

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. Profielfoto.....	13
10. Berichten Op Pagina.....	14-15
11. Pagina Recensies.....	16
12. Privé Berichten.....	17
13. Gedeelten Beheren.....	18
14. Tabbladen Beheren.....	19
15. Voeg Je Pagina Toe Als Werk.....	20
16. Paginarollen / Paginabeheerders.....	21

# Over De Auteurs



**Parsifal Tritsch**

Parsifal Tritsch bedenkt concepten en social media strategieën, hij schrijft dagelijks content voor bedrijven en onderhoudt verschillende Facebook campagnes.

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 Jeroe?](#)

[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.

In [dit artikel](#) lees je hoe je achterhaalt wanneer je fans online zijn.

## - 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 boven aan je pagina op **Instellingen**.
2. Klik (links) op **Pagina-informatie**.
3. Klik op **Naam**.
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 hebben we al diverse paginanamen laten wijzigen. We hebben hem op de hoogte gesteld over dit e-book en gevraagd of het verstandig is om lezers van dit e-book te zeggen dat wij paginanamen altijd kunnen (laten) wijzigen. Hij heeft aangegeven dat hij dit om verschillende redenen niet kan garanderen. Maar.. vragen kan altijd.

*Om je paginanaam te laten wijzigen moet je je normaalgesproken aanmelden voor het 'Start to Succes-programma' van Facebook en adverteren voor €40,- per dag gedurende 30 dagen.*

## 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 boven aan je pagina op **Instellingen**.
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.

### Wat als het webadres al bezet is?

Controleer eerst of het webadres wel ECHT bezet is door een **persoon** of **bedrijf**. Typ: <https://www.facebook.com/> + (de naam die je wil claimen) in de webbrowser.

Indien je een **persoonlijk profiel** of **geen pagina** aantreft is het in de meeste gevallen alsnog mogelijk om het webadres te claimen! Neem contact met ons op indien wij je hierbij kunnen helpen.



### 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 boven aan je pagina op **Instellingen**.
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**.



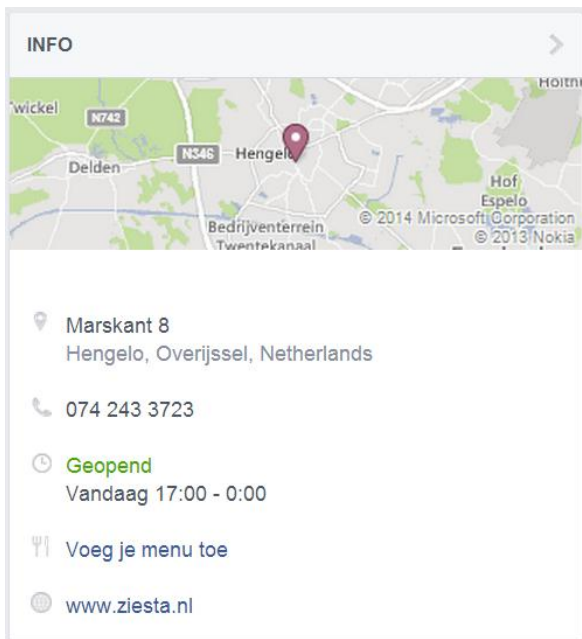
## 4. Categorie

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 boven aan je pagina op **Instellingen**.
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 dropdown is labeled 'Categorie' and has 'Bedrijven en organisaties' selected. The second dropdown 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. Het toevoegen van subcategorieën vergroot de vindbaarheid van je pagina in de zoekmachine van Facebook (Graph Search).

[Wat is Graph Search?](#)



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 boven aan je pagina op **Instellingen**.
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 boven aan je pagina op **Instellingen**.
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 boven aan je pagina op **Instellingen**.
2. Klik (links) op **Pagina-informatie**.
3. Klik op **Openingstijden**.
4. Voer de openingstijden per dag in.

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.

**Extra:** Ik heb hierboven in het kort uitgelegd wat een 'call to action' is. Een mogelijkheid is om ook in de omslagfoto een 'call to action' te verwerken. In dit voorbeeld is '**Bekijk de nieuwe collectie**' de 'call to action'. Wanneer gebruikers op de knop klikken wordt de omschrijving (rechts) van de omslagfoto weergegeven en kunnen gebruikers, door op de link te klikken, de nieuwe collectie bekijken.



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

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

## 9. 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 X 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. Maak de profielfoto 960px X 960px voor de beste kwaliteit.

### 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**.

## 10. 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, of andersom.

*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 **Mogelijkheid om te plaatsen**.
4. Verwijder het vinkje voor 'Iedereen kan berichten plaatsen op de tijdlijn van ....'.

**Mogelijkheid om te plaatsen**

☒ Iedereen kan berichten plaatsen op de tijdlijn van Digitus Marketing
   
☒ Iedereen kan foto's en video's toevoegen aan de tijdlijn van Digitus Marketing

Wijzigingen opslaan

Annuleren

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. Let er wel op dat met deze instelling voorgaande berichten op je pagina nog **wel** zichtbaar zijn in het 'gedeelte' **Berichten op pagina**, links op de tijdlijn van je pagina.

## 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 **Zichtbaarheid berichten**.
4. Kies voor de optie '**Verberg berichten van anderen op de tijdlijn van mijn pagina**'.

**Zichtbaarheid berichten**

Verberg berichten van anderen op de tijdlijn van mijn Pagina. ▾

Sta anderen toe om berichten op de tijdlijn van mijn Pagina te plaatsen.

Verberg berichten van anderen op de tijdlijn van mijn Pagina.

Wijzigingen opslaan

Annuleren

5. Klik op **Wijzigen opslaan**.

# 11. 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.

Het gemiddelde aantal sterren wordt bovenaan je pagina weergegeven. Als je hier met je muis overheen gaat kun je zien:

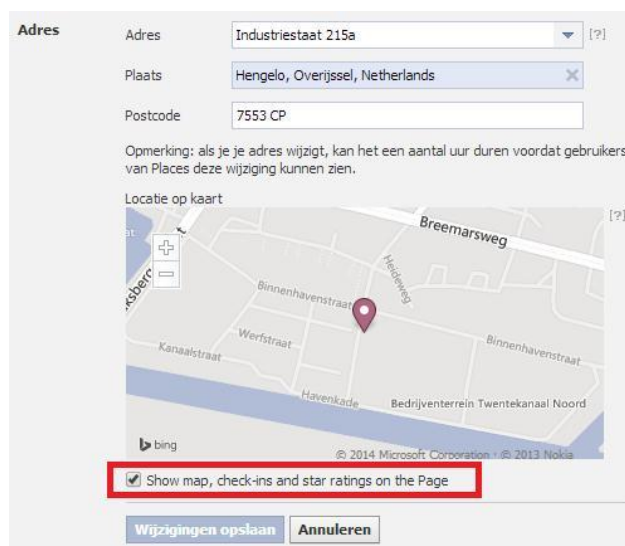
- Hoeveel gebruikers je pagina hebben beoordeeld.
- Hoeveel gebruikers je pagina hebben beoordeeld met 1, 2, 3, 4 of 5 ster(ren).
- Wat het gemiddelde cijfer van alle beoordelingen is.



## Hoe verberg ik alle pagina recensies?

1. Klik boven aan je pagina op **Pagina bewerken**.
2. Selecteer **Pagina Informatie Bijwerken**.
3. Klik op **Adres**.
4. Schakel het vinkje onder de kaart uit.
5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.

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



## 12. 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 sturen.

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. Als deze mogelijkheid er niet is zou je kunnen overwegen om de optie privéberichten uit te schakelen.

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 (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. Klik om privéberichten uit te schakelen op het vakje naast **Mensen toestaan privéberichten naar mijn pagina te sturen door de knop Bericht weer te geven**
5. Klik op **Wijzigingen opslaan**.

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

Wijzigingen opslaan
 Annuleren

## 13. Gedeelten Beheren

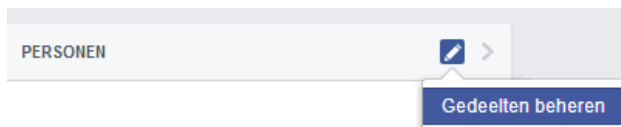
Aan de linker kant van pagina's worden zogenoemde 'gedeelten' weergegeven. Hier is een overzicht van de verschillende gedeelten met een korte beschrijving.

- **Personen.** Hier worden likes, check-ins en de mogelijkheid om vrienden uit te nodigen om de pagina leuk te vinden, weergegeven.
- **Info.** Hier wordt bij **Lokale bedrijven** het adres, telefoonnummer, openingstijden en de website weergegeven. Bij **Bedrijven en organisaties** wordt hier de korte beschrijving en de website weergegeven.
- **Apps.** Hier worden de eerste 3 Facebook apps die je aan je pagina hebt toegevoegd, weergegeven.
- **Recensies.** Hier worden de laatste 3 recensies van gebruikers over de pagina weergegeven.
- **Berichten op pagina.** Hier worden de laatste 3 berichten die door gebruikers op de pagina zijn geplaatst weergegeven.
- **Foto's.** Hier wordt een overzicht van de laatste 9 foto's die op de pagina zijn geplaatst weergegeven.
- **Video's.** Hier worden de laatste 3 video's weergegeven (wordt niet weergegeven als er geen video's zijn geplaatst op deze pagina).
- **Notities.** Hier worden notities die je als pagina hebt geplaatst weergegeven. Om een notitie te maken ga je naar: [www.facebook.com/notes](https://www.facebook.com/notes).
- **Vind ik leuks van deze pagina.** Hier worden pagina's die je als je pagina hebt geliked, weergegeven.

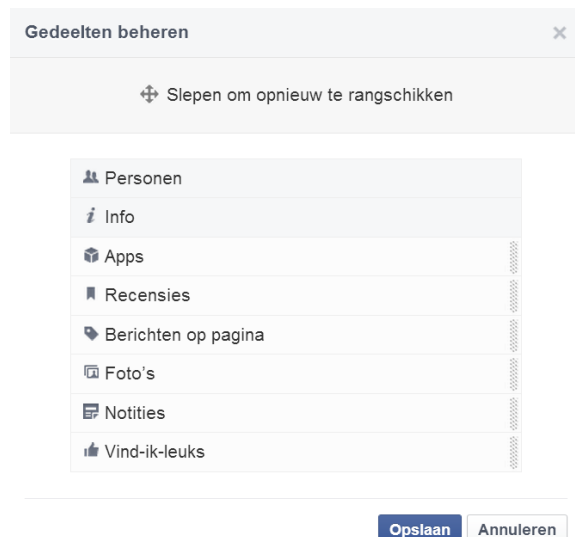
**Personen** en **Info** staan standaard op positie 1 en 2. De overige gedeelten kun je rangschikken.

### Hoe wijzig ik de volgorde van de gedeelten?

1. Ga naar je Facebook pagina (tijdelijk).
2. Klik onder je profielfoto op het potloodje rechts van **personen** (deze verschijnt wanneer je hier met je muis overheen beweegt).
3. Klik op '**Gedeelten beheren**'.



4. Klik op een van de gedeelten waarvan je de positie wilt veranderen en verplaatst deze naar beneden of naar boven.
5. Klik op **Opslaan** als je tevreden bent over de volgorde van de '**Gedeelten**'.



# 14. Tabbladen Beheren

Onder de omslagfoto zie je standaard 5 tabbladen. **Tijdslijn** – **Info** en **Meer** worden altijd weergegeven. **Foto's** en **Vind-ik-leuks** kunnen worden vervangen.

**Tijdslijn** | Info | Foto's | Vind-ik-leuks | Meer ▾

Deze tabbladen kunnen worden vervangen door **tab apps**!

**Wat zijn tab apps?** Om het zo eenvoudig mogelijk uit te leggen zeg ik altijd; tab apps kun je zien als miniwebsites binnen een Facebook pagina. Dit is waar je al je creative ideeën werkelijkheid kunt laten worden. Hier kun je bijvoorbeeld coupon acties of groepecties opzetten, fotowedstijden lanceren en nog veel meer. Tab apps zijn zeer geschikt om e-mail adressen te verzamelen.

Indien je gebruik maakt van **tab apps** is het verstandig om deze hier op te laten vallen. Zie hier een voorbeeld van onze pagina.

**Tijdslijn** | Info | Recensies | \*\*Gratis e-Book\*\* | Meer ▾

**Er is nog meer!** De volgorde van tabbladen heeft ook invloed op de volgorde waarop **tab apps** in het 'gedeelte' **Apps** aan de linkerkant op je tijdslijn worden weergegeven.

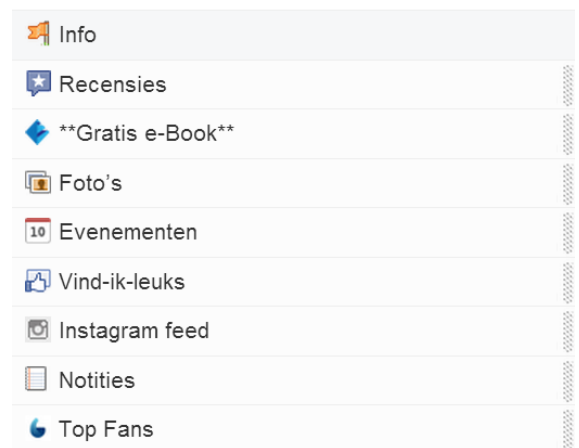
Naast deze 2 tabbladen worden er namelijk ook 3 **tab apps** weergegeven aan de linkerzijde op je tijdslijn.

## Hoe bepaal ik de volgorde van de tabbladen en apps?

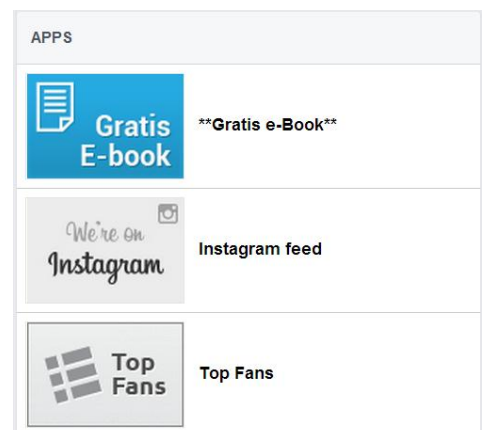
1. Ga naar je Facebookpagina en klik op het tabblad **Meer**.
2. Kies voor de optie **Tabbladen beheren**.
3. Klik op een van de gedeelten waarvan je de positie wilt veranderen en verplaatst deze naar beneden of naar boven.

**Tabbladen:** Op positie 1 wordt altijd **Info** weergegeven. Tabs die je op positie 2 en 3 zet worden onder de omslagfoto bij de tabbladen weergegeven.

**Apps:** De volgorde van **tab apps** in het 'gedeelte' **Apps** wordt ook aan de hand van deze volgorde bepaald. Het enige verschil is, **alleen** de tabbladen die onder tab apps vallen worden hier getoond.



Tabbladen toevoegen of verwijderen



# 15. 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.*

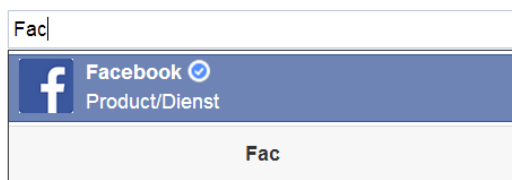
## Hoe voeg je je Facebook pagina toe als werk op je persoonlijke profiel?



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**.

# 16. 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.



## 17. Afsluiting.

We zijn door de stof heen, we hopen dat je er veel van hebt opgestoken. Heb je nog vragen of loop je ergens tegen aan, laat het ons dan weten door je vraag achter te laten op onze [Facebook pagina](#).

We horen graag wat je van dit e-book vindt! [Beoordeel ons](#) en [schrijf een korte recensie op Facebook](#).

Hoe kunnen wij jou verder helpen met je Facebook activiteiten?

### Optie 1

#### Meld je aan voor één van onze Facebook Workshops

Op onze website kun je je aanmelden voor verschillende Facebook trainingen. Je kunt kiezen om een training te volgen over één onderwerp of de volledige Facebook cursus volgen waarin je in 5 op één volgende weken alles leert om als bedrijf succesvol te worden op Facebook!

*Facebook trainingen worden gegeven door Parsifal & Jeroen*

→ [Klik hier om ons aanbod te bekijken](#)

### Optie 2

#### Plan een 1-op-1 Sessie Facebook Marketing in

45 minuten tijd om alles te vragen over je Facebook pagina en wat hier bij komt kijken. Van pagina indeling, Facebook strategie tot Facebook advertentie campagnes. Eindeloos veel feedback, tips, trucs en tools die jou helpen om succesvol te worden op Facebook. Persoonlijk, leuk en effectief!

*Facebook 1 op 1 videogesprekken worden gegeven door Parsifal.*

→ [Klik hier om ons aanbod te bekijken of een sessie in te plannen.](#)

### Optie 3

#### Werkzaamheden uitbesteden?

Hulp nodig bij het bedenken en opzetten van succesvolle acties, een Facebook app laten bouwen om meer e-mail adressen te verzamelen of een Facebook advertentie campagne op laten zetten? Neem vrijblijvend contact op om de mogelijkheden te bespreken of plan een afspraak bij ons op kantoor.

→ [Klik hier om naar de contact pagina te gaan.](#)