



*Ondernemers die niets doen met social media missen gewoon kansen. Waarom zou je social media kunt gebruiken? En hoe dan? We gaan de belangrijkste netwerken langs: Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn en Pinterest. Daarnaast ga ik in op enige etiquette voor gebruikers, het maken van updates en enkele praktische, gratis online hulpmiddelen.*

### **Waarom werken met social media?**

Om je bedrijf te kunnen voeren, heb je klanten nodig. Klanten zijn ook maar gewoon mensen. En de cijfers over mensen die actief zijn op social media zijn redelijk bedwelmend. Het zijn er veel, heel veel, op verschillende platformen, op verschillende manieren.

Social media kun je zien als een koffieautomaat, waar je met anderen de laatste roddels en nieuwtjes bespreekt. Als jij een goed verhaal (blog, artikel, discussie, foto enz.) hebt, kan dat makkelijk worden **doorverteld**.

- ***Social media zijn een manier om met mensen in contact te komen en te blijven.***

Omdat er zoveel mensen en bedrijven online actief zijn, kun je via social media ook bekijken welke problemen er zijn of welke wensen er leven. Als je een winkel hebt in cadeauartikelen kan het slim zijn om in aanloop naar kerstmis op Twitter te zoeken naar kerstpakket. Dan vind je mogelijk mensen die worstelen met deze vraag.

Vergeet bij online onderzoek de zoekmachines van Twitter, Facebook of Google+ zelf niet. Die kunnen je altijd weer iets leren over sentimenten en vragen die er zijn.

- ***Social media kun je dus inzetten als marktonderzoek.***

Om online gevonden te worden, zijn social media steeds belangrijker geworden. Vrijwel iedereen die internet gebruikt, zoekt informatie via zoekmachines. En... jawel, Google rules! Vorig jaar heeft Google verschillende updates doorgevoerd en met de laatste grote aanpassing van het zoekalgoritme – Hummingbird – worden social media uitingen ernstig meegerekend in de zoekresultaten.

- ***Door social media te gebruiken wordt jij en je bedrijf dus beter gevonden.***

## Hoe pak je de inzet van social media aan?

Ga uit van je eigen expertise en kracht. Daar wil je de boer mee op. Dat is wat jij kan betekenen voor anderen. Social media zijn sociaal, dus blijf dat zelf ook. Mensen twitteren, logo's niet. Dat ligt misschien voor de hand, maar alleen maar jouw verkoopboodschap de wereld insturen, is niet zo effectief. Eerder het tegenovergestelde.

Vraag je dus af wat anderen aan jouw berichten hebben. Probeer mensen te helpen met hun vragen. En prijs de leuke reacties, leer van de kritiek en de commentaren.

Sommige marketingexperts hanteren overigens wel een model om tot een goede verhouding tussen promotionele en informatieve berichten te komen. Voor Twitter heb ik 1 op 10 voorbij zien komen.

Onlangs hoorde ik iemand pleiten voor de 50/30/20-regel voor alle social media updates. Achtereenvolgens: 50% onderwerpen in de breedte van jouw vakgebied en niet commercieel, 30% persoonlijke berichten en 20% promotioneel of commercieel.

Harde wetenschap is dat natuurlijk niet.

Deze opdeling is op zichzelf wel nuttig. Door vakmatige updates laat je je kennen als een expert, de persoonlijke maken je menselijk en de promotionele geven je zowel vakmatig als meer commercieel een gezicht.

### Stap 1: Maak een plan

Voor je je in de social media stort, of je huidige activiteiten wilt verbeteren of aanpassen, is les 1: maak een plan. Bedenk wie je ideale klanten zijn, op welke platformen ze te vinden zijn. Als je klanten andere bedrijven of alleen consumenten zijn, is dat van invloed op dit plan en je strategie hoe je hen wilt benaderen.

Sommige ondernemers die nog niet goed thuis zijn in social media voelen zich er wel eens door overweldigd. Ook daarvoor kan dit plan helpen. Ga niet alles tegelijk opstarten, hoewel het wel goed kan zijn om je gewenste accountnaam vast te leggen.

Plan vervolgens het maken van de profielen en het gebruiken van je accounts stapsgewijs in. Ben je al wel bezig met verschillende accounts kun je ze per week inplannen of automatiseren.

### Stap 2: Profielen maken

Wie ben je of wie wil je zijn? Bij het maken van je profiel voor de verschillende netwerken kun je op verschillende plekken informatie toevoegen. Daarbij bestaat gewoonlijk de neiging – afhankelijk van je karakter – daar bescheiden of uitgebreid gebruik van te maken.

Als deze profiel informatie persoonlijk is, is het een manier om wat over jezelf en je expertise te zeggen. Ik adviseer dat te doen, gebruik de beschikbare ruimte.

Zorg er dan gelijk voor dat de voor jou belangrijke zoekwoorden – de keywords – in de teksten terugkomen. Maak die trefwoorden en begrippen zo specifiek mogelijk. Liever ‘financieel consulent’ dan ‘consulent op het gebied van financiën’. Mensen zoeken eerder op het eerste begrip, dan het tweede.

Gebruik de zoekwoorden in de headlines of koppen, tussenkoppen en in de tekst zelf. Doe dat op een natuurlijke manier: als een gewoon leesbare mededeling. Maak ze waar mogelijk krachtiger door ze als een (gesloten) vraag of call-to-action te formuleren.

### **Persoonlijke en bedrijfsprofielen**

Van Facebook weten de meeste mensen wel dat er zogenaamde fan- of bedrijfspagina's zijn. Maar ook bij LinkedIn kan je die maken. In een recent blog dat ik maakte (link onderaan) vind je meer hierover.

LinkedIn voert op 14 april een grote wijziging door aan deze pagina's. Het platform wil in ieder geval het gebruik van deze pagina's, dat nu beperkt is, stimuleren. Opnieuw extra online ruimte voor jouw informatie.

- Check keywords via Google Trends - <http://www.google.com/trends/explore#cmpt=q>
- Keywords suggesties via Übersuggest (let op de taalinstelling) - <http://ubersuggest.org/>

### **Stap 3: werken met social media**

Wanneer je net met social media begint, zullen er niet onmiddellijk resultaten te verwachten zijn. Of je moet gelijk een prijs van €1.000 kunnen uitloven. Deelnemen betekent ook dat er op een lange termijn aan gewerkt moet worden.

Het kan zeker helpen als je je daarbij een doel stelt en bijvoorbeeld 1 keer per maand kijkt waar je welke reacties op hebt gekregen. Kijk naar retweets, statistieken van Facebook, Google+. Of via Cyfe, dat ook als gratis tool prima te gebruiken is.

### **Lijsten, kringen en groepen**

Om je publiek specifiek te benaderen, kun je op verschillende manieren mensen, bedrijven of organisaties segmenteren via social media. Twitter heeft lijsten, Facebook heeft groepen en Google+ heeft kringen.

Dat heeft als voordeel dat je meer controle houdt over informatie die je verspreid of kan aanpassen al naar gelang de doelgroep. Neem dat mee in je social media plan.

### **Inspireren, automatiseren en reageren**

Je kunt social media berichten automatiseren met verschillende tools. Maar welke berichten stuur je de wereld in? Je moet eerst zelf inspiratie houden om anderen te kunnen inspireren. Dat betekent dat je vaknieuws en ontwikkelingen in de gaten houdt, neem ik aan. Als je dat slim organiseert, kun je daarmee ook goede, inhoudelijke berichten maken voor social media.

Hoe organiseer je dat? Ook daarvoor zijn verschillende digitale zijwielletjes voorhanden die je op koers kunnen houden. Ik steek graag de lofzang van RSS als een middel om nieuws en informatie over je vakgebied en je interesses bij te houden. Maak dus gebruik van een feedreader om de overzicht te krijgen van je favoriete websites.

### **Reageren**

Een online media activiteit die nog wel eens over het hoofd wordt gezien, is **reageren** op artikelen of discussies. Op WordPress blogs is er standaard de gelegenheid om je website URL te vermelden.

Zeker op je vakgebied is het goed om je op die manier je ermee te bemoeien. Als je bijvoorbeeld een blog op je website hebt, staan dat over dat onderwerp gaat, kun je daar naar linken. Bloggen, schrijven, is dus voor iedere ondernemer van belang.

### **Automatiseren**

Hieronder vind je links naar een aantal van die hulpmiddelen. Je moet echt zelf ontdekken wat je het prettigst vindt werken. Sommige dingen kun je wellicht ook automatiseren via je website.

Een goede Facebook tip is trouwens dat geautomatiseerde berichten vanaf Twitter niet zo effectief zijn. Wel kun je op Facebook zelf berichten maken en inplannen, zodat je vooruit kunt werken.



Voor WordPress gebruikers heb ik daarom het pakket plugins Jetpack ook genoemd. Behalve de social media knoppen die je ermee kunt maken, kun je met Publicize verbinding maken met Twitter en Facebook zodat je blogs automatisch op die websites worden gezet.

Maar niet iedereen bekijkt zijn tijdlijn op hetzelfde moment, waardoor het goed is – de kracht zit in herhaling – de link naar je blog zeker tweemaal te verspreiden.

Met Hootsuite en Buffer kun je ook berichten laten versturen op het moment dat jouw publiek (volgers, netwerk) actief is en de kans groter is dat je bericht gezien wordt.

Ik som als voorbeeld wat van mijn gereedschap op:

### **Feedreaders & tools**

- Om nieuws en websites bij te houden en op social media te verspreiden, gebruik ik **Feedly** en **Scoop.it**. Een goed en deelbaar overzicht van alle links in je vakgebied
- Om nieuws, berichten en infographics te bewaren en te delen, gebruik ik **Evernote**, **Scoop.it** en **Pinterest**.
- Om social media berichten te automatiseren, zet ik met name **HootSuite** (ook voor rss feeds) in, maar gebruik ook **Buffer**.
- Om taken te automatiseren, zet ik **IFTTT** in.
- Om berichten via Google+ naar Facebook en Twitter te plaatsen, gebruik ik **Friends+Me**.

### **Hashtags & embedded posts**

Een van de dingen die je berichten in social media verbeteren, zijn hashtags. Door die te gebruiken (#dtv, #tegenlicht #laptoplounge enz.) valt je tweet meer op en kunnen andere mensen die daar op zoeken je ook makkelijker vinden. Sinds enige tijd worden hashtags ook door Facebook en Google+ ondersteund en gebruikt.

Daarnaast kun je ook Facebook- en Google+ posts embedden (met code invoegen) in je berichten op je website. Dat geldt trouwens ook voor tweets.

## ***Links op social media netwerk***

### **Facebook**

- Facebook tips (organisch vs. gesponsord) - <http://www.toprankblog.com/2014/03/facebook-marketing-tips/>
- Blog met tips om je Facebook pagina te checken - <http://www.beeldbedrijf.nl/check-facebook-pagina/>
- Blog met tips nav. webinar Mari Smith - <http://www.beeldbedrijf.nl/10-facebook-tips-van-mari-smith/>

- Nederlandse website over Facebook marketing en advertentie tips - <http://www.likeeconomics.nl/tag/facebook-marketing-tips/>
- Nederlandse Facebook handleiding persoonlijk profiel - <http://facebook-handleiding.nl/>
- Artikel over de privacy instellingen - <http://www.techlicious.com/guide/the-guide-to-facebook-privacy-settings-2013/>
- Facebook handleiding zakelijke pagina's - <http://www.socialystacked.com/2013/11/use-facebook-more-effectively-with-this-manual/>

## Google+

- Google+ Marketing handleiding (gevorderden) - <http://google-plus-marketing.nl/google-plus-handleiding-inhoudsopgave/>
- Tips voor gebruik - <http://www.steamfeed.com/smart-google-strategies-grow-online-community/>
- Google+ Tools - <http://www.socialmediaexaminer.com/3-google-plus-marketing-tools/>
- Starten met Google+ handleiding van Google zelf - [http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en/us/+/business/brands/assets/getstarted\\_guide.pdf](http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en/us/+/business/brands/assets/getstarted_guide.pdf)
- Online check van je G+ pagina en tips om ze op te lossen - <https://www.steadydemand.com/Google-Plus-Brand-Audit-Tool.php>
- Blog over Google+ en URL tips - <http://www.beeldbedrijf.nl/google-plus-vernieuwt-en-verbetert/>

## Twitter

- Actueel bericht over veranderingen bij Twitter - <http://readwrite.com/2014/03/31/twitter-facebook-obsession-standardization-social-networks>
- Tools om je bezoekers te helpen retweeten - <http://www.socialmediaexaminer.com/5-twitter-tools-to-increase-retweets/>
- Bericht over e-book zakelijk twitteren - <http://www.42bis.nl/2014/03/zakelijk-twitteren-voor-gevorderden-en-dat-60-minuten/>
- Bericht ter inspiratie en meer over etiquette - <http://www.anneraaymakers.nl/2012/04/26/50-tips-voor-zakelijk-twitteren/>
- Infographic en tips voor het schrijven van je tweets - <http://www.beeldbedrijf.nl/tips-om-twitter-beter-te-gebruiken/>

## LinkedIn

- Recent eigen artikel over wijzigingen en LinkedIn tips - <http://www.beeldbedrijf.nl/linkedin-tips/>

- 10 verbeteringen voor LinkedIn bedrijfspagina's - <http://www.socialmediaexaminer.com/make-linkedin-company-page-useful/>
- Over het optimaliseren van LinkedIn bedrijfspagina - <http://www.searchenginejournal.com/optimize-business-linkedin-page-8-easy-steps/95317/>

## **Pinterest**

- Infographic over Pinterest gebruikers en gedrag - [http://www.socialmediasocialmedia.nl/strategie\\_nieuws/infographic-jouw-pinterest-engagement-vergroten/](http://www.socialmediasocialmedia.nl/strategie_nieuws/infographic-jouw-pinterest-engagement-vergroten/)
- Verificatie van je website bij Pinterest (eenvoudige handleiding) - <http://www.suzannewartenbergh.com/2012/11/verifieer-je-website-op-pinterest/>

## **Online tools voor social media management**

### ***Delen & bewaren***

Scoop.it - <http://www.scoop.it/>  
 Buffer – <https://bufferapp.com/>  
 HootSuite - <https://hootsuite.com/>  
 Friends+Me - <https://friendsplus.me/>  
 Evernote - <https://evernote.com/intl/nl/>  
 ZEEF - <https://zeef.com/>

### ***RSS Readers***

Feedly - <http://feedly.com/>  
 Feedreader - <http://feedreader.com/>  
 Pulse (ook een LinkedIn app) - <https://www.pulse.me/>

### ***Automatiseren***

If This Than That (IFTTT) - <https://ifttt.com/>  
 Jetpack - <http://jetpack.me/> (WordPress)

## **Overige bronnen & links**

- Social media etiquette (begin van een serie) - <http://www.frankwatching.com/archive/2014/03/28/hoe-hoort-het-op-social-media-volgen-contacten-ontvrienden>
- Social media checklist (Buffer blog) - <http://blog.bufferapp.com/social-media-audit>
- Zoeken op social media - <http://www.socialmediaexaminer.com/boolean-search-on-social-media/>
- Social media monitoren met Cyfe - <http://www.cyfe.com/>

- Link verkorten via <http://bit.ly> – gratis service waarmee je ook clicks kunt meten
- Wat is rss? - <http://www.wat-is-een-rss-feed.nl/>

### Tot slot

Het gebruik van deze informatie is helaas geen garantie voor succes, maar dat wens ik je natuurlijk wel!

Momenteel werk ik aan een gratis, uitgebreider e-book over online media marketing. Deze informatie is daar onderdeel van. Het gaat verder in op het gebruiken van internet voor je bedrijf.

Schrijf je op mijn website in voor mijn nieuwsbrief [B-ZINE](#) dan houd ik je op de hoogte en kun je het als eerste downloaden.

Met groet,

Bart van Maanen

E-mail – [bart@beeldbedrijf.nl](mailto:bart@beeldbedrijf.nl)

Mobiel – 06 – 1202 2323

Het Beeldbedrijf maakt verhaal met online media

<http://www.beeldbedrijf.nl/>

het beeldbedrijf 