

**AUTEUR:** Elyse Teerink

**EMAIL:** mijnsocialplan@gmail.com

**JAAR:** 2014

**WWW.MIJNSOCIALPLAN.NL**

De Social/content handleiding voor ondernemers



## INHOUDSOPGAVE

<b>FACEBOOK PRIVÉ ACCOUNT AANMAKEN .....</b>	<b>7</b>
PRIVÉREGISTRATIE.....	7
<i>Stap 1: Je vrienden zoeken .....</i>	<i>8</i>
<i>Stap 2: Profielgegevens .....</i>	<i>9</i>
<i>Stap 3: Profielfoto toevoegen.....</i>	<i>10</i>
Activeren.....	11
<b>FACEBOOK ZAKELIJK ACCOUNT AANMAKEN .....</b>	<b>12</b>
Pagina aanmaken.....	12
<i>Stap 1: Info .....</i>	<i>15</i>
<i>Stap 2: Profielfoto.....</i>	<i>16</i>
<i>Stap 3: Toevoegen aan favorieten.....</i>	<i>17</i>
<i>Stap 4: Bereik meer mensen .....</i>	<i>18</i>
Voltooien .....	19
<b>TWITTER ZAKELIJK ACCOUNT AANMAKEN .....</b>	<b>20</b>
REGISTREREN .....	21
Volledige naam.....	21
E-mailadres.....	21
Wachtwoord.....	21
ACCOUNT AANMAKEN .....	22

<i>Gebruikersnaam .....</i>	<i>22</i>
DE RONDLEIDING .....	23
<i>Stap 1. Welkom .....</i>	<i>23</i>
<i>Stap 2. Bouw je tijdlijn op .....</i>	<i>24</i>
<i>Stap 3. Kijk eens wie er is .....</i>	<i>25</i>
<i>Stap 4. Zoek personen die je kent .....</i>	<i>25</i>
<i>Stap 5. Maak het wat persoonlijker .....</i>	<i>26</i>
<i>Stap 6. Account bevestiging .....</i>	<i>27</i>
ACCOUNT INSTELLEN .....	28
<b>KORT MAAR KRACHTIG: WAT KAN JE MET SOCIAL MEDIA? .....</b>	<b>30</b>
<i>Luisteren .....</i>	<i>31</i>
<i>Communiceren .....</i>	<i>31</i>
<i>Publiceren .....</i>	<i>31</i>
<i>Marketing .....</i>	<i>32</i>
<i>Verkopen .....</i>	<i>32</i>
<i>Optimaliseren en integreren .....</i>	<i>32</i>
<i>Meten .....</i>	<i>33</i>
<b>HOE WERKT FACEBOOK? .....</b>	<b>34</b>
DE ZAKELIJKE PAGINA .....	34
<i>Omslagfoto .....</i>	<i>35</i>
<i>Statusupdate .....</i>	<i>36</i>

WAT KAN JE MET EEN BERICHT? .....	39
<i>Liken</i> .....	39
<i>Reageren</i> .....	40
<i>Delen</i> .....	40
<i>Interactieve infographic</i> .....	40
<b>HOE WERKT TWITTER? .....</b>	<b>41</b>
ALLEREERST VIER WOORDEN DIE DE BASIS VORMEN VAN TWITTER .....	41
<i>Een tweet plaatsen</i> .....	42
<i>Trends</i> .....	43
<i>Interactieve infographic</i> .....	44
<b>HELP! IK BEN NIET ZO GOED IN SCHRIJVEN.....</b>	<b>45</b>
<i>Ruis</i> .....	45
<i>Tekstdoel</i> .....	46
<i>Illustraties</i> .....	46
<i>Schaven en omgooien</i> .....	46
<i>Unique selling points (USP's) en benefits</i> .....	47
<i>Schrijfadviezen</i> .....	47
<b>POSTS, TWEETS... TIPS &amp; TRICKS! .....</b>	<b>48</b>
<i>Laat zien dat er mensen achter de knoppen zitten</i> .....	48
<i>Zeg het met foto's</i> .....	48
<i>Gebruik namen</i> .....	49

<i>Zeg het met jouw stemgeluid .....</i>	<i>49</i>
<i>Dialogoog .....</i>	<i>49</i>
<i>Call to action.....</i>	<i>49</i>
<i>Hoogtepunt en pinfunctie op Facebook .....</i>	<i>49</i>
<i>Herkenbare categorieën.....</i>	<i>49</i>
<i>Push minder.....</i>	<i>50</i>
<i>Weekplanning .....</i>	<i>50</i>
<i>Tag (# of @).....</i>	<i>50</i>
<i>Mooi design.....</i>	<i>50</i>
<i>Verkorte links.....</i>	<i>50</i>
<i>Beloon fans.....</i>	<i>50</i>
<i>Interessante feiten.....</i>	<i>51</i>
<b>POSTEN OP FACEBOOK .....</b>	<b>52</b>
DE VIER G's.....	52
<i>lets Grappigs.....</i>	<i>52</i>
<i>lets Groots .....</i>	<i>54</i>
<i>lets met de Groep.....</i>	<i>56</i>
<i>lets Gratis .....</i>	<i>58</i>
INFOGRAPHIC FACEBOOK POST .....	60
<b>TWEETEN OP TWITTER.....</b>	<b>61</b>
<i>Meer tweettips .....</i>	<i>61</i>

INFOGRAPHIC TWEETEN .....	62
<b>SOCIAL CONTENTSTRATEGIE .....</b>	<b>63</b>
<i>Doelstelling</i> .....	63
<i>Welke hashtags/communities leven er ‘nu’ omheen</i> .....	63
<i>Kritische succesfactoren. Kansen en gevaren.</i> .....	64
<i>Tone of voice</i> .....	64
<i>Propositie</i> .....	64
<i>Doelgroep</i> .....	65
<i>Wat zijn de verwachte piekmomenten.</i> .....	65
<i>Cores and paths.</i> .....	65
<i>Weekplan</i> .....	66
<b>SOCIALPLAN MAKEN! .....</b>	<b>67</b>

## FACEBOOK PRIVÉ ACCOUNT AANMAKEN

Een zakelijke pagina wordt gekoppeld aan een privéaccount. Als je dus nog geen privéaccount hebt, moet je deze eerst aanmaken.

Heb je een privéaccount op Facebook? Dan kan je gelijk aan de slag met het aanmaken van de zakelijke pagina.

### PRIVÉREGISTRATIE

Ga in je browser naar <http://www.facebook.com/> en je komt op onderstaande pagina terecht. Hier kan je je gratis registreren, hiervoor hoeft je alleen de gevraagde persoonsgegevens in te vullen en op de knop 'registreren' te klikken.



facebook

E-mail of telefoon  Wachtwoord

☐ Laat mij aangemeld blijven [Je wachtwoord vergeten?](#)

**Met Facebook ben je verbonden en deel je alles met iedereen in je leven.**

**Registreren**

Het is gratis (en dat blijft het ook).

Voornaam  Achternaam

Jouw e-mailadres

Bevestig e-mailadres

Nieuw wachtwoord

**Geboortedatum**

Dag  Maand  Jaar  Waarom moet ik mijn geboortedatum invullen?

☐ Vrouw ☐ Man

Door op Registreren te klikken, ga je akkoord met onze Voorwaarden en bevestig je dat je ons beleid inzake gegevensgebruik hebt gelezen, inclusief ons beleid inzake cookiegebruik.

## STAP 1: JE VRIENDEN ZOEKEN

Misschien denk je nu, ik wil helemaal geen privéconnecties op Facebook. Dat kan natuurlijk! Klik dan op 'Overslaan'. Maar overdenk wel het volgende: wie kan jij het makkelijkst zover krijgen om straks de pagina van jouw bedrijf te liken? Waarschijnlijk jouw privéconnecties. Als jij die mensen 'verzameld' op jouw privéaccount en hen vraagt om jouw zakelijke pagina te liken, dan is de eerste stap naar naamsbekendheid gezet.

Als je straks een privéaccount hebt, dan kan je natuurlijk altijd nog vrienden zoeken. Maar wil je alvast een handje geholpen worden bij het vinden van vrienden? Vul dan jouw privé mailadres in en klik vervolgens op de knop 'Vrienden zoeken'.


Stap 1  
Je vrienden zoeken

Stap 2  
Vul de informatie in

Stap 3  
Profielfoto toevoegen


### Zitten jouw vrienden al op Facebook?

Veel van je vrienden zitten misschien al op Facebook. Het doorzoeken van je e-mailaccount is de snelste manier om je vrienden te vinden op Facebook. [Kijk hoe het werkt](#)

 **Gmail**  
Jouw e-mailadres   
**Vrienden zoeken**

 **Windows Live Messenger** [Vrienden zoeken](#)

 **Outlook.com (Hotmail)** [Vrienden zoeken](#)

 **Andere e-mailservice** [Vrienden zoeken](#)

[Overslaan](#) **Opslaan en doorgaan**



## STAP 2: PROFIELGEGEVENS

De gegevens die je hier invult worden toegevoegd aan jouw profielpagina van je privéaccount. Ook deze stap is niet verplicht, wil je het niet invullen klik dan op 'overslaan'. Wederom kan Facebook op basis van deze gegevens wellicht vrienden vinden die jij graag wil toevoegen aan jouw netwerk. Lijkt jou dit wel interessant dan kan je deze gegevens invullen en vervolgens klikken op de knop 'Opslaan en doorgaan'.

Stap 1  
Je vrienden zoeken

Stap 2  
Vul de informatie in

Stap 3  
Profielfoto toevoegen

### Vul je profielgegevens in

Met behulp van deze gegevens kun je je vrienden vinden op Facebook.

Woonplaats	<input type="text" value="Geboorteplaats"/>	
Middelbare school	<input type="text" value="Naam van je middelbare school"/>	
Huidige woonplaats	<input type="text" value="Huidige plaats"/>	
Hogeschool/universiteit	<input type="text" value="Naam instelling voor hoger onderwijs of univ"/>	
Werkgever	<input type="text" value="Bedrijfsnaam"/>	

[< Terug](#)

Overslaan · [Opslaan en doorgaan](#)



Je school en werkgegevens zijn op dit moment openbaar om je te helpen contact te maken met klasgenoten en collega's. Je kunt de privacy van je school en wergevers beheren in het gedeelte Info op je profiel.

### STAP 3: PROFIELFOTO TOEVOEGEN

Hier kan je een foto uploaden vanaf jouw computer of maak je een foto met een webcam. Denk er bij de keuze van de profielfoto wel aan dat deze openbaar zichtbaar zal zijn. Als je een foto hebt toegevoegd kan je op de knop 'Opslaan en doorgaan' klikken. Wil je de stap overslaan, klik dan op 'overslaan'.

**Stap 1**  
Je vrienden zoeken

**Stap 2**  
Vul de informatie in

**Stap 3**  
Profielfoto toevoegen

#### Je profielfoto instellen



Een foto uploaden

OF

**Een foto maken**  
Met je webcam

[Terug](#)[Overslaan](#)



Profielfoto's en omslagfoto's zijn openbaar. Je bepaalt zelf het publiek voor andere foto's die je uploadt naar Facebook.




## ACTIVEREN

Voordat je verder kan gaan op Facebook, moet je jouw account activeren. Dit doe je door in de email van Facebook op de knop 'Je account bevestigen' te klikken.

Nog maar één stap te gaan voordat je Facebook kunt gaan gebruiken



Postvak IN x

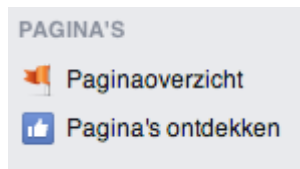
 **Facebook** <notification+kr4yx25aqbwx@facebookmail.cc> 12:42 (34 minuten geleden) ☆    
aan mij ▾



## FACEBOOK ZAKELIJK ACCOUNT AANMAKEN

### PAGINA AANMAKEN

Aan de linkerkant op de profielpagina van jouw privéaccount zie je een lijstje staan. (Onderverdeeld in: Welkom, Vrienden, Apps, Interesses, Pagina's en Groepen) In dit lijstje klik je op 'Paginaoverzicht'.



Vervolgens klik je rechts bovenaan de pagina op 'Een pagina maken'.



Nu kan je kiezen wat voor pagina je aan wil maken. Kies een soort pagina die het best bij jouw bedrijf past.

#### Een pagina maken

Maak een Facebook-pagina om een betere relatie met je doelgroep en klanten op te bouwen.

Pagina's die ik leuk vind

Pagina's die ik beheer



Lokaal bedrijf of lokale plaats



Bedrijf, organisatie of instelling



Merk of product



Artiest, band of bekende persoon



Amusement



Goed doel of community

\*Voor de rest van deze uitleg kies ik voor 'Lokaal bedrijf of lokale plaats'.

Vul de gevraagde bedrijfsgegevens in, lees eventueel de 'Voorwaarden van Facebook-pagina's' en klik op de knop 'Aan de slag'. De naam is erg belangrijk om goed te worden gevonden op Facebook. Vul de naam dus zorgvuldig in, deze kan je later niet meer wijzigen.

**Lokaal bedrijf of lokale plaats**

Kies een categorie

Naam bedrijf of plaats

Postadres

Plaats/provincie

Postcode

Telefoon

Door op Aan de slag te klikken, ga je akkoord met de Voorwaarden van Facebook-pagina's.

Aan de slag

## STAP 1: INFO

Je wil natuurlijk een pagina die zoveel mogelijk informatie over jouw bedrijf bevat. Je kan ervoor kiezen om dit later te doen door op 'Overslaan' te klikken. Wil je het direct doen, vul dan de betreffende informatie in en klik vervolgens op de knop 'Informatie opslaan'.

**Beschrijving:** Deze informatie krijgen mensen te zien als ze op jouw pagina op 'Info' klikken. Hier kan je omschrijven wat jij/jouw bedrijf doet.

**Website:** Plaats hier de link naar jouw website (of andere Social Media accounts, een blog, een portfolio, etc.), deze zal zichtbaar zijn op de pagina.

### Mijn Social Plan instellen

1 Info

2 Profielfoto

3 Toevoegen aan Favorieten

4 Bereik meer mensen

Voeg categorieën, een beschrijving en een website toe zodat je pagina hoger in de zoekresultaten wordt weergegeven.  
Velden die zijn gemarkeerd met (\*) zijn verplicht.

Is Mijn Social Plan een echte instelling, een echt bedrijf of een echte locatie?  
Hiermee kunnen mensen deze instelling, dit bedrijf of deze locatie makkelijker vinden op Facebook.

☐ Ja ☐ Nee

Informatie opslaan

Overslaan

## STAP 2: PROFIELFOTO

De profielfoto van een pagina is belangrijk. Deze zijn namelijk zichtbaar naast elk bericht dat vanuit deze pagina wordt geplaatst, ook als je op andere berichten reageert. De afbeelding wordt daardoor het vaakst gezien in de vorm van een thumbnail (een klein vierkant plaatje), denk er daarom bij het kiezen van de afbeelding dat deze op dit formaat ook nog herkenbaar is. Een afbeelding moet minimaal 180x180 pixels zijn. Bedrijven gebruiken vaak hun logo of een ander, voor hun bedrijf, relevant plaatje als profielfoto.

Meer over de afmetingen: <https://www.facebook.com/help/315809258465467>

### Mijn Social Plan instellen

1 Info

2 Profielfoto

3 Toevoegen aan Favorieten

4 Bereik meer mensen



Uploaden  
vanaf  
computer

Vanaf website  
importeren

Foto opslaan

Overslaan



### STAP 3: TOEVOEGEN AAN FAVORIETEN

De uitleg op deze pagina spreekt voor zich.

#### Mijn Social Plan instellen

1 Info

2 Profielfoto

3 Toevoegen aan Favorieten

4 Bereik meer mensen

FAVORITES

News Feed

Messages

Events

2

Voeg je pagina toe aan je favorieten zodat je er altijd eenvoudig toegang toe hebt.

⚙️

Mijn Social Plan

Toevoegen aan Favorieten

Overslaan

#### STAP 4: BEREIK MEER MENSEN

Hier kan je betalingsmethoden invullen voor het geval je betaald wil adverteren via Facebook. Als je dit ooit van plan bent om te doen, kan je dit natuurlijk toevoegen, maar het kan ook altijd later nog. Het is niet verplicht!

### Mijn Social Plan instellen

1 Info

2 Profielfoto

3 Toevoegen aan Favorieten

4 Bereik meer mensen

Adverteer op Facebook om je bedrijf meer naamsbekendheid te geven en meer vind-ik-leuks te ontvangen voor je pagina.

**Voeg nu een betalingsmethode toe, zodat je sneller een advertentie kunt plaatsen zodra je dat wilt.**



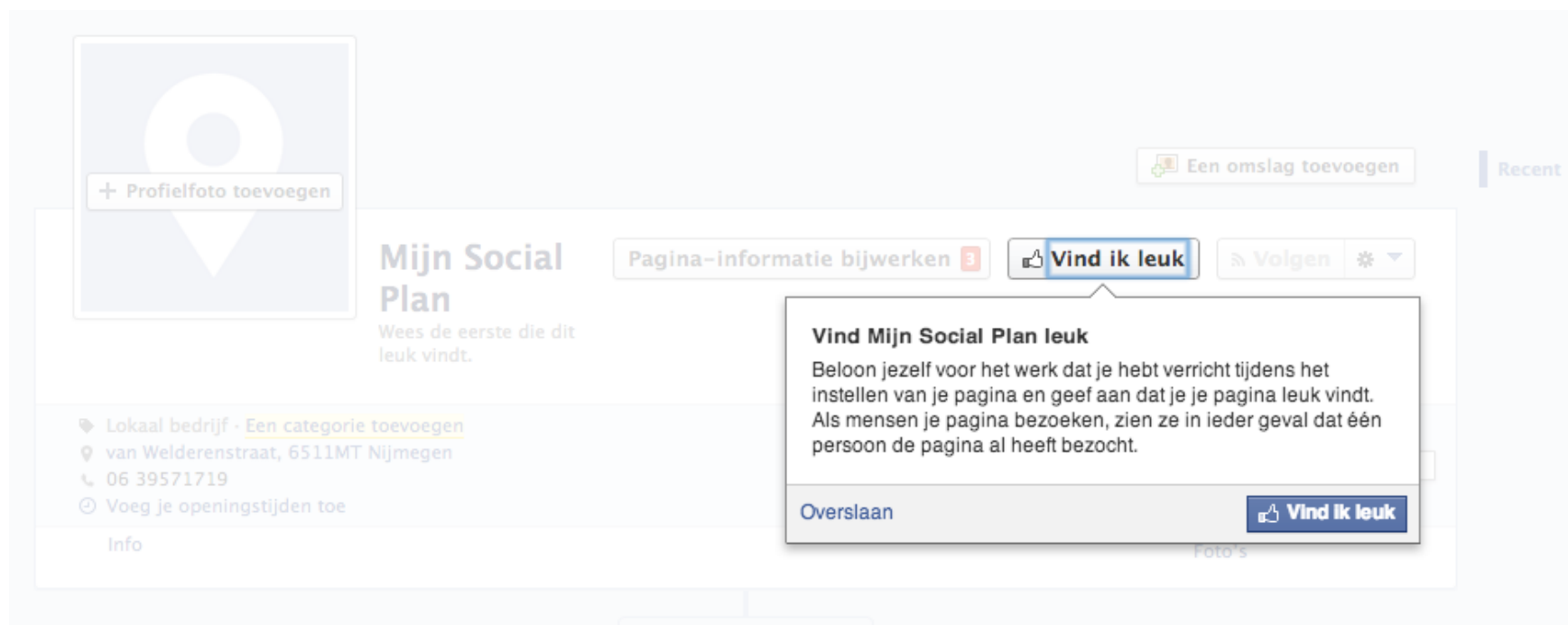
Betalingsmethode toevoegen

Overslaan

## VOLTOOIEN

Je hebt wederom een email van Facebook ontvangen, deze is om de registratie van de zakelijke pagina te voltooien. Open de email en klik op 'Je pagina openen'.

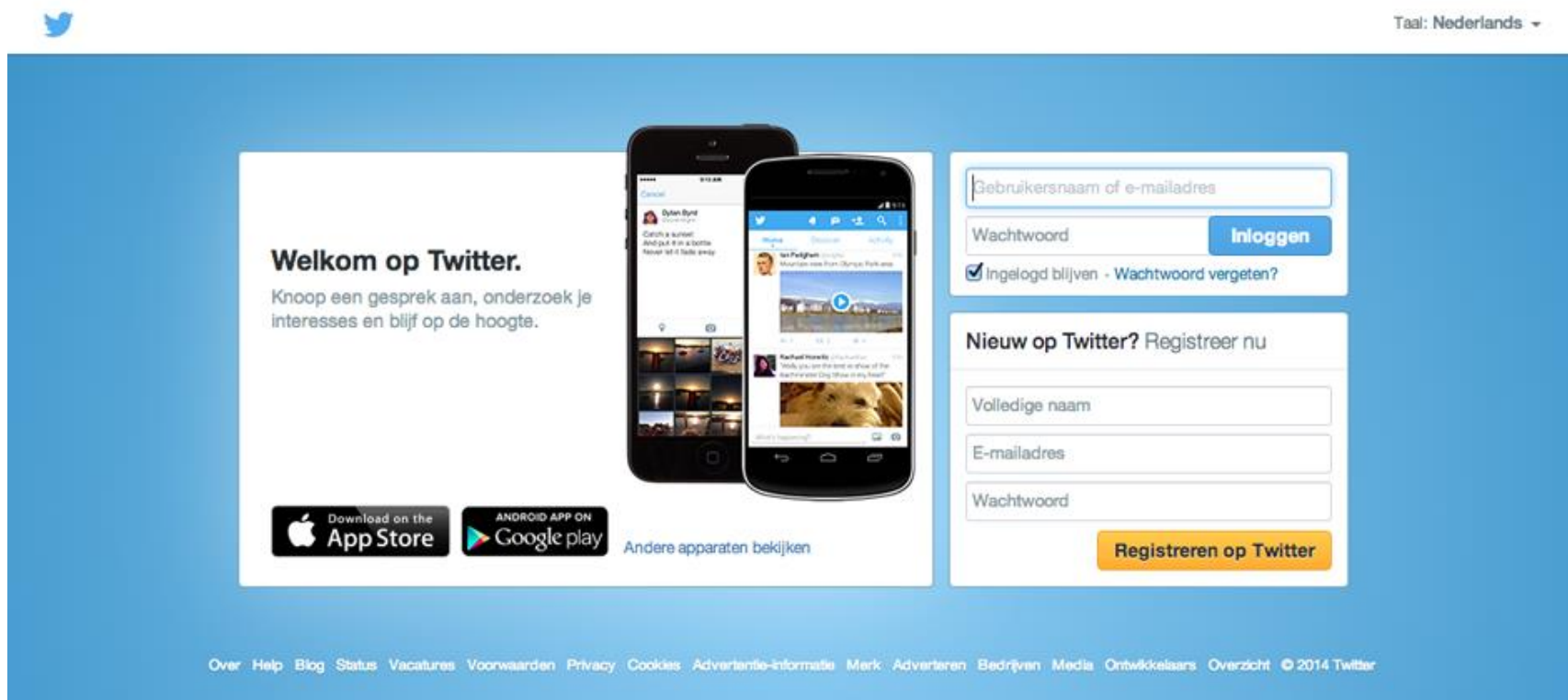
Gefeliciteerd! Jij hebt nu zelf een zakelijke Facebook pagina aangemaakt. En je kan hem zelf als eerste liken.



## TWITTER ZAKELIJK ACCOUNT AANMAKEN

Voor Twitter heb je geen privéaccount nodig. Dus we kunnen gelijk beginnen met het aanmaken van een zakelijk Twitter account.

Ga naar <http://www.twitter.com/>



## REGISTREREN

### VOLLEDIGE NAAM

Vul hier de bedrijfsnaam in.

### E-MAILADRES

Vul een geldig e-mailadres in, deze wordt later gebruikt voor een bevestigingsemail.

### WACHTWOORD

Bedenk een wachtwoord met minimaal 6 tekens en zorg dat je deze onthoud.

Klik vervolgens op de knop 'Registreren op Twitter'.

A screenshot of the Twitter registration form. At the top, it says "Nieuw op Twitter? Registreer nu". Below this are three input fields: "Volledige naam", "E-mailadres", and "Wachtwoord". At the bottom right of the form is an orange button labeled "Registreren op Twitter".

Nieuw op Twitter? Registreer nu

Volledige naam

E-mailadres

Wachtwoord

Registreren op Twitter

## ACCOUNT AANMAKEN

Vervolgens moet je een account aanmaken.

### GEBRUIKERSNAAM

Gebruik hier de bedrijfsnaam. De gebruikersnaam is maximaal 15 tekens lang, mag alleen cijfers, letters of een underscore bevatten en geen spaties. Naast het invulveld voor de gebruikersnaam zie je of de door jou gekozen naam goed en beschikbaar is.



The screenshot shows the Twitter registration process. At the top left is the Twitter bird logo, and at the top right is a link: "Heb je al een account? Inloggen". The main heading is "Registreer je vandaag nog op Twitter." Below this are four input fields, each with a green checkmark and a confirmation message:

- Volledige naam:** "Elyse Teerink" with the message "✓ Naam ziet er goed uit."
- E-mailadres:** "mijnsocialplan@gmail.com" with the message "✓ We zullen je een bevestiging sturen."
- Een wachtwoord maken:** A masked password field with a strength indicator and the message "✓ Wachtwoord is oké."
- Kies je gebruikersnaam:** "MijnSocialPlan" with the message "✓ Gebruikersnaam is beschikbaar. Je kunt het later wijzigen."

Below the username field, there is a "Suggesties:" section and a checkbox "Ingelogd blijven op deze computer" which is checked. A grey box contains the text: "Door op de knop te klikken, ga je akkoord met de onderstaande voorwaarden: These Terms of Service ('Terms') govern your access to and use of the". To the right of this box is a link for "Printbare versies: Algemene voorwaarden · Privacybeleid · Cookiegebruik". At the bottom is a large orange button labeled "Mijn account aanmaken". A small disclaimer at the very bottom states: "Opmerking: anderen kunnen je vinden op naam, gebruikersnaam of e-mailadres. Je e-mailadres wordt niet openbaar weergegeven. Je kunt je privacyinstellingen op elk gewenst moment wijzigen."

Klik vervolgens op de knop 'Mijn account aanmaken'.

Nu geeft Twitter zelf een rondleiding over hoe Twitter werkt. Hieronder worden de stappen even toegelicht. Heb je (nog) geen zin om deze stappen te doorlopen? Klik dan bij elke stap direct op de knop 'Volgende' zonder eerst te doen wat de stappen van je vragen.

## DE RONDLEIDING

### STAP 1. WELKOM

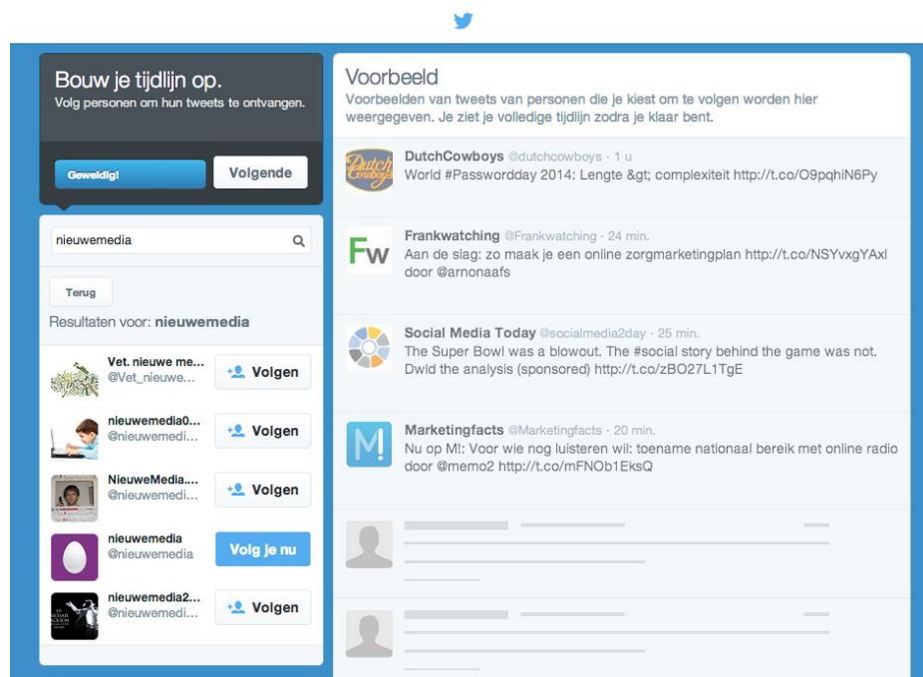
Hier wordt kort uitgelicht wat Tweets zijn. Klik vervolgens op de knop 'Volgende'.



## STAP 2. BOUW JE TIJDLIJN OP

Hier kan (Twitter geeft geen mogelijkheid om het over te slaan, dus eigenlijk moet je) andere Twitteraars volgen. Tip: vul in het veld 'Zoeken naar...' vijf Twitteraars in die iets met jouw bedrijf te maken hebben. Denk hierbij aan zakenrelaties, of websites die gerelateerd zijn aan jouw bedrijf en actief zijn op Twitter.

Voor Mijn Social Plan zijn bijvoorbeeld websites gevolgd die vaak interessante artikelen over Social Media publiceren.



Klik vervolgens op de knop 'Volgende'.

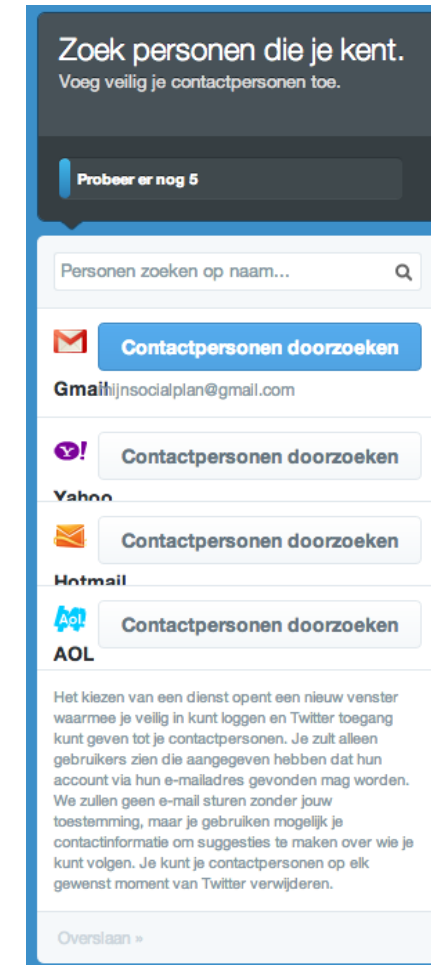


### STAP 3. KIJK EENS WIE ER IS

Hier kan je nòg meer mensen/bedrijven volgen. Voeg er wederom 5 toe, net zoals in de vorige stap. Of klik direct op de knop 'Volgende'.

### STAP 4. ZOEK PERSONEN DIE JE KENT

Hier kan je wederom Twitteraars toevoegen. Nu gaat het om mensen die je kent, deze kan je ook makkelijk laten vinden door Twitter jouw email contactpersonen te laten doorzoeken. Als je dit wil klik dan op de knop 'Contactpersonen doorzoeken'. Wil je dit niet, dan zie je onderaan dit vak (als je heel goed kijkt) een klikbare 'Overslaan' staan.



## STAP 5. MAAK HET WAT PERSOONLIJKER

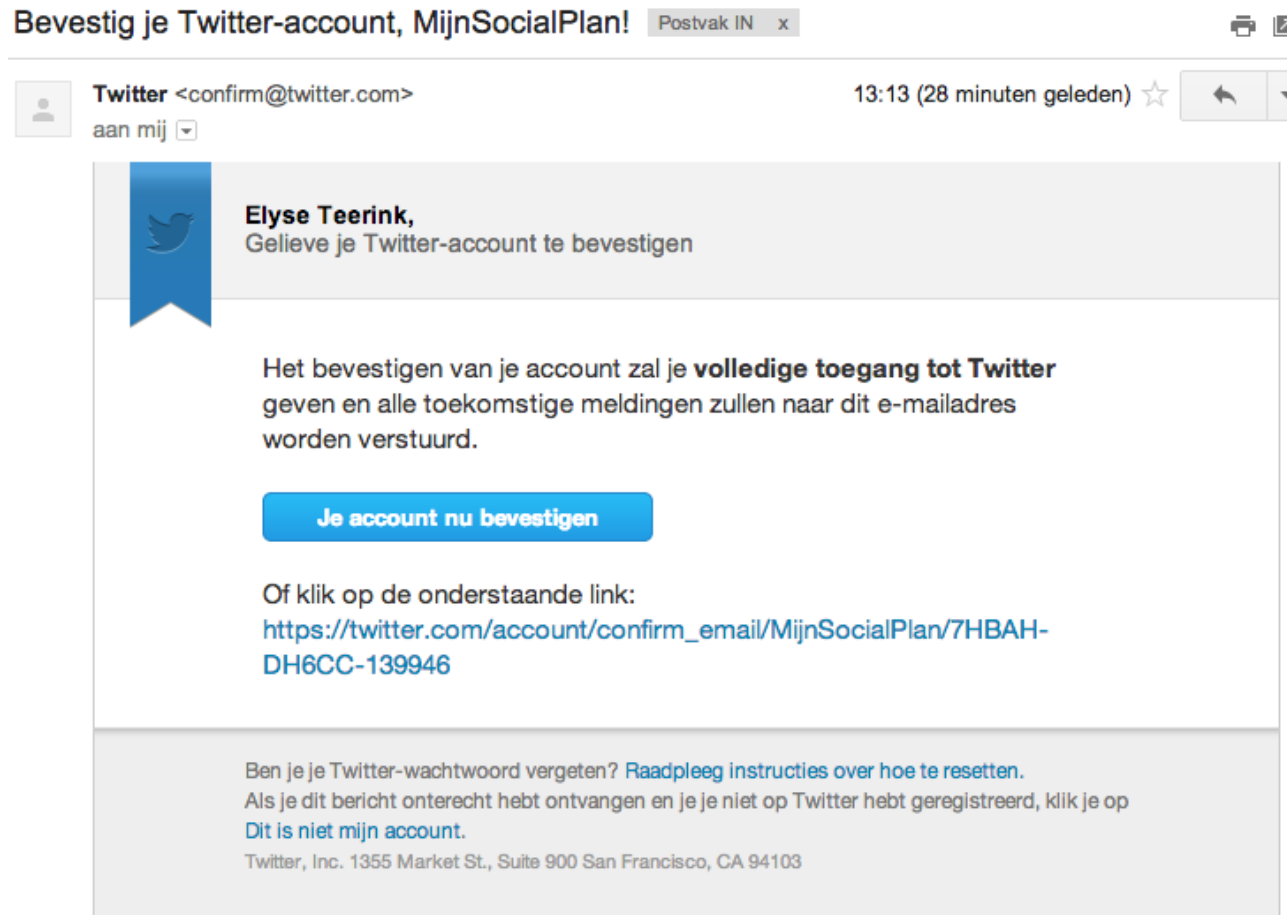
Hier kan je het logo van jou bedrijf of een foto van jezelf toevoegen. Bij Bio kan je een omschrijving van jouw bedrijf/dienst toevoegen.



The screenshot shows a profile setup interface. At the top, a dark grey box contains the text 'Maak het wat persoonlijker.' and 'Upload een foto en omschrijf jezelf.' Below this, there is a profile picture placeholder (a black silhouette on a light blue background) and a button labeled 'Afbeelding uploaden'. To the right of the button, it says 'Maximale grootte is 700 kB. JPG, GIF of PNG.' Below the picture placeholder, the label 'Bio' is followed by a character count '0 / 160'. A text input field contains the text 'Raketbouwer, pizzaexpert, houdt van voetbal, ouder.' At the bottom left, there is a button labeled 'Overslaan »'.

## STAP 6. ACCOUNT BEVESTIGING

Je hebt een e-mail ontvangen om jouw Twitter registratie te voltooien. Ga naar jouw e-mail inbox en klik op de knop 'Je account nu bevestigen'.



## ACCOUNT INSTELLEN

Nu je een account hebt is het tijd om jouw Twitter pagina persoonlijker te maken.

Ga rechtsboven de pagina naar instellingen.



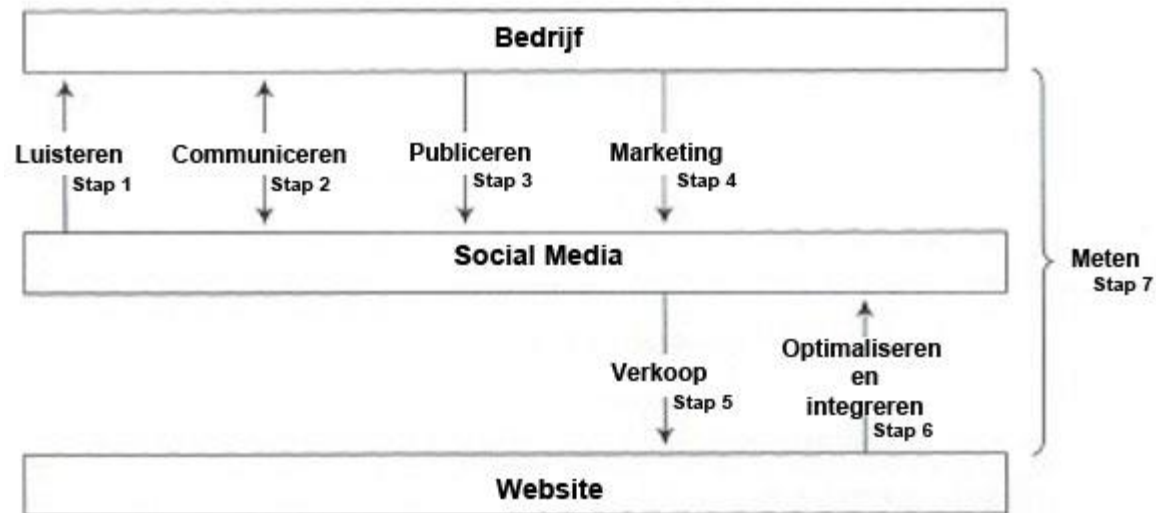
Op deze pagina kan je informatie toevoegen of wijzigen. Twitter geeft zelf duidelijke aanwijzingen over de velden. Neem de tijd om alles door te nemen en wijzigingen of toevoegingen aan te brengen. Er staan echt veel handige en leuke opties tussen!

The screenshot shows the Twitter account settings page for Elyse Teerink (@MijnSocialPlan). The page is in Dutch and has a light blue background with a cloud pattern. The top navigation bar includes links for Startpagina, Meldingen, Ontdekken, and Ik, along with a search bar and icons for mail, settings, and a compose button. The left sidebar contains a list of settings categories: Account, Beveiliging en privacy, Wachtwoord, Mobiel, E-mailmeldingen, Webmeldingen, Profiel, Ontwerp, Applicaties, and Widgets. The main content area is titled 'Account' and includes the following settings:

- Gebruikersnaam:** MijnSocialPlan (with a link to https://twitter.com/MijnSocialPlan)
- E-mailadres:** mijnsocialplan@gmail.com (with a note: E-mailadres zal niet openbaar worden weergegeven. [Meer informatie.](#))
- Taal:** Nederlands (with a note: Wil je meehelpen bij het vertalen van Twitter? Ga dan naar het [vertaalcentrum.](#))
- Tijdzone:** (GMT+02:00) Athens
- Inhoud:**
  - Land:** Nederland (with a note: Selecteer je land. Deze instelling wordt opgeslagen in deze browser.)
  - Tweetmedia:**
    - ☐ Mij niet vooraf informeren over media die gevoelig kan zijn (Je zult alle foto's of video's zien, zelfs als ze gevoelige media bevatten.)
    - ☐ Media die ik tweet markeren als materiaal dat gevoelig kan zijn (Vink dit vakje aan als je tweets gevoelige media bevatten, zodat gebruikers kunnen worden geïnformeerd voordat ze het zien.)
- Je Twitter-archief:** [Je archief opvragen](#) (with a note: Je kunt een bestand met al je gegevens aanvragen, vanaf je allereerste tweet. Je ontvangt een link via e-mail als het bestand gereed is om te downloaden.)

## KORT MAAR KRACHTIG: WAT KAN JE MET SOCIAL MEDIA?

Volgens Jeroen Bertrams kan je aan de hand van zijn 7-stappen model, op een verstandige wijze actief worden op Social Media.



## **LUISTEREN**

Voordat bedrijven aan Social Media beginnen, moet er volgens Jeroen eerst worden geluisterd. Waarover praat de doelgroep? Waar maakt ze zich zorgen over? Waar houdt ze zich dagelijks mee bezig? Van welke sites deelt ze content? Welk nieuws houdt de doelgroep bezig? Over welke producten en diensten communiceren ze? En door wie laten ze zich op Social Media, maar ook daarbuiten, beïnvloeden en inspireren?

Het doel is om de digitale sociale wereld van de doelgroep te leren kennen. Waar zit de doelgroep? Waarover praat de doelgroep? Op welke wijze praat de doelgroep? Deze informatie is noodzakelijk om op een goede wijze met hen in contact te komen. En om proposities op hun gedrag en wensen af te stemmen.

## **COMMUNICEREN**

Op Social Media hebben bedrijven de unieke kans om in contact te komen met de doelgroep. Het gaat om veel meer dan advertenties en het aanmaken van een fanpage. Het doel is om waardevolle interactie tot stand te brengen die vooral door de (potentiële) klant wordt gewaardeerd en niet als indringend wordt ervaren.

Het belang van webcare neemt ook steeds meer toe. Social Media wordt steeds meer gebruikt door consumenten om vragen te stellen of klachten te delen. Een snelle en goede afwikkeling draagt bij aan hogere klanttevredenheid.

## **PUBLICEREN**

Een van de belangrijkste kenmerken van Social Media is dat we steeds makkelijker content kunnen produceren en deze content razendsnel kunnen verspreiden. Door te publiceren op Social Media kunnen bedrijven hun kennis, producten en diensten etaleren. Waar vroeger publicaties van

bedrijven niet verder kwamen dan een onopvallend plekje op de eigen homepage, is het nu mogelijk om via het sociale web veel meer mensen te bereiken en te betrekken.

## **MARKETING**

De groei van Social Media heeft grote invloed op de wijze waarop online marketing plaatsvindt. Op Social Media gelden andere regels dan op het 'normale' internet. Gebruikers van Social Media geven snel hun mening. Een campagne met een boodschap die niet aanslaat of op verkeerde wijze wordt gebracht, kan daardoor meer kwaad doen dan goed. Desondanks zijn prachtige campagnes mogelijk.

## **VERKOPEN**

Social commerce wordt wel één van de belangrijkste ontwikkelingen op Social Media genoemd. Apps helpen consumenten bij het vinden van nieuwe producten op basis van hun profiel op netwerken. En na een aankoop kunnen consumenten hun aanwinst direct delen met hun vrienden op Social Media.

## **OPTIMALISEREN EN INTEGREREN**

Bij het woord optimaliseren wordt vooral gedacht aan het optimaliseren van een website voor zoekmachines. Dat is van groot belang, maar door de opkomst van Social Media is het optimaliseren van een website voor Social Media tegenwoordig net zo belangrijk. Daarbij gaat het niet alleen om het deelbaar maken van zoveel mogelijk content op de eigen website, maar ook om het integreren van Social Media op de eigen site, zoals het direct via Facebook kunnen reageren.



## METEN

Meten is van groot belang. Wat leveren de activiteiten van Social Media op? Welke KPI's<sup>14</sup> dienen te worden gehanteerd? Hoe kunnen we meten?

Dit kan alleen als vooraf kwalitatieve en kwantitatieve doelen worden geformuleerd die ook daadwerkelijk bijgehouden kunnen worden.

# HOE WERKT FACEBOOK?

## DE ZAKELIJKE PAGINA

Jouw pagina ziet eruit als onderstaande afbeelding, maar dan met de door jou ingevulde informatie.



## OMSLAGFOTO

De omslagfoto geeft de eerste indruk van jouw pagina. Denk bijvoorbeeld aan een foto van een product of dienst. Houdt wel rekening met de voorwaarden van Facebook aan deze omslagfoto's. De omslag mag bijvoorbeeld geen contactgegevens, call-to-actions als 'Like ons' of 'Deel' en prijs- of aankoopinformatie bevatten.

De omslagfoto is toe te voegen door te klikken op de knop 'Een omslag toevoegen'.

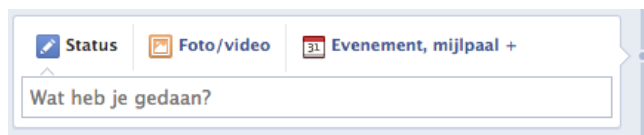
 Een omslag toevoegen



## STATUSUPDATE

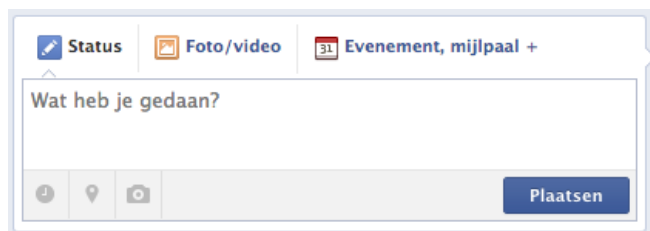
Al die berichtjes die je voorbij ziet komen op Facebook? Dat is een statusupdate. De manier op Facebook om informatie te delen in de vorm van tekst, foto's, video's en website linkjes. Een statusupdate kan vanaf de pagina van het 'nieuwsoverzicht' of vanaf jouw zakelijke pagina worden geplaatst. Jouw berichten, statusupdates, verschijnen op jouw zakelijke pagina en in het nieuwsoverzicht van jouw pagina en die van jouw volgers.

Om een bericht te plaatsen ga je naar jouw zakelijke pagina. Als je daar nog niet bent; ga naar jouw zakelijke pagina door op jouw profielfoto of paginanaam te klikken. Op jouw zakelijke pagina, onder de profielfoto ziet u onderstaand vak. Klik op het tekstveld met de tekst 'Wat heb je gedaan?'.



### STATUS

Hier kan je kiezen om een bericht te plaatsen in de vorm van tekst en/of een website link. Simpelweg het bericht hier te typen of een gekopieerde tekst of link te plakken. Als de tekst naar wens is, dan klik je op de knop 'Plaatsen'. Met de drie knoppen onder het tekstveld kan je een datum, locatie of snel een foto aan het bericht toevoegen.

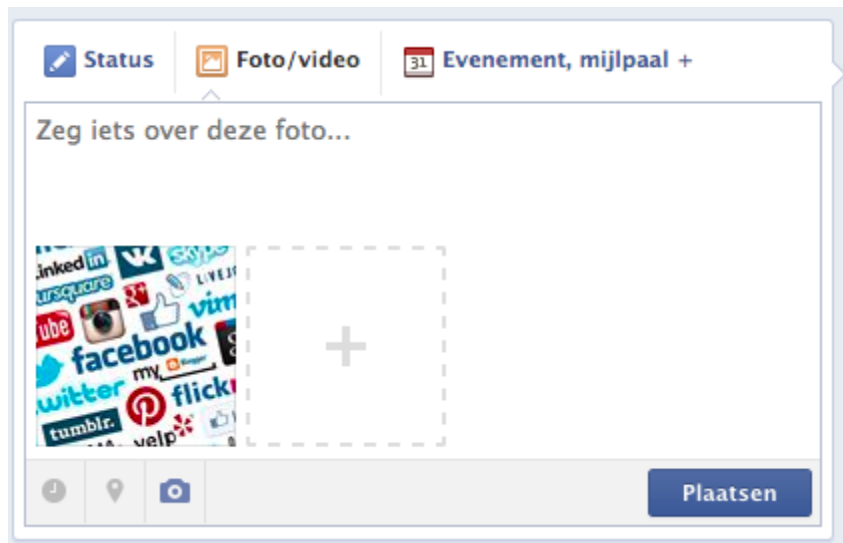


## FOTO/VIDEO

Hier kan je ervoor kiezen om een bericht op basis van een foto of video toe te voegen. Volg hiervoor de instructies op het scherm.



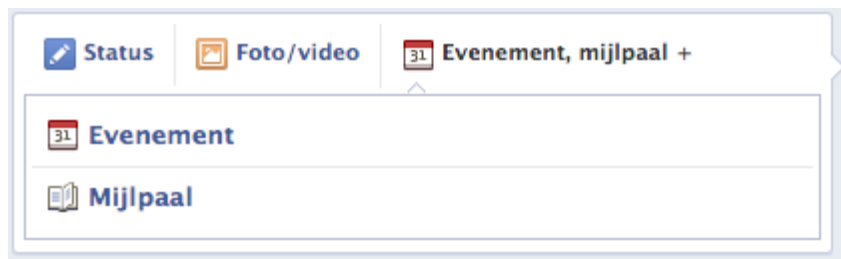
Zodra de foto is toegevoegd kan je naar wens nog een tekstueel bericht aan de foto toevoegen.



### EVENEMENT OF MIJLPAAL

Bij 'Evenement' kan je jouw volgers uitnodigen voor een evenement, denk aan de opening van jouw winkel of misschien het 5-jarig jubileum van jouw bedrijf.

Bij 'Mijlpaal' kan je een gebeurtenis toevoegen, denk bijvoorbeeld aan de opening van jouw winkel of het moment dat je officieel bij de KVK ingeschreven stond of misschien wel de dag van jouw 100ste klant. Deze update wordt ook zichtbaar op het nieuwsoverzicht van jouw volgers.



## WAT KAN JE MET EEN BERICHT?

Of nog belangrijker... Wat kunnen volgers met jouw bericht? Liken, reageren en delen. Als volgers dit doen, dan verschijnt jouw bericht weer in het nieuwsoverzicht van hun vrienden. Zo verspreiden jouw berichten naar een steeds grotere groep mensen.

### LIKEN

Oftewel 'Vind ik leuk' geeft aan dat iemand jouw bericht leuk vindt.



Als dit gebeurt, dan krijg jij hier een notificatie van.



## REAGEREN

Naast liken kan iemand ook reageren op een bericht. Het laten zien op nieuwsoverzichten van vrienden en de notificatie van een reactie werkt hetzelfde als bij een 'like'. Het verschil is wel dat een reactie ook weer reactie of een like kan krijgen, een like kan dat niet.



## DELEN

Dan is er nog de mogelijkheid voor volgers om het bericht te delen. Wederom krijgen vrienden van volgers in hun nieuwsoverzicht te zien dat hun vriend jouw bericht deelt. Maar deze functie doet nog iets anders, het bericht wordt aan hun eigen profielpagina toegevoegd en blijft daar definitief staan, tenzij het bericht verwijderd wordt.

## INTERACTIEVE INFOGRAPHIC

Simply Business heeft een handige interactieve infographic gemaakt voor MKB'ers die Facebook willen inzetten. Het is in het Engels, maar zeker de moeite waard om eens doorheen te klikken!

<http://www.simplybusiness.co.uk/microsites/facebook-for-small-businesses/>



## HOE WERKT TWITTER?

### ALLEREERST VIER WOORDEN DIE DE BASIS VORMEN VAN TWITTER

Tweeten is het plaatsen van een bericht.

Retweeten (RT) is het delen van een tweet met jouw volgers. Als er nog ruimte is binnen de 144 karakters, dan kan je nog iets aan de retweet toevoegen.

Direct message (DM), daarmee kan je op Twitter andere mensen een privébericht sturen.

Hashtag oftewel #, hiermee kan je berichten een bepaald label meegeven. Als mensen op die hashtag zoeken, dan kunnen alle tweets vinden die daarover gaan.

De @ voor je eigen naam is het belangrijkste. Bij @jouwnaam zie je alle berichten waarin jij genoemd wordt. Die kunnen aan jouw bedrijf gericht zijn, over jouw bedrijf gaan of een RT van een bericht van jouw bedrijf zijn. Het is handig om regelmatig te kijken wat aan of over jouw bedrijf getwitterd wordt.

## EEN TWEET PLAATSEN

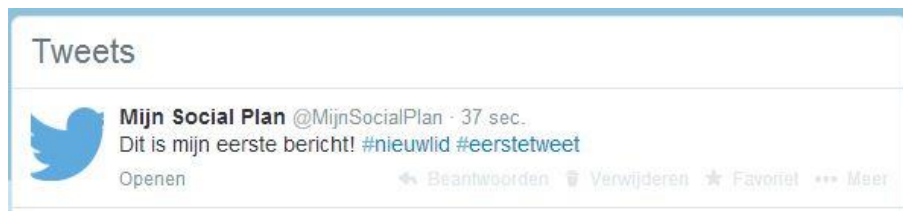
Op Twitter kan je een tweet (bericht) plaatsen door op het blauwe vierkantje met het schrijfveertje te klikken.



Vervolgens krijg je onderstaande pop-up in beeld waarin je de tweet kan opstellen. Hier kan je een bericht van maximaal 140 karakters schrijven, een foto en eventueel een locatie aan het bericht toevoegen.



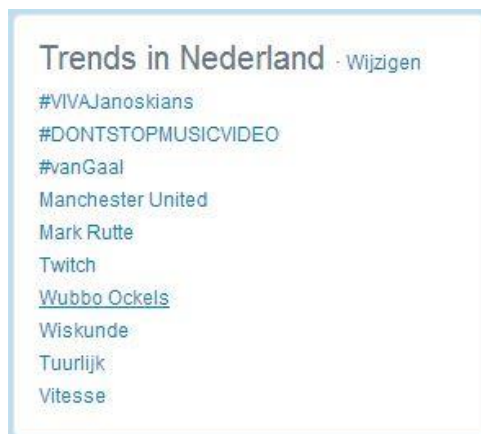
Als het bericht naar wens is, klik je op de knop 'Tweeten' en jouw tweet wordt gepubliceerd.



Vervolgens kunnen andere mensen op Twitter op jouw tweet reageren, hem favoriet maken of retweeten.

## TRENDS

Volgens Twitter zijn trend een unieke manier om dichterbij te komen bij onderwerpen die voor jou interessant zijn. Is er bijvoorbeeld een hashtag trending topic die jij kan gebruiken voor een tweet? Doe dat dan vooral! Er zullen veel mensen zijn die op die hashtag zoeken, als de hashtag ook in jouw tweet staat dan komt jouw tweet bij die zoekresultaten te staan.



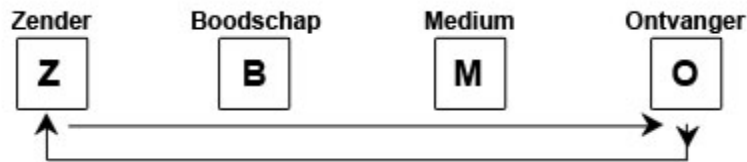
## INTERACTIEVE INFOGRAPHIC

Simply Business heeft een handige interactieve infographic gemaakt voor MKB'ers die Twitter willen inzetten. Het is in het Engels, maar zeker de moeite waard om eens doorheen te klikken!

<http://www.simplybusiness.co.uk/microsites/twitter-for-small-businesses/>

## HELP! IK BEN NIET ZO GOED IN SCHRIJVEN

Wat ook een belangrijk is op Social Media: schrijven. Want een Social/content plan kan nog zo geweldig zijn, maar als je op Social Media iets wil bereiken, dan moet je ook goede teksten schrijven. Hiervoor ga ik het basisbegrip in communicatie van Ellis Buis aan je meegeven: het ZBMO-model.



Het ZBMO-model laat zien wat ontvanger gericht schrijven betekent. Namelijk: dat Z zich richt op de interesses en behoeften van O, hierop zijn B afstemt en zijn keuze voor een M bepaalt. Alleen dan bereikt Z zijn doel en is er sprake van effectief commercieel schrijven.

Verder behandelt Ellis Buis de volgende punten.

### RUIS

- Ruis op je boodschap: als je niet weet wat je boodschap precies is, of je bent daar vaag over, wat verwacht je dan van de ontvanger?
- Ruis bij zender en ontvanger: je spreekt letterlijk en figuurlijk de taal van je doelgroep niet, of de ontvanger kan de boodschap niet begrijpen.

Ruis kan voorkomen worden door de interesses en de behoeften van O goed in de gaten te houden.

## TEKSTDOEL

Je vraagt je af wat je met je tekst wil bereiken, zoals:

- Mensen informeren over een nieuw product, een nieuwe dienst of organisatie.
- Mensen aanzetten tot het kopen/afnemen van een product/dienst.
- Achtergrondinformatie geven over een product, dienst of project.

## ILLUSTRATIES

Zijn er afbeeldingen waar je mee kunt of moet werken? Hoeveel? Wat voor soort afbeeldingen zijn het: foto's, tekeningen, grafieken, etc.? Op Social Media werken afbeeldingen erg goed, een post met afbeelding oogt een stuk aantrekkelijker dan enkel een stukje tekst.

## SCHAVEN EN OMGOOIEN

Misschien zijn er een paar posts waar je nog niet tevreden over bent. Dwing jezelf wel om alleen te veranderen wat nodig is. Maak zinnen af die nog niet volledig waren, kap lange zinnen in stukjes, voeg signaalwoorden toe, vervang een zin door een andere en laat het er dan bij. Weet je niet zeker of het wel goed is? Vraag mensen uit je omgeving voor feedback. Let wel, je vraagt om feedback. Dus neem niet kritiekloos alles over wat die ander zegt.

## UNIQUE SELLING POINTS (USP'S) EN BENEFITS

Benefits zijn voor de ontvanger vaak belangrijker dan USP's. Dat komt doordat benefits direct de voordelen benoemen en USP's vooral vertellen hoe goed het product of de dienst is.

Bij verkoop is een stelregel dat mensen geen producten kopen, maar dat kopen waarvan ze denken dat het product hun oplevert. Een klant koopt dus geen dvd-speler, maar kijkplezier of status. Het kunnen benoemen en bedenken van benefits is een van de belangrijkste technieken om een tekst wervend te maken.

## SCHRIJFADVIEZEN

- Schrijf kort en bondig
- Gebruik signaalwoorden
- Gebruik de actieve vorm, niet de passieve vorm
- Vermijd naamwoordstijl
- Gebruik alleen jargon als de doelgroep ermee vertrouwd is

## **POSTS, TWEETS... TIPS & TRICKS!**

Je hebt een Social Media account, je weet wat je ermee kan en nu denk je wellicht: 'Ehm, en nu?'. Nu is het belangrijk dat je weet hoe je moet posten en hoe je meer interactie creëert met volgers.

Hoe persoonlijk moet je zijn? Net zo persoonlijk als een offline zakelijk gesprek. Praat zo nu en dan over koetjes en kalfjes, geef mensen inzicht over wat jou (je bedrijf) bezig houdt en meemaakt. Zonder te persoonlijk te worden, niemand hoeft te weten dat je vanmorgen geen tijd had om je tanden te poetsen. Maar je mag het wel over, voor jouw bedrijf relevante, koetjes en kalfjes hebben. Mensen doen nu eenmaal zaken met mensen waar ze een klik mee hebben.

### **LAAT ZIEN DAT ER MENSEN ACHTER DE KNOPPEN ZITTEN**

Het is belangrijk om een eigen merkpersoonlijkheid op te bouwen. Gebruik een menselijke toon als je bijvoorbeeld twittert uit naam van je bedrijf. Maak het persoonlijk met een informele toon, door vragen te beantwoorden, door je mening te geven of gewoon door menselijk contact te maken.

### **ZEG HET MET FOTO'S**

Een foto zegt meer dan duizend woorden. Oftewel: je persoonlijkheid breng je beter over met een foto dan 140 tekens. Een foto van jezelf of de dagelijkse routine van je bedrijf toont een glimp achter de schermen, op die manier voelen ze zich meer verbonden met het merk. Natuurlijk moeten dit soort tweets of posts wel zinvol zijn. Als je elke dag een foto van je lunch tweet haken volgers af, zoek de juiste balans met foto's en deel alleen dingen die zinvol zijn.



## **GEBRUIK NAMEN**

Het verstevigen van een connectie kan al door mensen gewoon bij hun naam te noemen. Als je een vraag beantwoord zeg dan bijvoorbeeld: ‘Dank je wel, Kim’, dat is al een stuk persoonlijk dan alleen ‘dank je’. Een naam gebruiken laat zien dat je de moeite neemt je een beetje te verdiepen en dat je persoonlijke aandacht belangrijk vindt.

## **ZEG HET MET JOUW STEMGELUID**

De tone of voice die je gebruikt om je tweets of posts een eigen karakter te geven is belangrijk. Dit geeft volgers een beeld van wie jij bent. Schrijf je berichten alsof je jouw volgers direct aanspreekt, niet alsof je ze typt. Tip: zeg eens hardop wat je wil zeggen en schrijf dat op.

## **DIALOOG**

Ga gesprekken aan door vragen te stellen. Open vragen die beginnen met wie, wat, waar of wanneer zijn het meest effectief.

## **CALL TO ACTION**

Zet een call to action in je tweets en posts, vraag je fans indirect om een ‘retweet’, ‘comment’, ‘like’ of ‘share’. Zoals: ‘Klik hier!’ of ‘Meedoen!’ of ‘Dit moet je zien!’

## **HOOGTEPUNT EN PINFUNCTIE OP FACEBOOK**

Gebruik op Facebook het hoogtepunt posts (sterretje) en de pinfunctie om je post beter op te laten vallen op je tijdlijn.

## **HERKENBARE CATEGORIEËN**

Werk met herkenbare categorieën op een vast terugkerend moment. Fans gaan dan vooruit kijken en vaker meedoen.

## **PUSH MINDER**

Op Facebook en Twitter is interactie belangrijk, het is geen push-kanaal waar je onbeperkt linkjes kan droppen in de hoop dat iedereen het liked.

## **WEEKPLANNING**

Maak een weekplanning waarin je vastlegt wat en hoe je post.

## **TAG (# OF @)**

Wanneer het van toepassing is tag dan betrokkenen (andere bedrijven of personen die relevant zijn). Dit zorgt voor meer engagement en cross-promotie.

## **MOOI DESIGN**

Zorg dat de afbeeldingen die je gebruikt er verzorgd uitzien en de juiste afmetingen hebben. Het is zonde als een deel van de afbeelding niet te zien is.

## **VERKORTE LINKS**

Maak bij lange URLs gebruik van korte linkjes, zoals die van bit.ly, hiermee kan je tevens zien hoe vaak er op de link wordt geklikt.

## **BELOON FANS**

Beloon ze voor hun loyaliteit en aandacht. Geef antwoord op comments van fans en bedank ze voor input. Je hoeft niet op iedereen te reageren, maar probeer wel de interactie op gang te houden.

## INTERESSANTE FEITEN

Speel in op behoeftes, wat waarderen zij, wat vinden zij interessant om te lezen? Schrijf bijvoorbeeld over een artikel en verwijst hiernaar in je post.

## POSTEN OP FACEBOOK

Er zijn via Google duizenden artikels te vinden die je meer kunnen vertellen over zakelijk posten op Facebook. Hier heb ik er eentje van uitgekozen om jou te helpen bij het beginnen met posten. Er zijn vier soorten posts die je vaak voorbij ziet komen op Facebook die effectief zijn. De vier G's van Erik Weijers en Lenke de Vrieze, hier vertellen zij meer over in hun artikel 'Breng je fans in beweging: 3 soorten Facebook-content die likes opleveren,'. Drie ja, want de vierde krijg je er Gratis bij.

### DE VIER G'S

#### IETS GRAPPIGS

“Mensen hebben de onbedwingbare behoefte om een lach te delen. Bij grappige berichten moet je natuurlijk niet denken aan het genre Belgenmoppen. Denk eerder aan rake, grappige observaties, satirische cartoons of gefotoshopte plaatjes.”

#### MKB VOORBEELD:

Mwah Tekstuele Verwenners, de naam zegt het al: zij verwennen mensen met tekstuele hoogstandjes. In de vorm van kaarten, stickers, t-shirts en nog veel meer. Ook leuk: een selectie van de beste tekstverwenners worden zelfs gebundeld in de vorm van een boek.

En waar zij goed in zijn hebben zij op een slimme (en makkelijke) manier vertaald naar Facebook (pagina likes: 11785). Elke dag een nieuwe tekst, in dezelfde stijl als hun producten. Maar waar het vooral interessant wordt is dat zij het op Social Media combineren met grappige actuele inhakers, zoals te zien in onderstaande afbeelding.



## IETS GROOTS

“Alles wat het gevoel ‘wow, moet je dat zien!’ oproept. Dit kan letterlijk iets groots zijn. Heb je als energiebedrijf een enorm windmolenpark in bedrijf genomen? Die spectaculaire foto’s doen het vast goed.”

### MKB VOORBEELD:

Toevallig is het onderstaande voorbeeld van een winkel in mijn straat, de Museumwinkel. Op het moment dat jouw content onder andere bestaat uit een zelf opgezette Europese Oehoe, dan kan je wel spreken van de wow-factor. Ik besloot om even bij ze langs te lopen om te vragen wat hun ervaring is met Social Media.

Eigenaar Erwin van Zoelen: “In 2011 zijn wij begonnen met Facebook voor de winkel en dat was nog lastiger dan we hadden gedacht. Maar langzaamaan groeide ons aantal volgers (inmiddels 1713, waar wij best trots op zijn). Wij merken dat vooral posts met bijzondere dieren goed aanslaan op onze pagina en dat deze vooral likes opleveren. Wat ons weer meer naamsbekendheid bezorgd en wij hebben gemerkt dat die naamsbekendheid weer zorgt voor meer bezoekers van de winkel. Leuk is dat volgers van Facebook vanuit het hele land, en zelfs van buiten Nederland, bij onze winkel langskomen als ze in de buurt zijn.”



## IETS MET DE GROEP

“Mensen willen deel uitmaken van iets, meewerken aan iets. Geef ze die kans: “make a baby with your followers”. Stel een vraag, leg een keuze voor, laat iets raden, laat hen een onderschrift verzinnen bij een foto.”

### MKB VOORBEELD:

Deze content soort wordt (nog) niet veel toegepast door MKB op Social Media. Ja, zo nu en dan kom je een stelling of vraag tegen. Maar niet veel. Je ziet veel vaker dat ondernemers een foto van een product plaatsen en zelf hun mening geven. Zoals te zien in onderstaande afbeelding van By LJ (pagina likes: 450), kan dat hetzelfde werken als het vragen om een mening.

Een voorbeeld van hoe je op Facebook een vraag kan combineren met een foto van een product, zie je in het voorbeeld van Donsje Amsterdam (pagina likes: 599).



**Fashionable accessories by LJ**  
28 april

Ring extra sterk verzilverd afgezet met een preciosa steen en leer. Verschillende kleuren mogelijk. I love it! #newcollection



Vind ik leuk · Reageren · Delen

33 personen vinden dit leuk. Populairste reacties ·

Schrijf een reactie...

**Fashionable accessories by LJ** Jaaaa ik vind m zo awesome! Haha 😄  
Vind ik leuk · Beantwoorden · 28 april om 21:06

**Djina Boshuizen** I want it ❤️  
Vind ik leuk · Beantwoorden · 29 april om 11:28

**Tanja van Velzen-Vlug** Wauw die is leuk!  
Vind ik leuk · Beantwoorden · 29 april om 8:35

**Hiske van Bekkum** En in het echt istie ook echt te leuk kan ik bevestigen!!  
Vind ik leuk · Beantwoorden · 28 april om 22:28

**Joke Veldhuizen** Super gaaf!  
Vind ik leuk · Beantwoorden · 28 april om 21:55

**Gitt van den Berg** Wow super vet. Dikke like 😄  
Vind ik leuk · Beantwoorden · 28 april om 21:50

**Jamie Berndsen-van Den Berg** Naaise 🤔  
Vind ik leuk · Beantwoorden · 28 april om 21:04

**Rianne Zeegers** Heel leuk!!  
Vind ik leuk · Beantwoorden · 28 april om 21:01

Schrijf een reactie...

**Donsje**  
28 april

Uiteraard weer even een voorproef voor dat ze online gaan. Wat vinden jullie van onze Donsje Disco Booties!



Vind ik leuk · Reageren · Delen

58 personen vinden dit leuk.  
Nog 2 reacties weergeven

**Laurie Kruiper** Discooo Marious Lensveld  
28 april om 15:09 · Vind ik leuk

**Marlous Lensveld** Geweldig!! Ik hou van disco Laurie Kruiper  
28 april om 15:35 · Vind ik leuk

Schrijf een reactie...

## IETS GRATIS

“Bovenstaande 3 G’s prikkelen sterke emoties. Eén emotie hebben we buiten beschouwing gelaten: hebzucht. Als je iets weggeeft of iets verloot, dan ben je plots het populairste jongetje van de klas. De vraag is natuurlijk hoe tijdelijk deze populariteit is. Veel bedrijven geven klanten de kans iets te winnen in ruil voor een like voor hun bedrijfspagina. Dit is een transactie die uiteraard wat minder verheffend is dan bovenstaande drie emoties. Maar zeker een factor om rekening mee te houden.”

### MKB VOORBEELD:

Jorg’s Houten Meubelen, een meubelzaak uit Naarden, is hiervan een extreem voorbeeld. Eigenlijk zijn zij helemaal niet zo briljant op het gebied van Social Media. Een regelmatige spelfout, plaatjes met design dat er niet altijd even gelikt uit ziet, posts zijn veel te lang en ze verspillen geen tijd aan excuses bij negatieve posts van ontevreden klanten.

En toch hebben zij 182.644 likes op hun Facebook pagina en posts met 8.582 likes, 1.622 reacties en 14.083 shares. Hoe? Zij zijn heel erg goed in het toepassen van de vierde G: het weggeven van gratis producten. En als er iets te winnen valt, dan hebben veel mensen daar wel een like en/of share voor over.



## JORGS Houten Meubelen

16 januari

Doe jij dan mee? Hij is van start gegaan! Maak kans op die geweldige steigerhouten U bank t.w.v. €999,- euro die aanstaande maandag 20 januari 2014 te winnen is. Dus over 4 dagen is het zover!

Je doet mee als je onze FB pagina en actie lik... Meer weergeven — met Hoekstra Aleida Miranda en Bettina Offenberg.

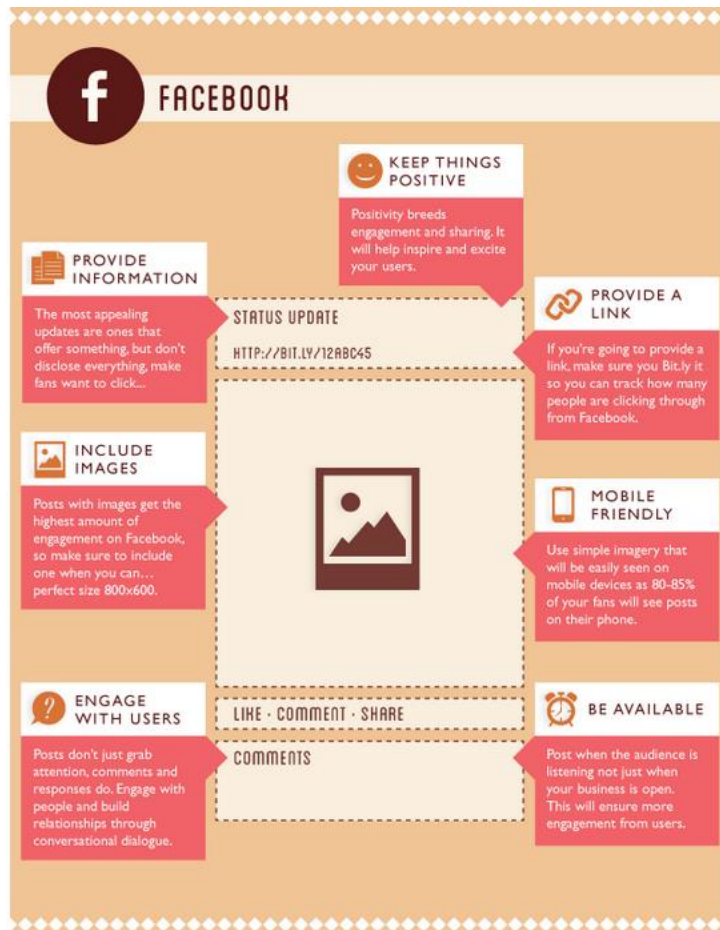


Vind ik leuk · Reageren · Delen

8.582 1.622 14.083

## INFOGRAPHIC FACEBOOK POST

Hieronder staat een infographic van Mycleveragency die specifieke tips geeft over de opbouw van een Facebook post.



## TWEETEN OP TWITTER

Als nog niemand je volgt, kan het twitteren je het gevoel geven dat je voor een lege zaal staat te spreken. Doe het toch! Het is belangrijk voor twitteraars om te zien wat jouw bedrijf te melden heeft.

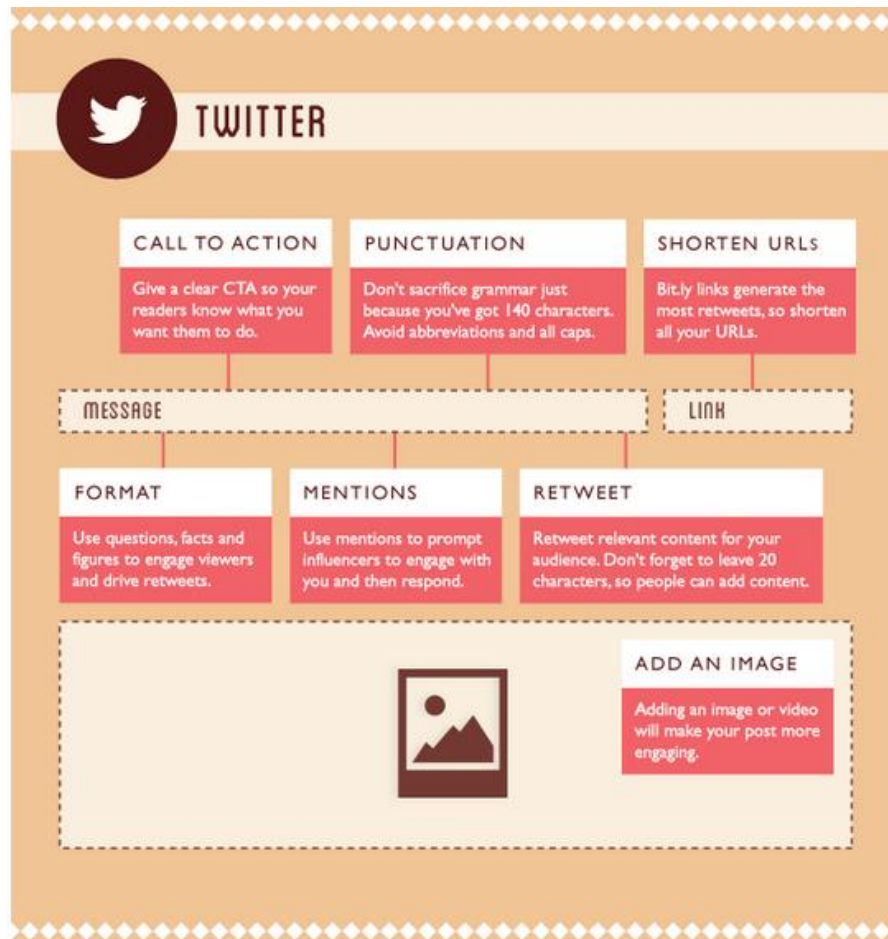
Ga de dialoog aan. Kijk wat mensen te melden hebben en reageer daarop. Retweet dingen die je interessant vindt. Reageer op mensen die op jou reageren. Bedank zo nu en dan mensen die jouw vragen beantwoorden of jou retweeten.

### MEER TWEETTIPS

- Plaats belangrijke woorden vooraan
- Maak gebruik van hashtags
- Schrijf het kernwoord in hoofdletters
- Let op waar je de link plaatst (meestal achteraan) Zorg dat de tweet korter is dan de 140 karakters, zodat twitteraars jouw tweet kunnen retweeten zonder in te korten. Houdt dus rekening met RT @gebruikersnaam.
- Zoek korte synoniemen voor lange woorden, ivm het beperkt aantal karakters
- Gebruik bit.ly voor linkjes, hier kan je URL's verkorten, wederom letters besparen. Daarnaast houdt bit.ly het aantal kliks op de link bij.
- Als het kan, schrijf getallen dan niet voluit. In plaats van twee schrijf je dus 2.

## INFOGRAPHIC TWEETEN

Hieronder staat een infographic van Mycleveragency die specifieke tips geeft over de opbouw van een tweet.



## SOCIAL CONTENTSTRATEGIE

De laatste stap naar het maken van een eigen contentstrategie is weten wat het inhoud. Op de proppen komen met een goede strategie kan een grote uitdaging zijn, maar het loont als eenmaal begrijp hoe het werkt.

Een Social Media contentstrategie. Hoe eenvoudig het ook lijkt te zijn, dwing jezelf om deze op te stellen. Veel ondernemers starten heel enthousiast met Social Media en na enkele weken hebben zij het idee dat het niet werkt. Dit komt omdat er geen plan is, er mist structuur en het verhaal dat je wil vertellen. Als dit voor jou niet eens duidelijk is, hoe kan een potentiële volger dan weten of het wel de moeite waard is om jou te gaan volgen?

Hieronder volgen de onderdelen van de contentstrategie die je zelf bij Mijn Social Plan kan opstellen.

### DOELSTELLING

De doelstelling beschrijft wat een bedrijf wil bereiken. Bezoek, merkbekendheid, feedback? Dit heeft namelijk invloed op de onderwerpen, de planning en de vorm van content. Wat zijn de tussendoelen? Denk aan het behalen van 100 likes in vier weken. Door deze targets te stellen, kan je meten of de huidige strategie effectief is.

### WELKE HASHTAGS/COMMUNITIES LEVEN ER 'NU' OMHEEN

Het is belangrijk om te weten wat zich afspeelt om jouw bedrijf heen. Wat doen concurrenten? Welke hashtags gebruiken zij, waar spelen zij op in en welke pagina's zijn populair? Op Twitter is het bijvoorbeeld erg belangrijk welke hashtags je in het bericht gebruikt om een bepaalde doelgroep te bereiken. Een bruidsmodewinkel zou bijvoorbeeld moeten kijken of de #trouwen actief wordt gevolgd. Is dit het geval? Dan is het verstandig om deze zelf ook gaan gebruiken in Tweets.

## KRITISCHE SUCCESFACTOREN. KANSEN EN GEVAREN.

Een kritische succesfactor bepaald het lot van bijvoorbeeld een actie. Stel je vraagt volgers om foto's in te zenden met de belofte dat deze in het 'happy customer' album worden gepubliceerd. De leukste vijf winnen iets. Maar vervolgens stuurt niemand een foto in. Zonder die foto's, geen winnaar = geen succes.

Kansen omschrijven wat jouw volgers met de pagina kunnen bereiken. Bijvoorbeeld: Een kans is dat wij een plek bieden waar vrouwen graag hun mening delen over trouwjurken.

Gevaren omschrijven wat de kansen in de weg kunnen zitten. Bijvoorbeeld: een gevaar is dat vrouwen niet willen dat bepaalde vrienden op Social Media weten wat hun mening is over een bepaald item.

## tone of voice

De tone of voice is de vorm waarin je de lezer aanspreekt. Het gaat hier vooral om een woordkeus, zinsopbouw en aanspreekvorm die aansluit op de doelgroep.

## PROPOSITIE

Hier zeg je kort wat jij de volgers van jouw pagina biedt. Bijvoorbeeld: Mis geen enkele actie van Bruidsmode op <http://...>



## DOELGROEP

Hier omschrijf je wie jouw kerndoelgroep is en wie je wil bereiken. Dit sluit niet uit dat je meer mensen kan, wil en gaat bereiken, maar het is wel belangrijk om je in eerste instantie te richten op jouw directe doelgroep. Bijvoorbeeld: Vrouwen tussen de 20 en 40 jaar die gaan/graag willen trouwen.

## WAT ZIJN DE VERWACHTTE PIEKMOMENTEN.

Denk hier bijvoorbeeld aan een advertentie die vier weken lang in de krant zal staan. Je kan verwachten dat er dan meer mensen naar jouw pagina zullen komen, deze mensen zul je dan ook content moeten aanbieden.

## CORES AND PATHS.

Paden naar binnen, dit is waar de volgers vandaan komen. Bijvoorbeeld: via een Social button op de website, likes of retweets van vrienden of de zoekfunctie van het Social Media kanaal.

Core content, dit zegt wat voor content het is dat je plaatst. Bijvoorbeeld: Plek voor feedback. Deze plek creëer je met bijvoorbeeld een post op Facebook waar mensen hun mening kunnen geven over een bepaalde trouwjurk.

Paden naar buiten, dit is waar de volgers vervolgens heen kunnen. Bijvoorbeeld: de website, een ander Social Media kanaal of het betreffende artikel waar de post over gaat.

Call to action, dit zijn de woorden die je steeds terug zal laten komen in de berichten. Bijvoorbeeld: Klik hier: of, Winnen? Kan hier: of, Tot zo!

## WEEKPLAN

In het weekplan bepaal je wanneer je welk soort post gaat posten. Bijvoorbeeld: drie keer per week gaan we iets posten. In de planning zeg je welke dag, hoe laat en om welke post het gaat. Vervolgens houd je je aan deze planning, je post bijvoorbeeld elke maandag rond lunchtijd een 'plek voor feedback' post met de trouwjurk van de week.

## **SOCIALPLAN MAKEN!**

Nu ben je er klaar voor om aan de slag te gaan met een eigen Social/content strategie. Neem er even de tijd voor en vul het Socialplan in.

Succes!

<http://mijnsocialplan.azurewebsites.net/SocialPlan/Create>