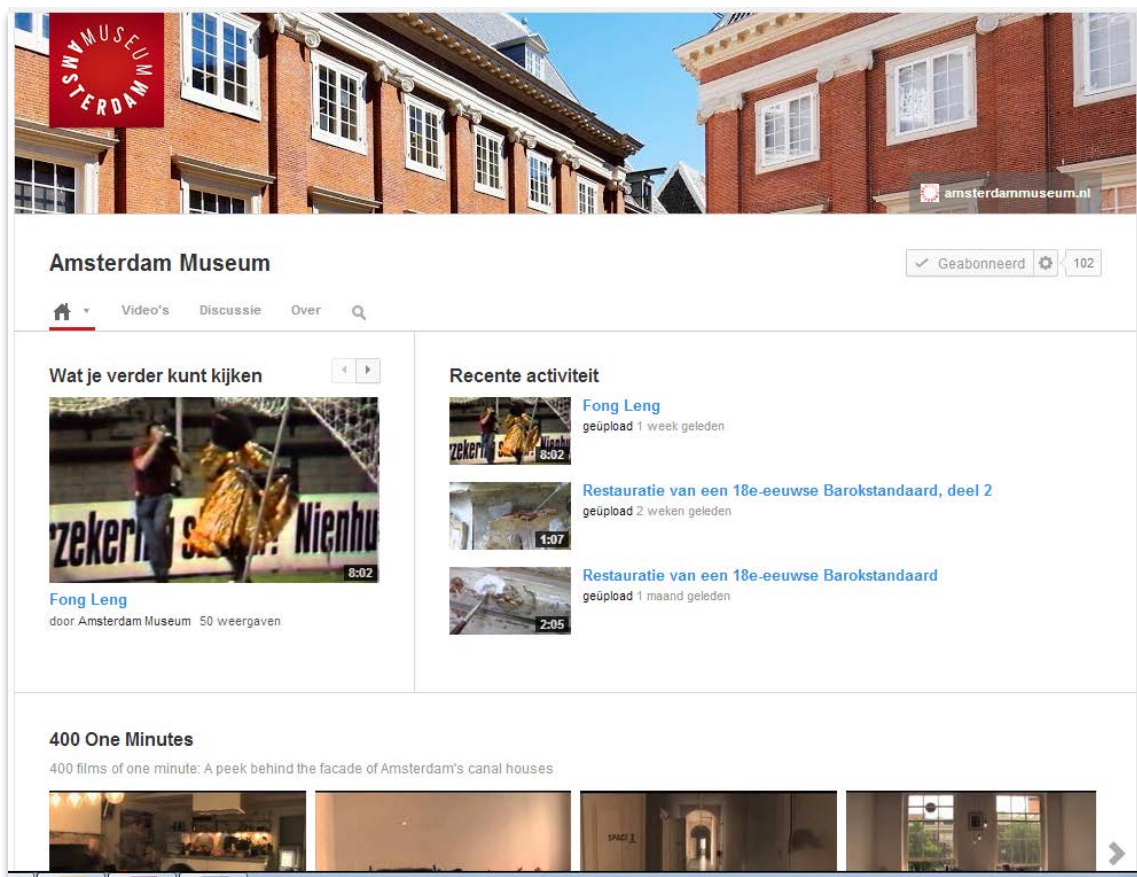
Wanneer je veel foto's bij een blog hebt is het leuk om via flickr een slide show te creëren voor in de blog, zoals bij deze blog van museum willet-holthuysen.



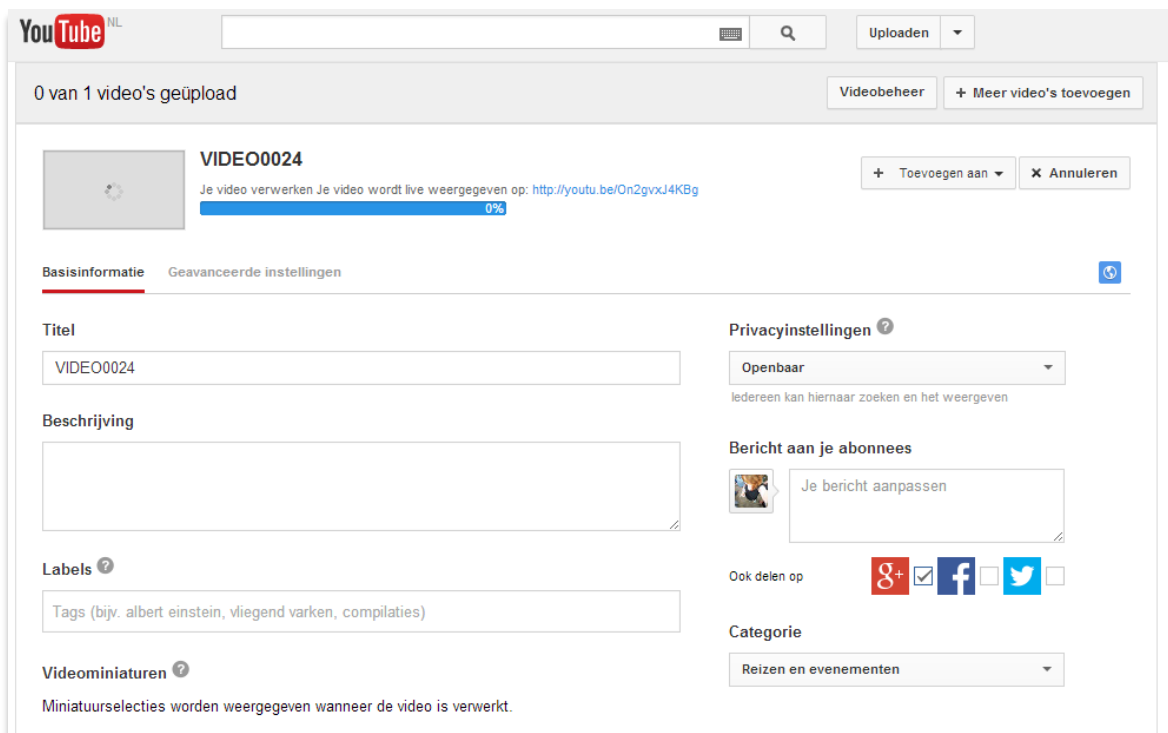
Dit kun je doen via de website www.slideflickr.com hier moet je dan drie stappen volgen:

- stap 1** url van de set op flickr (bijvoorbeeld <http://www.flickr.com/photos/ahmamsterdam/sets/72157637841727655/>)
- stap 2** *customize:*
 voor blogs in drupal, zoals bij Willet is de breedte 682 pixels en de hoogte 342 pixels (de hoogte kun je echter mee variëren)
 voor een slideshow in het hart is de breedte 625 pixels en de hoogte 450 pixels (ook hier kun je variëren met de hoogte)
- Stap 3** Bekijk de preview

Youtube



Op Youtube kun je filmpjes van het museum uploaden. Zorg er altijd voor dat de filmpjes een titel hebben en een korte beschrijving. Let erop dat wanneer je het filmpje alleen intern wil delen dat de privacy instellingen op alleen mensen met een link kunnen dit filmpje bekijken staat.



VASTE RUBRIEKEN

Er zijn een aantal vaste rubrieken voor de social media! In dit stukje van de handleiding zullen deze rubrieken kort worden toegelicht. Kijk bij alle rubrieken even naar berichten die zowel op het hart en de social media hiervoor zijn geschreven in het verleden om inspiratie op te doen. De vaste rubrieken hebben ook vaak één vast persoon van de webredactie die zich hiermee bezig houdt.

#020Today

Elke maandag en donderdag

Frans Oehlen levert elke week de teksten aan voor de #020today. Deze wordt door hem geschreven of een van zijn collega's. De webredactie is vervolgens verantwoordelijk voor het nalezen van deze blogs en het schrijven van de social media berichten. Probeer Frans altijd aan te sporen de #020today op tijd aan te leveren (een dag van te voren is altijd fijn). Meestal komt hij even langs om de blog kort toe te lichten.

Op het Hart

- De teksten worden in een Word document geleverd.
- De titel is altijd '#020today: titel', Frans levert dit ook altijd zo aan, allen met alles in hoofdletters, zorg dat je niet de hele titel in hoofdletters.
- Neem zijn eerste alinea als korte beschrijving.
- De auteur veranderen van jouw naam naar die van Frans Oehlen of een andere persoon
- Frans geeft altijd aan waar hij graag de plaatjes wil hebben, het eerste plaatje doe ik altijd wel onder de 'korte beschrijving'/ inleiding, voor de opmaak op de hoofdpagina van het Hart. Maar meestal valt dat wel samen.
- vaak zal je nog een link naar collectie online opnemen onderaan het artikel met 'Klik [hier](#) voor meer informatie over dit object.'

Op social media

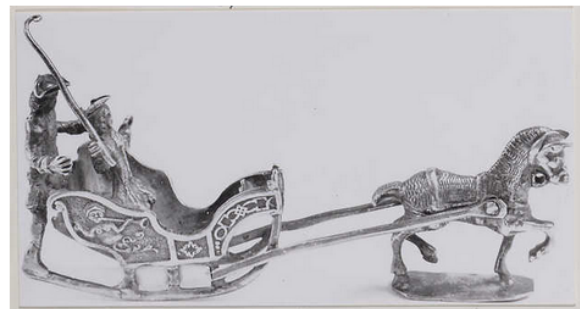
- Op Facebook leg ik altijd kort uit waar het artikel over gaat, daarbij neem ik meestal een leuke anekdote uit het artikel.
- Altijd de tag #020today gebruiken op facebook en twitter (en google+)
- #020today heeft ook een Pinterest bord, dus ook hier de foto uploaden.

#020TODAY SLEETJE RIJDEN IN 1733

Conservator kiest uit 1200 stuks miniatuurzilver

[Ik ben fan](#) [Tweet](#) [Vind ik leuk](#)

Zilveren miniaturen weerspiegelen in het klein de grote wereld om ons heen. Hun aantrekkingskracht is van alle tijden. De voorstellingen variëren van huishoudelijke voorwerpen tot kinderspelen en beroepen. Een aparte categorie zijn de wintertafereelen.



De strenge Hollandse winters van weleer boden vertier aan jong en oud, arm en rijk. Deze plezierige kant van de winter vormde voor makers van zilveren miniaturen een bijna onuitputtelijke inspiratiebron. Ze vervaardigden mannen, vrouwen en kinderen op de schaats, al dan niet met bezem, stok of pikhaak. Sleden zijn er in alle soorten en maten, van eenvoudige trek-, prik- en duwslides tot de deftige arrenslee, getrokken door paarden.

Van die laatste groep is deze slee een voorbeeld. Hij is in 1733 gemaakt door Pieter van Somerwil I, een Amsterdamse zilversmid die van 1706 tot 1753 werkzaam was. En hij was niet de enige. Het maken van miniatuurzilver was in de achttiende eeuw een typisch Amsterdamse specialiteit. Tussen 1660 en 1800 waren in de stad ongeveer 300 zilversmeden werkzaam. Van hen waren zevenendertig specialist op het gebied van miniaturen en dertien van deze zilversmeden maakten ze met grote regelmaat. Binnen één familie werd het ambacht soms generaties lang uitgeoefend. Voorbeelden zijn leden van de families Van Geffen, Van Strant en Van Somerwil.

Miniaturen zijn vaak te dateren aan de erop afgeslagen jaardatting. Van 1704 tot 1734 gebeurde

Throwback Thursday

Elke donderdag



Deze rubriek is een van de omvangrijkste van de vaste rubrieken. In tegenstelling tot de #020today en de modeblog wordt de informatie namelijk hiervoor niet vooraf geleverd. Hieronder de uitleg over deze rubriek

De foto's

Ten eerste moet je foto's hebben om mee aan de slag te kunnen gaan. Deze zijn op zolder bij Edo te vinden in de archiefkasten. Kies vooral leuke uit met mensen erop, en kijk ook even naar de informatie die op de enveloppen staan, of op de achterkant van de foto's. Het is leuk om foto's te nemen uit verschillende periodes.

Als je de foto's uit de kast pakt is het handig om even post its te plakken op de enveloppen, zodat je de foto's weer makkelijk terug kan brengen.

Vervolgens scan je de foto's.

Het Hart

- De titel is het onderwerp van de foto
- ondertitel is altijd #ThrowbackThursday
- en de korte beschrijving is altijd deze tekst:
- In de tekst zelf hoeft niet heel veel informatie. Zorg wel dat deze uitgebreider is dan het facebookbericht.



Planning ThrowbackThursday

De planning is te vinden op Google Docs:

https://docs.google.com/spreadsheets/ccc?key=0AhQK24p-02SLdGhNMXluamV6NzZvTUtkUkhkNFhfTHc&usp=drive_web#gid=0 (Webredactie → Rubrieken → ThrowbackThursday1 → Planning ThrowbackThursday)

Hier zie je alle voorgaande berichten van deze rubriek, en kan je toekomstige berichten vooruit schrijven.

Social Media

- Facebook:

Op Facebook is het de bedoeling dat je de foto upload en een berichtje schrijft met aan het einde van de tekst: Bekijk deze #ThrowbackThursday en meer op www.instagram.com/amsterdammuseum

- Instagram:

Voor #ThrowbackThursday gebruiken we ook instagram, hiervoor moet je deze applicatie wel even op je mobiele telefoon downloaden. Vanaf de computer kan je namelijk niet een foto uploaden. De inloggegevens van het Amsterdam Museum op instagram kan je vinden in het wachtwoorden document. Geen filter over de foto.

op Instagram een kort berichtje met aan het eind: #throwbackthursday #tbt
www.amsterdammuseum.nl/tbt

- Twitter:

Op Twitter gebruik je #ThrowbackThursday (aan het begin meestal, of je verwerkt het in je berichtje), met aan het einde de instagramlink van de foto.

- Pinterest:

Op Pinterest is er een bord voor ThrowbackThursday, dus ook hier de foto plaatsen.

Tip: gebruik voorgaande berichten als voorbeeld

Vergeet niet de foto's weer terug te brengen!

Modeblog

Elke woensdag


Leonie Sterenberg levert elke week de teksten aan voor de Modeblog. Zij stuurt de tekst elke keer de week van tevoren (meestal donderdag), zodat er nog genoeg tijd is om het in het Hart te zetten, eventuele aanpassingen te maken en social media stukjes te schrijven.

Op het Hart

- De teksten worden in een Word document geleverd.
- De titel is altijd '#Modeblog: titel', Leonie levert dit ook altijd zo aan
- We gebruiken hier bijna nooit een ondertitel
- Ik neem meestal haar eerste alinea als korte beschrijving. Dat is niet altijd even toepasbaar, dus je kan ook aan Leonie vragen of ze haar inleiding wil inkorten of veranderen.
- De auteur veranderen van jouw naam naar die van Leonie Sterenberg
- Leonie geeft altijd aan waar ze graag de plaatjes wil hebben, het eerste plaatje doe ik altijd wel onder de 'korte beschrijving'/inleiding, voor de opmaak op de hoofdpagina van het Hart. Maar meestal valt dat wel samen.

Op social media

- Op Facebook leg ik altijd kort uit waar het artikel over gaat, daarbij neem ik meestal een leuke anekdote uit het artikel.
- Altijd de tag #Modeblog gebruiken op facebook en twitter (en google+)
- Modeblog heeft ook een Pinterest bord, dus ook hier de foto uploaden.

Artikel:  Leonie Sterenberg 18 dec 2013, 10:35

#MODEBLOG: FEEST JAPON

In de laatste modeblog voor het nieuwe jaar een feestjapon van fluweel en veren die niet zou misstaan op een kerstdiner rond 1895!



Deze opvallende gele japon van fluweel en afgezet met struisvogelveren is van Marie Van Someren Brand-Zoethout (1866-1897) geweest. Zij was de echtgenote van de eerste conservator van het Stedelijk Museum Amsterdam, Jan Eduard Van Someren Brand (1856-1904).



Willet Huis en Bewoners

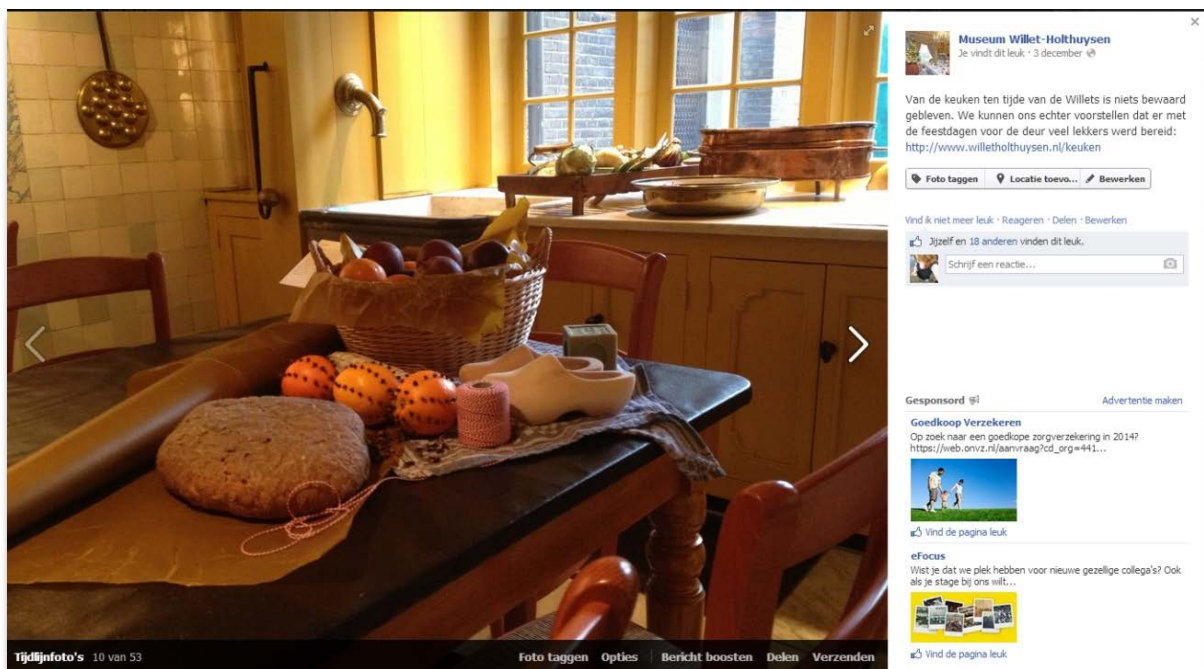
1x in de twee weken op verschillende dagen

Voor deze rubriek wordt 1 keer in de twee weken een berichtje geplaatst. De informatie hiervoor haal je van <http://www.willetholthuysen.nl/het-huis> en <http://www.willetholthuysen.nl/de-bewoners>.

Voor een planning zie

<https://docs.google.com/spreadsheets/cc?key=0AtDthEoUnpD2dGN0UWJZUUZvUWFRY1NQc3pnOUJCS0E#gid=0>

Probeer de berichten aan de actualiteit te koppelen en er een leuke afbeelding bij te plaatsen



Museum Willet-Holthuysen
Je vindt dit leuk · 3 december

Van de keuken ten tijde van de Willets is niets bewaard gebleven. We kunnen ons echter voorstellen dat er met de feestdagen voor de deur veel lekkers werd bereid: <http://www.willetholthuysen.nl/keuken>

Foto taggen · Locatie toevo... · Bewerken

Vind ik niet meer leuk · Reageren · Delen · Bewerken

👍 Jijzelf en 18 anderen vinden dit leuk.

Schrijf een reactie...

Gesponsord · Advertentie maken

Goedkoop Verzekeren
Op zoek naar een goedkope zorgverzekering in 2014?
https://web.omvz.nl/aanraag?id_org=441...

👍 Vind de pagina leuk

eFocus
Wist je dat we plek hebben voor nieuwe gezellige collega's? Ook als je stage bij ons wilt...

👍 Vind de pagina leuk

Tijdlijnfoto's 10 van 53 · Foto taggen · Opties · Bericht boosten · Delen · Verzenden

WEBSTATISTIEKEN

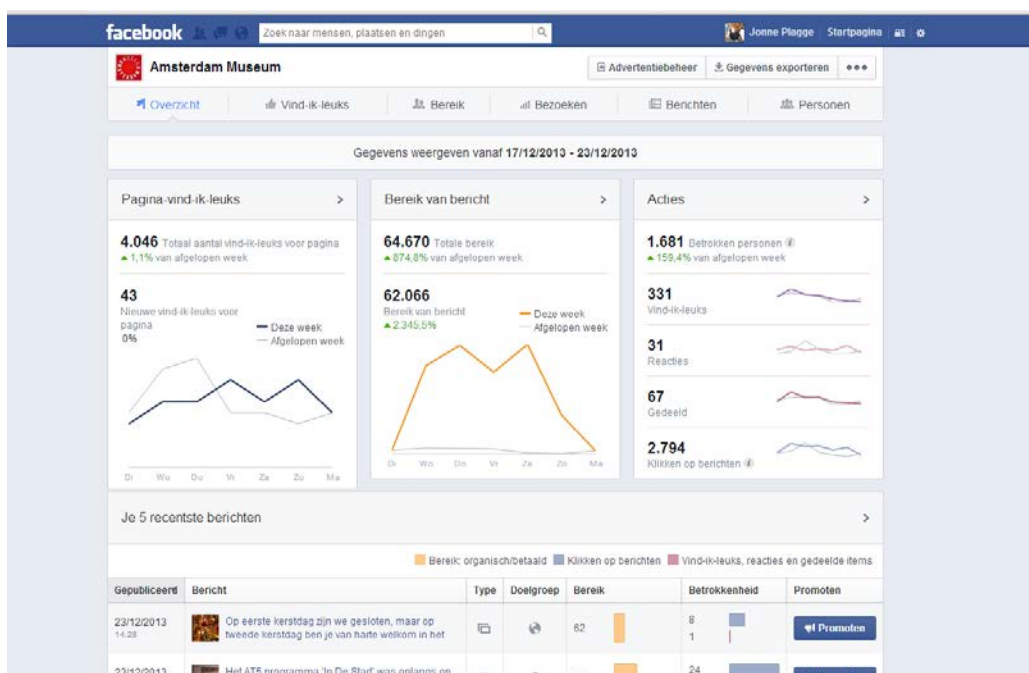
Wekelijks worden de webstatistieken bijgehouden, dit is ook wel nodig met alle online activiteiten van alle musea. Onder deze URL

<https://drive.google.com/?authuser=0#folders/0B6lz74nJaVf8ZmY5NTJODQlNDc0Ni00MmlwLWJiYTAzMzQ5NWE5NjMwMzM5> kun je de webstatistieken terug vinden. Elk museum heeft zijn eigen tabblad.

	januari				februari				maart				april											
	1	2	3	4	TOTAAL	5	6	7	8	TOTAAL	9	10	11	12	TOTAAL	13	14	15	16	TOTAAL	17	18	19	20
AMSTERDAM MUSEUM																								
Amsterdam Museum Blog																								
Collectie Online	687	910	866	863	3335	950	948	921	995	3814	876	857	891	954	907	4485	716	697	620	485	2518	415	392	
Geheugen van Oost	4255	5150	5432	5141	19978	4914	4763	4532	4530	18748	4634	4599	4857	4702	4392	23184	4465	4598	4236	4052	17391	3847	4126	
Buurtwinkels	1457	1567	1467	1473	5984	1458	2000	1698	1630	6786	1494	1458	1568	1469	1383	7369	1320	1339	1230	1336	5228	1063	1306	
Ruigoord	208	268	107	270	853	314	191	248	289	1042	235	199	348	275	230	1293	484	358	229		1071	147	202	
The Hoerengracht	83	104	48	93	328	284	39	49	65	438	95	84	55	78	68	380	43	55	73		172	51	54	
A'DAM, mijn en mode blog	24	58	50	31	163	23	36	26	18	163	31	35	24	40	34	164	27	24	23		74	15	22	
Daag van de Amsterdamse Geschiedenis	30	30	28	22	117	26	21	30	103	25	31	20	35	16	127	36	16	12	12		64	8	22	
Shanghai Gesture	6	11	16	6	37	3	1	2	1	7	11	13	0	1	3	30	1	0	12		13	6	3	
Facebook (bereik)(total reach)	1651	2063	1368	1379	6451	1809	1911	1877	2389	7986	2313	3302	3450	16726	15683	41374	45904	23623	22046		91573	16967	21842	
Flickr (views: let op, dit zijn views per foto)	936	2029	5359	5368	13692	1535	1577	1470	1169	5751	1376	1059	1396	1374	2165	7370	1214	1099	924		3236	705	1296	
YouTube (weergaven)	1011	1450	749	560	3779	808	1209	755	858	3630	767	720	738	798	684	3707	707	576	473		1756	417	424	
TOTAAL	22081	26541	26992	26247	101861	24056	23576	23443	24344	95413	22738	22367	23641	37191	36922	142859	86343	42278	37933	13099	159853	30727	37208	
LIKES, FANS & FOLLOWERS (TOTAAL)																								
Hart																								
Hives	114	115	115	116	116	117	119	119	119		118	118	117	117		118	118	118			118	118		118
Facebook (likes)	1205	1237	1284	1301	1301	1354	1367	1422	1450		1486	1516	1655	1912	1956	2146	2281	2351			2576	2652		
Twitter	8098	6188	6267	6340	6340	6414	6484	6541	6571		6823	6876	6747	6820	6873	6911	6980	7024			7183	7217		
LinkedIn	304	306	313	324	324	328	331	335	340		360	360	363	366	366	368	377	387			389	408		
Nieuwsbrief	4762	4846	4753	4753	4753	4846	4846	4824	4824		4824	4824	4787	4787	4787	4787	4782	4762			4762	4724		
Pinterest	91	98	103	110	110	125	132	140	150		155	157	162	169	175	177	177	181			188	192		
Spotify	32				31				31		31	31	31	31		31	32	32			32	32		
TOTAAL	7844	12705	12896	12975	46422																			
PARTICIPATE																								
Reactsies Hart	1	2	3	3	8	0	0	0	1		0	0	0	0		1	0	0			2	1		
Likes Hart	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	2	0	0		0	0	1			0	0		
Facebook (mensen die hierover praten) (engagement)	65	112	57	53	287	95	105	75	132		95	108	104	202	205	511	241	173			165	134		
Twitter @Mentions	18	59	34	31	152	18	19	30	19		17	19	15	16	37	19	24	16			20	20		
Flickr Comments + Favorited	0	0	0	2	2	2	2	0	0		0	1	0	0		0	0	0			0	0		
Nieuwsbrief Opens	1155	1254	1271	3889	1273	1273	1227	1278			1289	1289	1134	1260	1214	1220	1031	1190			1297	968		
TOTAAL	84	1338	1347	1360	4129																			
IPICONS																								

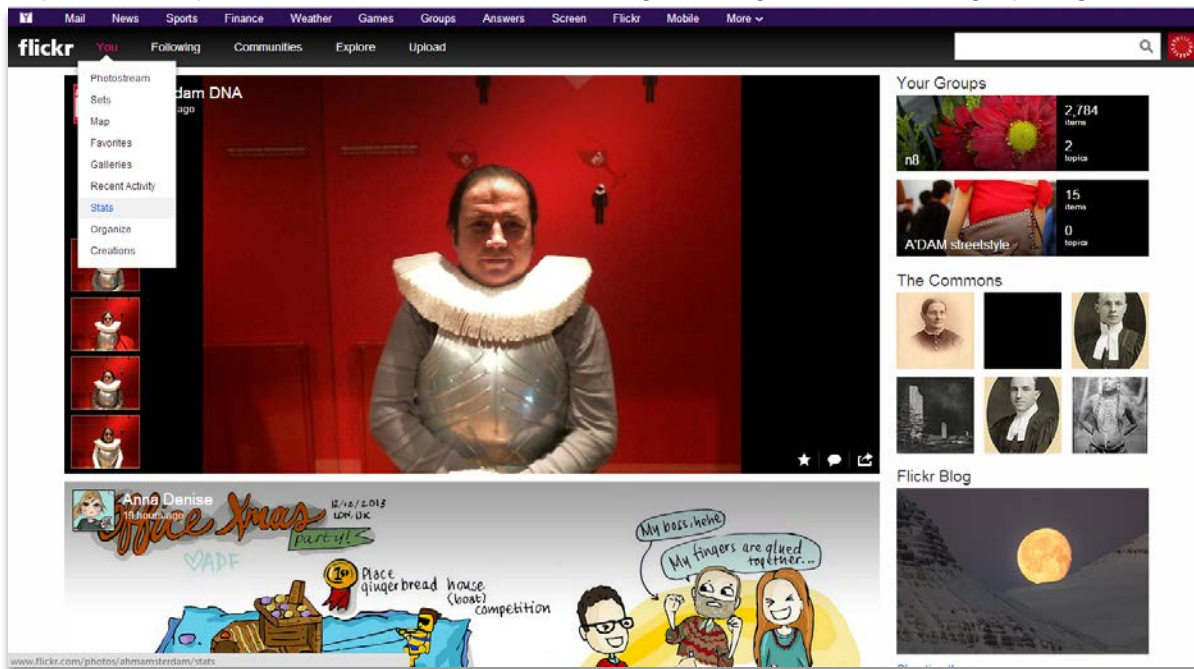
De webstatistieken worden aan de begin van de week bijgewerkt. Bij het document [wachtwoorden](#) kun je voor alle pagina's de inloggegevens terugvinden. Je zult om de webstatistieken in te vullen Google Analytics gebruiken maar ook de meetmiddelen van o.a. facebook, flickr, Wordpress en youtube.

Op facebook kun je via de knop statistieken bekijken de cijfers bekijken over een bepaalde periode. Het leuke aan facebook is dat je ook per bericht de statistieken kunt volgen, waardoor je een duidelijk



inzicht kunt krijgen welke berichten goed werken en welke niet.

Bij Flickr vind je onder You de statistieken. Hier geeft de grafiek alleen dagelijkse getallen

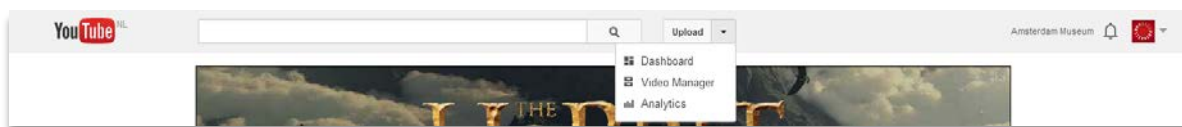


aan waardoor je ze zelf per week bijelkaar moet optellen.

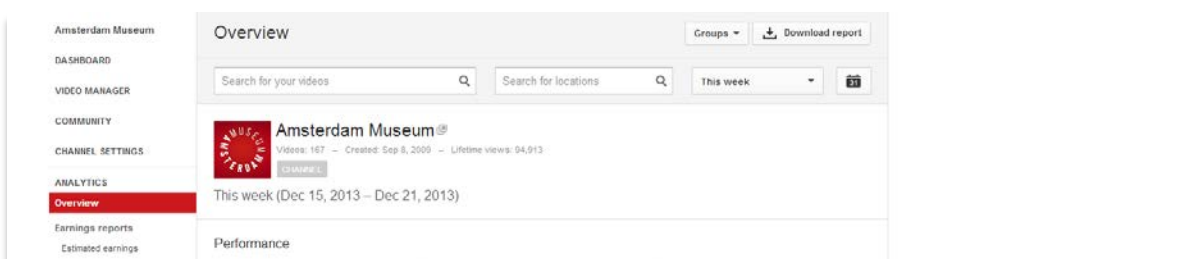
Wordpress werkt bij elke pagina weer anders de

webstatistieken zijn echter altijd onder een knoop in het linkermenu terug te vinden. Hier kun je vervolgens kiezen dat je de statistieken per week te zien krijgt.

Bij Youtube vind je de statistieken terug bij het uitklapschermje bij de uploadknop. Wanneer je op Analytics klikt krijg je een overzicht te zien van de statistieken.



Kies er dan voor om deze in te stellen op deze week rechts bovenaan.



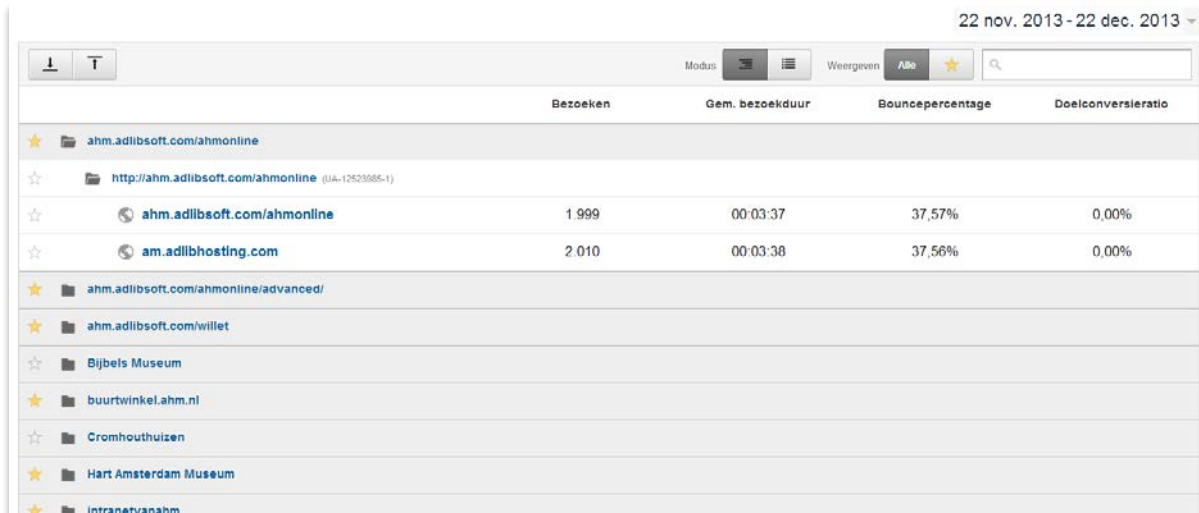
Op moment worden de webstatistieken onder de loep genomen en gaan er misschien nog dingen veranderen.

Google Analytics

Google Analytics is een van de middelen die je ook veel zult gebruiken om de wekelijkse cijfers te monitoren. Hier nog wat extra informatie over het aanmaken van borden bij google analytics. Dit is handig wanneer je informatie wil over specifieke pagina's van een website. Zoals de perspagina bijvoorbeeld.

1. Hoe kom je op Google Analytics

Ga naar <https://www.google.com/analytics/> en kijk bij het wachtwoordendocument op Google Drive met welke gebruikersnaam en wachtwoord je moet inloggen. Je komt hierdoor terecht op een pagina waar alle musea instaan.



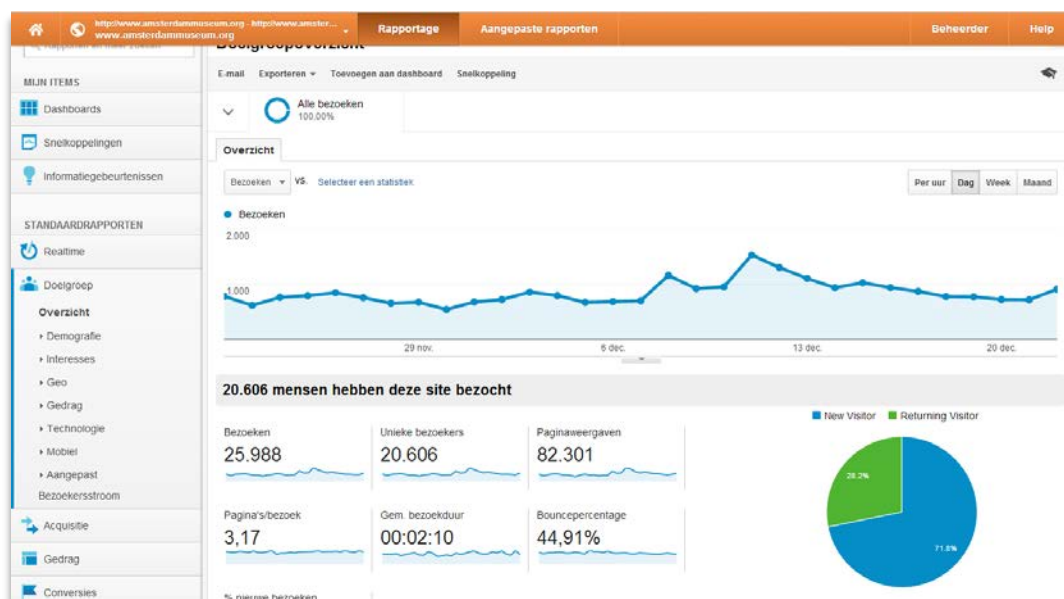
The screenshot shows the Google Analytics interface for the period 22 nov. 2013 - 22 dec. 2013. The table below lists the websites and their performance metrics.

	Bezoeken	Gem. bezoeksduur	Bouncepercentage	Doelconversieratio
ahm.adlibsoft.com/ahmonline				
http://ahm.adlibsoft.com/ahmonline (UA-12523685-1)				
ahm.adlibsoft.com/ahmonline	1.999	00:03:37	37,57%	0,00%
am.adlibhosting.com	2.010	00:03:38	37,56%	0,00%
ahm.adlibsoft.com/ahmonline/advanced/				
ahm.adlibsoft.com/willem				
Bijbels Museum				
buurtwinkel.ahm.nl				
Cromhouthuizen				
Hart Amsterdam Museum				
Intranet van ahm				

Klik op de 'amsterdammuseum'-map en klik op de website.

Je komt dan in het doelgroepenoverzicht terecht.

Je kan hier een beetje rondkijken wat er allemaal mogelijk is om te laten onderzoeken.



Bij 'Doelgroep' kan je zien waar bezoekers van de website vandaan komen, hoe lang bezoekers op de website blijven en of ze terugkomen, en of ze vanaf de computer of mobiel/tablet de site bezoeken. En ook leuk: een visualisatie van de bezoekersstroom.

Bij 'Realtime' kan je zien wie er op dit moment de website bezoekt.

Bij 'Verkeersbronnen' kan je zien waar de bezoeker vandaan komt. GA onderscheidt hierin vier categorieën: direct, organisch (zoekmachine), campagne en verwijzing (vanaf een andere site). Je kan ook zien welke zoekwoorden bezoekers gebruiken bij de zoekmachine om uiteindelijk op onze website te komen. Daarnaast is er een social media gedeelte waar te zien valt hoeveel bezoekers van welke social media komen. En welke pagina's van de website het meest gedeeld wordt op de social media. Ook hier is een bezoekersstroom, gebaseerd op sociale media.

Bij 'Inhoud' kan je zien welke pagina's vaak worden bekeken (saskia wordt hier bijvoorbeeld vaak bezorgd)

2. Een Dashboard aanmaken

Als je een maandelijks of wekelijks e-mail wil krijgen met google analytics gegevens dan moet je eerst een Dashboard aanmaken.

Nieuwe aanmaken: een leeg dashboard, of voor beginners.

Het is misschien handig om eerst een lijstje maken van wat je precies wil zien.

Rechtsboven kan je de periode aanpassen. (een bepaalde week of maand uitkiezen)

3. Nieuwe widgets aanmaken:

Stap 1: kies een format

Statistiek: die zijn meestal niet zo interessant, is maar 1 getal

Tijdlijn: is handiger om te gebruiken, dan kan je een ontwikkeling zien

Geomap: waar bezoekers vandaan komen

Tabel: handig voor inhoudelijke gegevens, welke pagina's bezocht worden etc.

Cirkeldiagram: handig voor percentages van bijvoorbeeld browsers/social media/ etc.

Staafdiagram:

In stap 2 kies je de statistiek die je wilt weergeven (bijvoorbeeld aantal bezoekers) in het format dat je zojuist hebt gekozen. Als je een cirkeldiagram of tabel hebt gekozen wordt je altijd gevraagd om een dimensie te kiezen:

- Metric (Statistiek): Een metric is een numerieke samenvatting van het gebruikersgedrag van je website, de widget geeft bijvoorbeeld het aantal bezoekers weer in een cijfergetal.
- Dimension (Dimensie): Een dimensie is een data key of veld in de vorm van een string, hiermee de dimensie wordt bedoeld waarop gegevens worden gegroepeerd, zo kun je bijvoorbeeld kiezen uit besturingssysteem, browser, land of pagina.

Stap 3: filter toevoegen.

Met de filter kan je veel doen: dingen wegfilteren, of juist alleen één ding uitlichten.

Als je van een bepaalde pagina een widget wil maken dan zet je de filter op 'alleen weergeven', dan op 'pagina' en dan typ je de url (bijv. /rembrandts-'saskia'-naar-amsterdam-museum) of trefwoorden in. Je kan ook meerdere filters gebruiken.

Als je er niet helemaal uitkomt kijk bij het voorbeeld dashboard hoe ik het heb gedaan (potloodtekentje bij de widgets).

4. Dashboard opsturen

Als je klaar bent met de dashboard kan je die eenmalig, wekelijks of maandelijks laten opsturen. Dit doe je door op e-mail te klikken en dan gegevens invullen. Ook kan je al gelijk een pdf maken van je dashboard.

CHECKLIST STAGEBEGELEIDERS

Vorbereiden

- Aanmelden stagiair
 - [Account aanvragen](#)
 - Pas en sleutels aanvragen
 - handleiding uitprinten
 - zorgen voor toegang tot de verschillende sites (deels kan dit al van te voren gebeuren)

Inwerken

- Eenmalig
 - Rondje door het museum
 - Intranet laten zien + welkomstboodschap schrijven
 - Y-schijf laten zien
 - Welkomstboodschap op intranet
 - toegang regelen tot webredactie inbox
 - handleiding laten lezen en waar nodig de stagiair extra uitleg geven.