



Meewerkstageopdracht – Professionaliseren SMA-communicatie (leden, socials, website & CRM)

De Sales Management Association (SMA) is een beroepsorganisatie voor Sales Professionals en is in 1974 opgericht door Heineken en Unilever met als doel het salesvak te professionaliseren en kennis over te dragen.

Context & doel

De SMA wil de ledencommunicatie en zichtbaarheid verder professionaliseren. Tijdens deze meewerkstage bouw je aan een schaalbaar communicatiesysteem (socials, e-mail, website en CRM) met duidelijke workflows, templates, dashboards en verbeterde datakwaliteit. Doel: structureel meer bereik, betrokkenheid en conversie realiseren.

Leerdoelen (HBO/WO)

- Een geïntegreerde content- en kanaalstrategie opstellen en uitvoeren (socials, e-mail, website).
- Werken met Zoho One (CRM, Campaigns, Social, Sites, Forms, PageSense/Analytics) en systemen koppelen.
- KPI's definiëren en rapporteren (reach, engagement, CTR, conversie, deliverability, datakwaliteit).
- AVG-proof werken (opt-ins, dataminimalisatie, bewaartermijnen, datakwaliteit).
- Stakeholders aansturen: directie/secretariaat/taskforces/regiobesturen en externe partners.

Activiteiten

A) Socials – zichtbaarheid en engagement

- Contentpijlers definiëren (events, thought leadership, ledenstories, awards, partners).
- Maandkalender opzetten (LinkedIn primair; optioneel Instagram/X/YouTube).
- Posts schrijven en plaatsen, visuals en korte video's maken (Canva/Adobe Express).
- Community management: reageren, reposten, taggen, medewerkers-advocacy activeren.
- A/B-testen (hooks, formats, call-to-actions) en wekelijkse performance-review.

B) Ledencommunicatie (e-mail/nieuwsbrief)

- Nieuwsbrief-sjabloon (Zoho Campaigns): heldere structuur, CTA's, mobielvriendelijk.
- Segmentatie: leden (persoonlijk/bedrijf), prospect, sponsor, student, regio, interesse.
- E-mailflows: welkomstflow en event-funnel (save-the-date → inschrijving → aftermovie).
- Deliverability check: DKIM/SPF/DMARC, afzenderdomein, lijsthygiëne en opt-in beheer.

C) Website (Zoho Sites)

- Contentbeheer: eventpagina's, blog/kennisartikelen, speaker-profielen en foto/video.



- UX-verbeteringen: duidelijke CTA's, formulieren met Zoho Forms, basis-SEO en meetplan.
- Contentbibliotheek en publicatieproces documenteren (werkinstructies en RACI).

D) CRM (Zoho CRM) – datakwaliteit en integratie

- Datakwaliteit verbeteren: deduplicatie, verplichte velden, tagging, segmenten en rollen.
- Koppelingen: Forms → CRM, Campaigns ↔ CRM, Social ↔ CRM en website tracking.
- Ledenprofielen verrijken (branche, rol, regio, interessegebieden, eventdeelname).
- Dashboards voor groei en retentie: ledenaantallen, conversies en event-inschrijvingen.

E) Eventcommunicatie (SMA Sales Summit, Captains Dinner, Awards, Peergroups)

- Campagneplan per event: boodschap, doelgroepen, kanalen, tijdlijn en KPI's.
- Landingspagina, inschrijfformulier, e-mailflow, socialcampagne en opvolging.
- After-event: bedankmail, survey en contentrecycling (recaps, quotes en learnings).

Op te leveren resultaten (deliverables)

- Communicatiestrategie (1-pager en deck) met contentpijlers, kanaalkeuzes en KPI's.
- Contentkalender (werkend sjabloon) met rubrieken, frequentie en deadlines.
- Social-toolkit: post-templates, beeldstijl, hashtags en tone-of-voice-gids.
- Nieuwsbrief-sjabloon en segmentatie-schema met 2–3 standaard e-mailflows.
- Website-verbeterlijst en SEO-basisset met publicatieworkflow (RACI).
- CRM-playbook: velden, segmenten, tagging, koppelingen en opt-ins.
- Dashboarding (Zoho/GA4/PageSense): maandrapport en executive summary.
- Eventcampagne-draaiboek (template) en 1–2 live toegepaste cases.
- AVG-checklist (opt-ins, bewaartermijnen, recht op inzage/verwijdering, dataminimalisatie).

Pré's

- Tooling saffy
- Overig: Canva/Adobe Express, Insta en LinkedIn.
- Werkwijze: wekelijkse stand-up, maandelijkse review met directie en secretariaat.

Begeleiding en overleg

- Praktijkbegeleider: Directeur SMA (eindverantwoordelijk).
- Dagelijkse aanspreekpunten: secretariaat en communicatie.
- Ritme: 1x per week stand-up, 1x per 2 weken sprintreview en 1x per maand KPI-review.

Talenten

- HBO Communicatie/Marketing/Commerciële Economie of vergelijkbaar.
- Sterke pen in het Nederlands, basisdesign, affiniteit met B2B-events en communities.
- Ervaring met een (marketing) CRM of bereid dit snel te leren.
- Proactief, gestructureerd en leergierig.

Praktisch

- Duur: 32-40 uur per week, 20 weken (start jan/feb 2026).
- Locatie: hybride (NL), kantoordagen en eventdagen in overleg.
- Vergoeding: conform markt en SMA-beleid.



- Benodigd: eigen laptop is een pré