

Social Media Succes Formule



Social Media is niet meer uit ons leven weg te denken. Ruim 10 miljoen Nederlanders hebben inmiddels een profiel op een sociaal netwerk aangemaakt. Dat betekent dat ook uw doelgroep zich op deze kanalen bevindt.

De consument heeft een pad welke zij bewandelen om aan informatie te komen. Vroeger was dit via TV, radio, nationale kranten, lokale kranten en de gouden gids. Tegenwoordig hebben we Google en social media als grootste zoekmachines die men gebruikt om aan de gewenste informatie te komen.

Maar op welke social media kanalen zit uw doelgroep? Hoe kunt u social media gebruiken om de gewenste doelgroep te bereiken? Hoe zorgt u ervoor dat de gewenste resultaten worden gehaald uit het gebruik van social media? Allemaal vragen die ervoor zorgen dat u nog weinig tot niets doet met social media. Met dit E-book hoop ik u te kunnen informeren over de mogelijkheden van social media. Zodat voor u duidelijk wordt wat u te doen staat!

Social Media als onderdeel van uw marketing strategie

Uw bedrijf heeft waarschijnlijk al een marketing plan met bijbehorende strategie om bepaalde doelstellingen te behalen. U heeft een huisstijl die terugkomt op de diverse uitingen als folders, visitekaartjes, website, briefpapier, advertenties, etc. Wanneer u ervoor kiest om social media te gebruiken als onderdeel van uw marketing strategie, zorg dan dat u deze kanalen met uw huisstijl aankleedt. Op deze manier ontstaat er herkenbaarheid.

Ook bij social media komen bepaalde marketing aspecten naar voren. Bij het schrijven van social media berichten zult u dan ook rekening moeten houden met onderstaande marketing aspecten:

- Doel
- Luisteren naar uw doelgroep
- Imago
- Waardepropositie
- Concept
- Call to action

Doel

Wanneer u een bericht plaatst op social media heeft u een bepaald doel voor ogen. U wilt uw doelgroep ergens over informeren, u wilt bezoekers trekken naar uw website, u wilt dat men iets bij u koopt, etc. Allemaal mogelijke doelstellingen waar u rekening mee kunt houden bij het schrijven van berichten.

Luisteren naar uw doelgroep

Om te weten wat uw doelgroep wilt horen en waar zij in zijn geïnteresseerd, dient u goed te luisteren naar uw doelgroep. Wanneer iemand iets over uw bedrijf vermeldt, is het niet alleen interessant om te weten wat er wordt vermeld, maar ook door wie. Op het profiel van degene die iets heeft geschreven vindt u vaak informatie over leeftijd, man/vrouw, waarin zij zijn geïnteresseerd, etc.

Imago

Uw bedrijf heeft een bepaald imago. Zorg ervoor dat deze matcht met uw identiteit. Een bedrijf met een slecht imago zal op een andere manier moeten communiceren op social media dan een bedrijf die een goed imago heeft. Het bedrijf met een slecht imago kan social media gebruiken om het imago te verbeteren. Dit kan weer door goed te luisteren naar de doelgroep en in te spelen op de wensen van de doelgroep.

Waardepropositie

Weet wat uw meerwaarde is ten opzichte van andere soortgelijke bedrijven en gebruik dit om u nog meer te profileren. Welke waarde heeft uw bedrijf voor de doelgroep en hoe gaat u hiermee om?

Social media concept

Wanneer u de vorige aspecten heeft gedefinieerd, weet u wat uw doelgroep wilt weten en welke waarde uw bedrijf heeft om kenbaar te maken aan de doelgroep. U heeft dan al een goede start voor het gebruik van social media. U kunt verder met het schrijven van een concept plan.



Call to Action

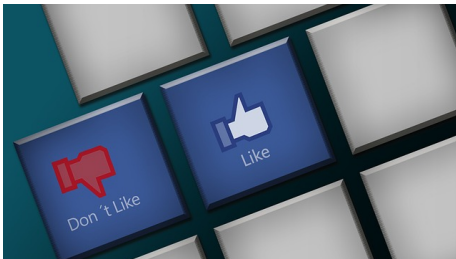
U weet wat u wilt vertellen, aan wie en hoe. Maar u wilt ook dat uw doelgroep actie onderneemt. Dit kan in de vorm van een reactie plaatsen op een door uw bedrijf geplaatst bericht, doordat men klikt op uw aangegeven link, wellicht schaft iemand iets aan, etc. Zorg dan ook dat u een call to action in uw bericht opneemt, zodat mensen ook doen wat u wilt.

Wilt u meer uit social media halen, volg dan onze workshop '[Succes met Social Media](#)'.

Facebook, Twitter, LinkedIn, wat kan ik ermee?

Wanneer u hebt besloten om te starten met social media en u weet een beetje wat u wilt vertellen en naar welke doelgroep u op zoek gaat. Dan is de volgende stap het bepalen op welke kanalen u actief wilt zijn. De grootste 3 platformen leg ik voor u uit.

Facebook



Verreweg het grootste social netwerk is Facebook. Inmiddels heeft Facebook meer profielen dan inwoners in China. Dit sociale netwerk biedt de mogelijkheid om zowel voor particulieren als bedrijven een pagina te maken en om vervolgens boodschappen op te kunnen delen met het netwerk van dat bedrijf of persoon. Dit kan in de vorm van een foto, filmpje, link naar een

website of tekst. Tevens biedt Facebook de mogelijkheid om op plaatsen te kunnen inchecken. Dit houdt in dat men ter plekke kan zeggen dat zij bij een bepaalde plaats, plek, kantoor, café, etc. zijn en iedereen, of een selectie van het netwerk mag dit weten. De pagina's van particulieren, of wel privé personen, zijn iets anders dan de bedrijfspagina's.

De meerwaarde van een bedrijfspagina op Facebook is dat er leuke statistieken te bekijken zijn, zodat u o.a. weet hoe groot uw bereik is van de geplaatste berichten en op welke tijden uw pagina goed wordt bezocht.

Ook is het mogelijk om op Facebook te adverteren. U kunt advertenties zeer gericht wegzetten bij uw gewenste doelgroep. Dit zorgt ervoor dat u heel gericht kunt adverteren en dat uw marketing budget dan ook volledig gebruikt wordt aan uitingen gericht op uw gewenste doelgroep.

Wanneer u meer wilt weten over hoe u uw bedrijfspagina kunt optimaliseren en hoe u als beste kunt adverteren op Facebook? Wilt u tips en tricks over het gebruik van Facebook? Volg dan onze workshop '[Facebook Marketing](#)' waarin u alles hierover te horen krijgt.

Twitter

Een social netwerk dat erg snel werkt is Twitter. Dit is een platform waar je zowel bedrijven als particulieren kunt volgen. De boodschappen zijn kort en zeer bondig en er wordt veel gebruik gemaakt van tekens als @ en # om onderwerpen makkelijk te vinden en te clusteren. Voor een beginner zullen de boodschappen op Twitter een beetje lijken op een codetaal vanwege deze tekens. Echter, de tekens hebben een doel!



Zo gebruikt men een @ wanneer men iemand bij de boodschap wil betrekken. Om een voorbeeld te geven, iemand heeft vertraging op zijn vliegreis en plaatst een boodschap op Twitter met @KLM, dan kan KLM zien dat iemand KLM bij een Twitterbericht heeft betrokken. KLM zal in dit geval snel een reactie op het bericht geven.

Bij een Hashtag (#) is het mogelijk om onderwerpen te clusteren. Een veel gebruikte hashtag is #durftevragen. Wanneer je in Twitter zoekt op #durftevragen, geeft Twitter als zoek resultaat alle berichten weer die dit onderwerp in hun bericht hebben vermeld. U kunt zo uw eigen onderwerpen clusteren.

De profielen voor bedrijven en personen zijn en werken hetzelfde. Al is Twitter momenteel hard aan de slag om voor bedrijven extra toepassingen beschikbaar te stellen, waardoor het tegenwoordig mogelijk is om te adverteren en om bepaalde statistieken te zien.

Omdat Twitter alle berichten aan jou laat zien die jouw netwerk deelt, zijn berichten vaak maar een korte tijd goed zichtbaar.

Meer weten over hoe u Twitter op een goede manier zakelijk kunt inzetten? Volg dan onze workshop '[Zakelijk Twitteren](#)'. Na deze workshop weet u hoe u om moet gaan met Twitter berichten, adverteren en heeft u veel tips&tricks om goed met Twitter aan de slag te gaan.

Linkedin



Het grootste zakelijke sociale netwerk is toch wel LinkedIn. Op LinkedIn kunnen mensen hun ervaringen, opleidingen en projecten delen. Eigenlijk is het een uitgebreide C.V. die men deelt met zijn of haar netwerk. U kunt status updates delen met uw netwerk en zij kunnen op hun beurt hierop reageren.

Ook als bedrijf bestaan er veel manieren om te profileren. Er bestaat de mogelijkheid om bedrijfspagina's te maken en vanuit het bedrijf zakelijke berichten te plaatsen. Tevens is LinkedIn een heel mooi platform om nieuwe werknemers te werven of juist andersom, om een nieuwe baan te vinden.

Een ander onderdeel van LinkedIn zijn de groepen waar men lid van kan worden. Wanneer u een bepaalde expertise hebt en u wilt uw kennis delen met anderen, kunt u vast een groep vinden met meerdere geïnteresseerden. Met deze groep deelt u uw kennis over en weer. Binnen de groep zitten enkel mensen die daadwerkelijk in dat onderwerp zijn geïnteresseerd, dus u heeft direct een doelgroep gevonden om mee te communiceren.

Wilt u meer business uit LinkedIn halen? In onze workshop '[Meer Business uit LinkedIn](#)' geven we u alle informatie over hoe u zichzelf goed kunt profileren op LinkedIn. U weet na de workshop hoe u met de juiste doelgroep kunt communiceren en hoe u meer business kunt genereren uit LinkedIn.