

De basis van een

# succesvolle Facebook pagina in 16 stappen.



*Editie van*



**DIGITUS**  
online **marketing**

# Inhoudsopgave

Over De Auteurs.....	2
Hoe Werkt Facebook.....	3-4
1. Paginanaam.....	5
2. Facebook Webadres.....	6
3. Adresgegevens.....	7
4. Categorie.....	8
5. Subcategorieën.....	9
6. Korte Beschrijving.....	10
7. Openingstijden.....	11
8. Omslagfoto.....	12
9. Aanzet tot actie knop toevoegen.....	12
10. Profielfoto.....	13
11. Berichten Op Pagina.....	14-15
12. Pagina Recensies.....	16
13. Privé Berichten.....	17
14. Voeg Je Pagina Toe Als Werk.....	18
15. Paginarollen / Paginabeheerders.....	19
16. Hoe nu verder?.....	20

# Over De Auteurs



**Parsifal Tritsch**

Parsifal Tritsch bedenkt concepten en social media strategieën, hij schrijft content voor bedrijven, onderhoudt verschillende Facebook campagnes en spreekt tijdens leerzame Facebook seminars en Workshops

Zijn interesse ligt vooral bij de psychologie achter online communicatie. Hoe, wat, waarom en wanneer communiceren mensen op het internet.

Met passie deelt hij zijn kennis met ondernemers om ze zo wegwijs te maken in de snel groeiende internet marketing wereld.

Zijn visie op marketing:

"Stop met schreeuwen en start met luisteren naar je doelgroep.

Ontdek waar je jouw doelgroep mee kunt helpen en speel hier op in!".

[Meer weten over Parsifal?](#)

[Volg Parsifal op](#)

[Facebook](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#) | [Google+](#)

Jeroen Venderbosch is een leergierige internet marketeer met passie voor techniek. Hij werkt internet marketing concepten uit, meet en optimaliseert de resultaten.

Hij vindt het vooral interessant hoe de kleinste wijzigingen op een webpagina het gedrag van bezoekers kan beïnvloeden.

Om zijn kennis op pijl te houden discussieert hij over verschillende onderwerpen en ontwikkelingen op het gebied van internet marketing met experts over de hele wereld.



**Jeroen Venderbosch**

[Meer weten over Jeroen?](#)

[Volg Jeroen op](#)

[Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [Google+](#)

## Waarom dit e-Book?

Wij zien regelmatig bedrijfspagina's voorbij komen die vrij goed presteren maar niet optimaal gebruik maken van de mogelijkheden die een bedrijfspagina biedt.

Na het lezen van dit e-book weet je zeker dat je de basis principes van een Facebook pagina onder de knie hebt.

Heb je na het doorlopen van deze 16 stappen nog vragen? Voel je vrij om je vragen te stellen op onze [Facebook pagina](#).

# Hoe Werkt Facebook?

Na deze 16 stappen heb je de basis van je Facebook pagina voor elkaar. Voordat je (weer) begint met berichten te plaatsen op je Facebook pagina is het belangrijk dat je begrijpt hoe Facebook werkt.

## Wie zien de berichten die je op Facebook plaatst?

Gebruikers die jouw pagina 'liken' door op de vind-ik-leuk knop op de pagina te klikken, geven hiermee aan dat zij jouw berichten in hun nieuwsoverzicht willen zien. Deze gebruikers noemen we fans. Het is belangrijk om te weten dat niet alle berichten die je op je pagina plaatst, bij fans in het nieuwsoverzicht worden weergegeven.

Je wilt natuurlijk dat de berichten die je op je Facebook pagina plaatst, worden weergegeven in het nieuwsoverzicht van zoveel mogelijk fans. Daarom is het van belang dat je begrijpt hoe dit in zijn werk gaat.

## Hoe bepaalt Facebook wie mijn berichten te zien krijgt?

Nadat Facebook weet wie jouw berichten wil zien, gaat het zogenaamde "Edgerank-algoritme" werken. Dit is een wiskundige formule die bepaalt welke berichten het meest relevant zijn voor een specifieke gebruiker. Deze formule bepaalt dus welke berichten gebruikers te zien krijgen.

Deze formule is van belang aangezien er voor elke gebruiker dagelijks gemiddeld 1500 berichten van vrienden, groepen en pagina's binnenkomen. Hiervan worden er ongeveer 300 weergegeven. Het "Edgerank-algoritme" is als het ware een filter op de enorme toestroom van berichten. Dit algoritme werkt dus ook als een filter op het bereik van je Facebook pagina. De berichten die je plaatst worden gefilterd aan de hand van diverse factoren.

Dit zijn de 3 hoofd-factoren die het bereik van je berichten bepalen.

## - Gewicht

Het gewicht van een bericht wordt bepaald door het **berichttype** en het aantal **interacties** op het bericht. **Met berichttype bedoelen we** statusupdates onderverdeeld in: tekst, foto of video. **Met interacties bedoelen we** alle acties die worden uitgevoerd op een bericht zoals; klikken op bericht, likes, reacties en shares. Kortom, populaire berichten bereiken meer gebruikers dan minder populaire berichten.

*Foto's zorgen doorgaans voor meer interactie dan tekst alleen. Interactie zorgt voor een toename van het **gewicht** waardoor meer fans worden bereikt. Het bereik van een bericht wordt dus grotendeels bepaald door de populariteit.*

## - Tijd

**De tijd tussen het plaatsen van een bericht en wanneer de gebruiker online is.** Vrij logisch, hoe ouder een bericht is, hoe kleiner de kans is dat deze wordt weergegeven in het nieuwsoverzicht van fans. Het is dus belangrijk om te weten wanneer je fans online zijn en aan de hand hiervan te bepalen wanneer je een bericht op Facebook plaatst. Als je fans vooral s 'avonds actief zijn, is het verstandiger om rond 18:00 uur berichten op Facebook te plaatsen in plaats van om 10:00 uur s' morgens.

## - Affiniteit

**Affiniteit is de interesse van gebruikers voor een Facebook pagina.** Alle acties die we op Facebook uitvoeren worden door Facebook onthouden. Zo wordt bepaald welke berichten we in de toekomst in ons nieuwsoverzicht zullen zien. Een **fan** die een pagina regelmatig bezoekt en regelmatig **interactie** heeft met die pagina, zal meer berichten van deze pagina te zien krijgen dan een **fan** die deze acties niet of nooit uitvoert.

*Facebook valt onder 'social media'. Hier concurreer je niet alleen met andere bedrijven zoals bij traditionele media. Jouw bericht moet de aandacht trekken tussen de berichten van vrienden en kennissen. Een nieuwe uitdaging!*

## Een aantal basis tips die hierbij kunnen helpen

1. Bepaal je doelgroep en onderzoek wat deze gebruikers bezighoudt. Vervolgens verplaats je je in die doelgroep; bedenk wat jij voor jouw doelgroep kunt betekenen. Je kunt de aandacht trekken door in te spelen op de interesses van je doelgroep. Dit kun je o.a. bereiken met informeren, adviseren en amuseren.

2. Via social media hebben bedrijven de mogelijkheid om relaties te onderhouden en nieuwe relaties op te bouwen. Dit is je langetermijn doel op Facebook want; "Mensen kopen het liefst van mensen die ze kennen, mogen en vertrouwen". Speel hier op in door zo nu en dan eens te laten zien wat er bij jou achter de schermen gebeurt.

3. Mensen vinden het leuk om anderen te helpen, dit is iets wat je vaak op Facebook terugziet. Door fans een vraag te stellen of om hun mening te vragen vergroot je de **affiniteit** en het **gewicht** van het bericht. Daarnaast is deze feedback ook een waardevolle bron van informatie.

## Met alleen prijzen verloten bouw je geen relaties op.

Hoe bouw je een succesvolle Facebook pagina? Zo veel mogelijk fans verzamelen? **Nee!** Fans zijn uiteraard belangrijk maar interactie is veel belangrijker. Je kunt beter 200 interactieve fans hebben dan 10.000 fans die ooit iets hebben kunnen winnen. Deze fans verliezen **affiniteit** met de pagina en zullen steeds minder van je berichten te zien krijgen.

Focus je op gebruikers die geïnteresseerd zijn in jouw product of dienst en niet op gebruikers die graag een Ipad willen winnen. *Zonde van je tijd, geld en inzet!*

# 1. Paginanaam

Het is aan te raden om de naam van je bedrijf te gebruiken zonder toevoegsels. Indien het om een bedrijf gaat met verschillende vestigingen, is het verstandig om de vestigingsplaats toe te voegen aan de paginanaam.

*De paginanaam van je Facebook pagina wordt bij alle acties die je uitvoert weergegeven. Houd hier rekening mee bij het kiezen of wijzigen van je paginanaam.*

Voordelen van een korte paginanaam:

- De paginanaam neemt niet alle ruimte op de omslagfoto in beslag.
- Het ziet er netjes uit wanneer je de paginanaam klikbaar maakt in een bericht door je eigen pagina te taggen. Dit doe je door eerst een '@' te typen en vervolgens de naam van je pagina.



## Hoe wijzig ik de naam van mijn pagina?

1. Klik onder de omslagfoto (op je pagina) op **Info**.
2. Klik (links) op **Pagina-informatie**.
3. Klik rechts van de optie **Naam** op **Bewerken**.
4. Wijzig de naam van je pagina.
5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.

Als je pagina **meer dan 200 fans** heeft, is het niet meer mogelijk om **zelf** je paginanaam te **wijzigen**. Via ons contactpersoon bij Facebook kunnen wij paginanamen éémalig laten wijzigen. Heb jij meer dan 200 fans en wil je jouw paginanaam laten wijzigen? Neem dan contact met ons op.

## Facebook regels over paginanamen:


Paginanamen moeten:

- I. vrij zijn van uitsluitend algemene termen (bijvoorbeeld 'bier' of 'pizza');
- II. grammaticaal correct zijn wat betreft hoofdlettergebruik en mogen, op acroniemen na, niet uit alleen hoofdletters bestaan;
- III. vrij zijn van tekens en symbolen, zoals overbodige leestekens en handelsmerken;
- IV. vrij zijn van overbodige beschrijvingen of onnodige kwalificaties;
- V. andere personen niet misleiden zodat zij ten onrechte aannemen dat de pagina de officiële pagina is van het onderwerp van de pagina of is geautoriseerd door een erkende vertegenwoordiger van het onderwerp van de pagina; en
- VI. niet de rechten van iemand schenden.

## 2. Facebook Webadres

Om de link van je Facebook pagina gemakkelijk te delen maak je een eigen webadres aan, bijvoorbeeld: [www.facebook.com/jouwbedrijfsnaam](https://www.facebook.com/jouwbedrijfsnaam).

 <https://www.facebook.com/pages/Digitus-Marketing/586454108043403>

 <https://www.facebook.com/DigitusMarketing>

### Hoe maak ik een webadres aan? (eerste keer)

1. Klik onder de omslagfoto (op je pagina) op **Info**.
2. Klik (links) op **Pagina Informatie**.
3. Klik op **Facebook-webadres**.
4. Klik op **Een webadres maken voor deze pagina**.
5. Voer een gebruikersnaam in en klik op **Beschikbaarheid controleren**.
6. Als het gekozen webadres nog beschikbaar is, klik je op **Bevestigen** om deze op te slaan.

#### LET OP:

- Je kunt slechts 1x een webadres aanmaken en 1x wijzigen.
- Om een webadres te maken moet je in de meeste gevallen minimaal 25 fans hebben.



### 3. Adresgegevens

Uiteraard zijn adresgegevens op je Facebook pagina net zo belangrijk als op je website of visitekaartje, vul deze dus zo volledig mogelijk in. Wanneer je je adresgegevens volledig invult krijg je de mogelijkheid om [subcategorieën](#) toe te voegen en kunnen gebruikers een [recensie](#) over je pagina schrijven.

### Hoe wijzig ik de adresgegevens van mijn pagina?

1. Klik onder de omslagfoto (op je pagina) op **Info**.
2. Klik (links) op **Pagina-informatie**.
3. Klik op **Adres**.
4. Voer de adresgegevens in.
5. Voer de plaats in. Typ de eerste letters van de plaats en **klik vervolgens het juiste resultaat aan**.

*Als je stap 5 niet juist uitvoert zal Facebook de plaats niet herkennen, waardoor de **openingstijden** niet worden weergegeven, je geen **subcategorieën** kunt toevoegen en gebruikers geen **recensie** over je pagina kunnen schrijven!*

6. Voer de postcode in.
7. Kies ervoor om de kaart weer te geven, check-ins en pagina recensies (beoordelingen) toe te staan door onder de kaart het hokje aan te vinken (zie hokje onder de kaart).
8. Klik op **Wijzigingen opslaan**.



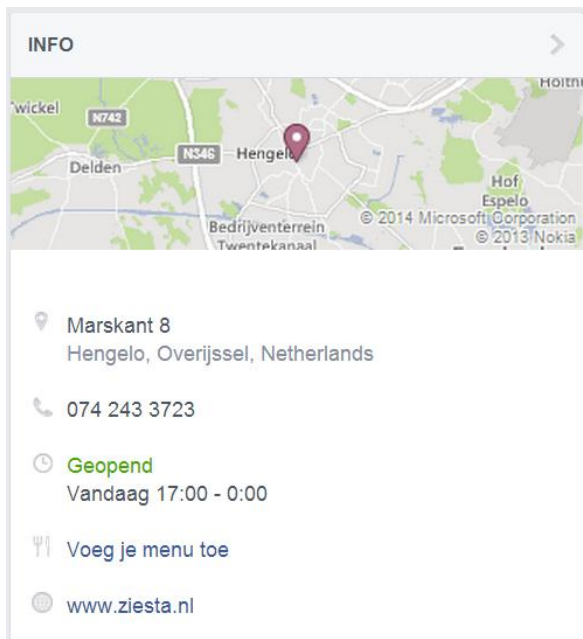
## 4. Categorie

Plaats je pagina onder de juiste categorie. Dit heeft invloed op de mogelijkheden en het uiterlijk van je pagina.

Kies voor '**lokale bedrijven**' wanneer het voor klanten handig is dat ze direct het adres, telefoonnummer en de openingstijden van jouw bedrijf kunnen zien.

Is dit **niet** relevant voor jouw klanten? *In ons geval is het niet de bedoeling dat iedereen zonder afspraak binnenloopt.* Kies in dit geval voor de categorie '**Bedrijven en organisaties**'. De [korte beschrijving](#) (155 tekens) wordt dan weergegeven op je pagina. Hier kom ik later nog op terug.

Voorbeeld **Lokale bedrijven**:



Voorbeeld **Bedrijven en organisaties**:



## Hoe wijzig ik de categorie van mijn pagina?

1. Klik onder de omslagfoto (op je pagina) op **Info**.
2. Klik (links) op **Pagina Informatie**.
3. Klik op **Categorie**.
4. Gebruik de vervolgkeuzemenu's om een categorie voor je pagina te kiezen.

 A screenshot of the Facebook category selection interface. It shows two dropdown menus. The first menu is labeled 'Categorie' and has 'Bedrijven en organisaties' selected. The second menu is labeled 'Advisering/Zakelijke diensten' and has a question mark icon. Below the dropdowns are two buttons: 'Wijzigingen opslaan' (Save changes) and 'Annuleren' (Cancel).

5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.

Er zit **geen** limiet aan het aantal keer dat je de categorie van je pagina kan wijzigen.

## 5. Subcategorieën

Subcategorieën worden op je pagina weergegeven. Door de juiste subcategorieën toe te voegen kunnen gebruikers direct zien wat je bedrijf precies doet.



Er worden maximaal **3 subcategorieën** weergegeven in de omslagfoto van je pagina. Als je meer dan 3 subcategorieën wilt toevoegen is dit mogelijk.

### Hoe wijzig ik de subcategorieën van mijn pagina?

1. Klik onder de omslagfoto (op je pagina) op **Info**.
2. Klik (links) op **Pagina Informatie**.
3. Klik op **Subcategorieën**.
4. Je kunt alleen kiezen uit door Facebook toegevoegde subcategorieën. Typ de eerste letters van de subcategorie die je wilt toevoegen en **klik het juiste resultaat aan**. Wanneer je een subcategorie hebt toegevoegd geeft Facebook meer suggesties. Helaas is er nog geen overzicht van alle beschikbare subcategorieën.

**TIP:** Als je geen juiste subcategorie kunt vinden, kijk dan even welke subcategorieën soortgelijke bedrijven gebruiken.

5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.

**LET OP:** Om subcategorieën toe te kunnen voegen, moet je eerst een [fysiek adres](#) toevoegen.

## 6. Korte Beschrijving

De korte beschrijving is een belangrijk onderdeel van je pagina. Zeker als je pagina onder de categorie '**Bedrijven en organisaties**' valt. In dit geval wordt de korte beschrijving weergegeven in het **Info** gedeelte op je tijdlijn (zie voorbeeld). Als een pagina onder de categorie '**Lokale bedrijven**' valt worden de adresgegevens, telefoonnummer en openingstijden weergegeven.



Bij het oude design (vóór juni 2014) was het verstandig om je website in de korte beschrijving te vermelden. Dit is nu niet meer nodig aangezien de website die je invoert bij **Pagina informatie** nu onder de korte beschrijving wordt weergegeven.

Als je je website in de korte beschrijving hebt vermeld, verwijder deze dan. Tenzij je hier een link hebt geplaatst naar een andere webpagina.

Je kunt in de korte beschrijving maximaal 155 tekens verwerken.

**TIP:** Omschrijf je bedrijf in het kort. Ik adviseer om het onderscheidende vermogen te communiceren en eventueel een 'call to action' (vertel gebruikers wat ze kunnen/moeten doen) te vermelden.

## Hoe wijzig ik de korte beschrijving?

1. Klik onder de omslagfoto (op je pagina) op **Info**.
2. Klik (links) op **Pagina-informatie**.
3. Klik op **Korte beschrijving**.
4. Voer een korte beschrijving in.
5. Klik op **Opslaan**.

## 7. Openingstijden

Dit is alleen relevant als je pagina onder de categorie '**Lokale bedrijven**' valt. De openingstijden worden in het **Info** gedeelte weergegeven. Ook staat er boven de openingstijden **geopend** in het groen of **gesloten** in het rood.

Voorbeeld lokaal bedrijf **gesloten**:

🕒 **Momenteel gesloten**  
Vandaag 16:00 - 22:00

Voorbeeld lokaal bedrijf **open**:

🕒 **Geopend**  
Vandaag 16:00 - 22:00

## Hoe wijzig ik de openingstijden van mijn pagina?

1. Klik onder de omslagfoto (op je pagina) op **Info**.
2. Klik (links) op **Pagina-informatie**.
3. Klik op **Openingstijden**.
4. Voer de openingstijden per dag in.

☒ **Open voor een bepaalde tijd**

**+ Openingsuren toevoegen**

Van  tot

**Ma** **Di** **Wo** **Do** **Vr** **Za** **Zo**

☐ Toepassen op alle dagen

**Toevoegen** **Annuleren**

5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.

## 8. Omslagfoto

Het eerste wat gebruikers op je Facebook pagina zien is de omslagfoto. De omslagfoto speelt een grootste rol bij het maken van de eerste indruk.

We kennen allemaal de uitspraak "Een afbeelding zegt meer dan 1000 woorden". Gebruik niet te veel tekst in je omslag foto. Maak gebruik van een afbeelding die uitstraalt wat jouw bedrijf doet of bezighoudt.

**Afmetingen:** De juiste afmetingen voor een omslagfoto zijn 851px breed en 315px hoog.

**Bestandstype:** Sla het bestand op als **.PNG** voor de beste kwaliteit.

**Tip:** Maak gratis gebruik van Canva.com of Picmonkey.com om zelf eenvoudig een omslagfoto te ontwerpen. Wil je jouw omslagfoto laten ontwerpen? Neem dan contact met ons op.

## 9. Aanzet tot actie knop.

Naast het maken van een goede eerste indruk kun je de omslagfoto nu ook inzetten om gebruikers op de 'aanzet tot actie knop' te laten klikken. Deze wordt op computers links van de vind-ik-leuk knop op de omslagfoto weergegeven en is er voor om gebruikers naar een specifieke pagina te leiden.



### Houd rekening met mobiele gebruikers!

De aanzet tot actie knop (in dit voorbeeld 'Video bekijken') wordt op mobiele apparaten op een andere plaats weergegeven.

Om deze reden adviseer ik om zo duidelijk mogelijk aan te geven waar gebruikers moeten klikken. Nu is het ook voor mobiele gebruikers duidelijk waar zijn moeten klikken om de video te bekijken.



## 10. Profielfoto

Gebruik het logo van je bedrijf als profielfoto om logo herkenning te creëren. Je profielfoto wordt, net als de naam van je bedrijf, bij elk bericht en elke reactie die je plaatst weergegeven.

Ik adviseer om naast het logo geen extra tekst toe te voegen aan de profielfoto omdat dit toch niet leesbaar is als de profielfoto in het klein wordt weergegeven. Gebruikers zien de profielfoto in de meeste gevallen in het klein.



**Afmetingen:** minimaal: 180 px bij 180 px (wordt weergegeven als 160px X 160px).

**Bestandtype:** Sla dit bestand op als .PNG voor de beste kwaliteit.

**Extra:** Hou de afmetingen (breedte x hoogte) gelijk.

### Hoe wijzig ik mijn profielfoto?

1. Ga naar je Facebook pagina.
2. Beweeg je muis over de profielfoto en klik op **Profielfoto bewerken**.
3. Om een profielfoto toe te voegen die je op je computer hebt staan kies je voor **Foto uploaden**.

## 11. Berichten Op Pagina



Wanneer iemand een bericht op je pagina plaatst, verschijnt dit bericht aan de linkerkant op je pagina in het 'Gedeelte' **Berichten op pagina**.

Je kunt de optie om gebruikers berichten te laten plaatsen op je tijdlijn in –en uitschakelen. Het is ook mogelijk om gebruikers alleen tekstupdates te laten plaatsen en geen foto's en video's.

**Ik adviseer om beide opties in te schakelen.** Ik heb vaak gezien dat fans op deze manier leuke berichten achterlaten of foto's toesturen. Berichten die je niet aanstaan, kun je altijd verwijderen.

Indien je het 'gedeelte' **Berichten op pagina** wil verbergen onderneem dan de volgende stappen.

### Hoe verberg ik het gedeelte 'Berichten op pagina' op de tijdlijn van mijn pagina?

1. Klik boven aan je pagina op **Instellingen**.
2. Klik (links) op **Algemeen**.
3. Klik op **Berichten van bezoekers**.
4. Vink de optie '**berichten van andere mensen op mijn pagina uitschakelen**' aan om berichten van anderen uit te schakelen.

5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.



## Berichten op pagina alleen zichtbaar maken voor paginabeheerders.

Je kunt er ook voor kiezen om gebruikers wel berichten op je tijdlijn te laten plaatsen maar deze alleen zichtbaar te maken voor paginabeheerders.

## Hoe maak ik de berichten die op mijn pagina worden geplaatst alleen zichtbaar voor de paginabeheerders?

1. Klik boven aan je pagina op **Instellingen**.
2. Klik (links) op **Algemeen**.
3. Klik op **Berichten van bezoekers**.
4. Kies voor de eerste optie '**Beoordeel berichten van andere personen voordat deze op de pagina worden gepubliceerd**'. Vink vervolgens de 2<sup>e</sup> optie aan.



**Berichten van bezoekers**

☐ Bezoekers aan de pagina toestaan om berichten te publiceren

☒ Foto- en videoberichten toestaan

☒ Beoordeel berichten van andere personen voordat deze op de pagina worden gepubliceerd [?]

☐ Berichten van andere mensen op de pagina uitschakelen.

**Wijzigingen opslaan** **Annuleren**

5. Klik op **Wijzigen opslaan**.

## 12. Pagina Recensies

Pagina recensies worden aan de linkerkant op je pagina weergegeven. Gebruikers kunnen een recensie achterlaten en je pagina beoordelen met een 5-sterrenstelsel.

Pagina beoordelingen van gebruikers zijn niet altijd zichtbaar. Gebruikers hebben de mogelijkheid om een beoordeling met een beperkt aantal gebruikers te delen (*d.m.v. privacy instellingen*).

**LET OP:** Pagina recensies zijn alleen beschikbaar voor pagina's die vallen onder de categorie "lokale bedrijven" of "bedrijven en organisaties". En worden alleen weergegeven wanneer je de adresgegevens van je bedrijf correct hebt ingevoerd.

### Hoe verwijder ik een recensie van mijn pagina?

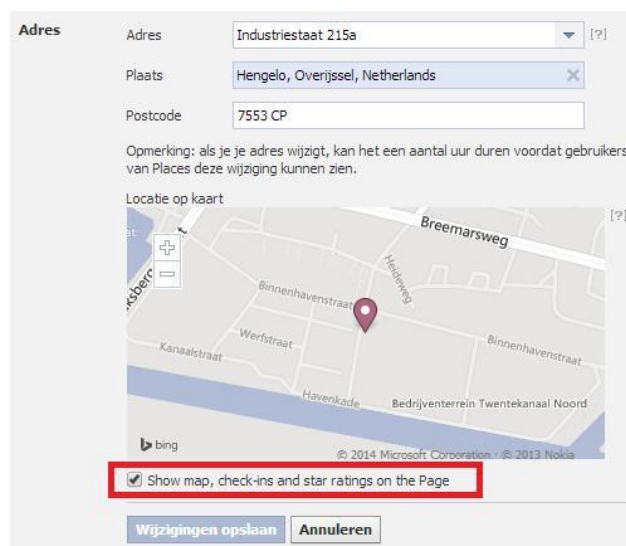
Het is niet mogelijk om een recensie je pagina te verwijderen. Het enige wat je kunt doen is de recensie rapporteren.



### Hoe verberg ik alle pagina recensies?

1. Klik onder de omslagfoto (op je pagina) op **Info**.
2. Klik (links) op **Pagina Informatie**.
3. Klik op **Adres**.
4. Schakel het vinkje onder de kaart uit.
5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.

*Let op: Houd er wel rekening mee dat gebruikers de mogelijkheid om in te checken niet meer hebben als je deze optie uitschakeld.*



## 13. Privé Berichten

Als paginabeheerder heb je mogelijkheid om de knop **Bericht** (onder de omslagfoto) te verbergen. Wanneer je dit doet kunnen gebruikers je geen privéberichten meer achterlaten.

Privéberichten worden door gebruikers voornamelijk gebruikt voor boodschappen die alleen voor de paginabeheerder bedoeld zijn.

- Vragen om advies.
- Reserveren/Afspraak maken.
- Feedback/Klacht doorgeven.

Ik adviseer in de meeste gevallen om deze knop **NIET** te verbergen. Toch zijn er uitzonderingen. Voorkom dat mensen zich genegeerd voelen. Het is belangrijk dat er wordt gereageerd op privéberichten.

Voorbeeld privé berichten toestaan



Voorbeeld privé berichten **niet** toestaan



**TIP!** Download de mobiele Facebook app [Paginabeheer] om direct meldingen over je pagina te ontvangen. Deze app is door Facebook ontwikkeld, speciaal voor Facebook paginabeheerders. De mogelijkheden zijn zeer uitgebreid en de app wordt regelmatig geupdate (alleen voor Android en iOS).

## Hoe verberg ik de knop Bericht op mijn pagina?

1. Klik boven aan je pagina op **Pagina bewerken**
2. Selecteer (links) op **Algemeen**.
3. Klik op **Berichten**
4. Vink het hokje uit om bezoekers niet langer de mogelijkheid te bieden om privé berichten te sturen.

Berichten

☒ Mensen toestaan privéberichten naar mijn pagina te sturen door de knop Bericht weer te geven

Wijzigingen opslaan

Annuleren

5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.

# 14. Voeg Je Pagina Toe Als Werk

Je kunt op je persoonlijke Facebook profiel aangeven waar je werkt. Wanneer je een Facebook pagina hebt gemaakt kun je deze pagina opgeven als bedrijf waar je werkt. Gebruikers die je Facebook profiel bezoeken zijn slechts 1 muisklik verwijderd van je Facebook pagina.

*Deze stap past eigenlijk niet helemaal bij de titel van dit e-book omdat dit gedeelte niet wordt weergegeven op je Facebook pagina. Toch vind ik dit een belangrijk onderdeel en zie ik nog steeds paginabeheerders die hier geen of slecht gebruik van maken. Een gemiste kans als je het mij vraagt.*

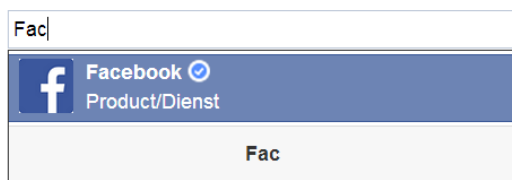
## Hoe voeg je je Facebook pagina toe als werk op je persoonlijke profiel?



1. Ga naar naar je persoonlijke Facebook profiel.
2. Klik op het tabblad **Info** onder de omslagfoto.
3. Klik op **Een baan toevoegen**.
4. Typ de eerste letters van je Facebook pagina en klik vervolgens het juiste resultaat aan.

### Werk en opleiding

✓ Bewerken voltooid



5. Voer je functie in.
6. Voeg de plaatst van het bedrijf toe.
7. Voeg eventueel een omschrijving toe.
8. Vink het hokje voor '**Hier werk ik nu**' aan om aan te geven dat je hier tot op heden werkt.
9. Klik op **+ Jaar toevoegen** om aan te geven vanaf welk jaar je hier werkt.
10. Kies er voor om je baan openbaar te delen of niet.



11. Klik op **Baan toevoegen**.

# 15. Paginarollen/Paginabeheerders

Er zijn 5 verschillende rollen voor paginabeheerders. Hier een overzicht van de verschillende rollen en de bevoegdheden.

	Beheerder	Redacteur	Moderator	Adverteerder	Analist
Paginarollen en –instellingen beheren	✓				
De pagina bewerken en apps toevoegen	✓	✓			
Berichten maken en verwijderen namens de pagina	✓	✓			
Op opmerkingen en berichten op de pagina reageren en deze verwijderen	✓	✓			
Berichten verzenden namens de pagina	✓	✓	✓		
Advertenties maken	✓	✓	✓	✓	
Statistieken bekijken	✓	✓	✓	✓	✓
Bekijken wie er namens de pagina berichten hebben geplaatst	✓	✓	✓	✓	✓

## Hoe voeg ik een beheerder toe aan mijn pagina?

1. Klik boven aan je pagina op **Instellingen**.
2. Klik (links) op **Pagina rollen**.
3. Voer de **naam** of het **e-mail adres** in van de gebruiker die je wilt toevoegen als beheerder.

**Naam:** Je kunt alleen iemand als beheerder toevoegen aan de hand van zijn/haar naam als jullie vrienden zijn op Facebook.

**E-mail adres:** Voer het e-mail adres in die de gebruiker gebruikt om in te loggen op Facebook.

4. Kies een beheedersrol.
5. Klik op **Opslaan**.
6. Voer het wachtwoord in die je gebruikt om in te loggen op Facebook om de wijzigingen op te slaan.

## Wat als diegene die ik beheerder heb gemaakt hier geen meding van krijgt?

Dit komt zo nu en dan voor. Geef de nieuwe beheerder deze link door:

<https://www.facebook.com/pages/?category=invites>. Op deze pagina vind de nieuwe beheerder de mogelijkheid om de uitnodiging te accepteren.

## 16. Hoe nu verder?

Nu weet je hoe jouw pagina er professioneel uit moet laten zien. Je bent er van overtuigd dat Facebook jou meer gaat opleveren. Maar ben je nog zoekende op welke vlakken je Facebook in wil zetten? Of wil je weten wat er allemaal mogelijk is met Facebook?

Vraag dan gratis en vrijblijvend een adviesgesprek aan. In dit gesprek zal Parsifal of Rogier samen met jou gaan kijken, waar er voor jou het meeste rendement uit te halen valt als het aankomt op Facebook Marketing.

In het adviesgesprek zullen we samen gaan kijken, wat voor jou de beste strategie is om Facebook in te zetten. Of het nou gaat om een product, dienst of evenement onder de aandacht brengen, naamsbekendheid uitbreiden, bereik vergroten of jouw bedrijfsimago een boost of switch geven. Het is allemaal mogelijk!

Het adviesgesprek zal maximaal 1 uur duren. Dit kan op locatie of via skype gedaan worden.

Bel: 085 – 003 02 56 of ga naar: [www.digitusmarketing.nl/adviesgesprek](http://www.digitusmarketing.nl/adviesgesprek) en vraag nu direct een adviesgesprek aan.