

SAMENVATTING WORKSHOP INS & OUTS SOCIAL MEDIA

→ Online communicatie

Social Media hebben een belangrijke plek in de communicatie ingenomen. Het is een serieus te nemen communicatiemiddel geworden. Dat dit zover is gekomen heeft onder andere te maken met de komst van internet. Toen is de term online communicatie ontstaan. Een aantal belangrijke ontwikkelingen op gebied van online communicatie zijn:

- **Begin van de 21^e eeuw** was internet niet meer dan een informatiebron. Het **eenzijdig zenden van informatie**. Deze info werd vooral aangebracht door bedrijven, journalisten en auteurs. Communicatie tussen consumenten onderling was toen niet gebruikelijk.
- **Nu is iedereen auteur geworden**. En is er sprake van **interactieve communicatie**. Reageren op artikelen, discussies op fora, de eigen statusupdates. Heel eenvoudig en gewoon.
- **Iedereen is verbonden met internet**, makkelijk, snel, overal, altijd.
- **Het sociale web verbindt mensen met elkaar**. Dit heeft invloed op hoe kopers aankoopbeslissingen nemen. Kopers schrijven feedback over producten en merken. Deze info beïnvloedt het aankoopgedrag van medesurfers. Ze gebruiken de info om hun risico bij aankopen te verminderen, de laagste prijs te vinden en om snel info te vinden. We hebben immers vertrouwen in elkaar.
- **Zo ontstaat de term Peer = klantreacties, zoals op vakantiebsites als zoover**. De consument heeft het meest vertrouwen in een persoon zoals hijzelf, meer nog dan in een dokter, academicus, journalist, directeur of politici! De eerste is voor zijn gevoel een objectieve neutrale bron. Consument neemt de verkooppraatjes met een dikke laag reclame niet meer serieus. Elkaars mening wel.
- Internet is de grootste facilitator van **mond-tot-mond** reclame uit de geschiedenis.
- Er wordt steeds meer naar informatie gezocht bij relevante personen op bijvoorbeeld Fora, Blogs, Facebook, LinkedIn en Twitter dan op google. Dit noemen we **Social Search**. Deze manier van zoeken biedt bovendien de mogelijkheid om vragen te stellen tijdens het zoekproces. Mond tot mond/ aanbevelingen zijn belangrijker geworden dan feiten/ google.
- Andere factor die dit versterkt is de **overkill aan reclame**. Een Amerikaanse consument krijgt per dan 3000 advertenties te zien. Consumenten kunnen die niet allemaal verwerken, dus zoeken ze op een andere manier naar info: bij elkaar.
- De komst van **Mobiele communicatie** (Telefoons met draadloos internet, Smartphone, Iphone, Apps) stelt ons staat altijd en overal verbonden online te zijn. Je kunt op elk moment snel een antwoord krijgen op je vraag. Handig voor bedrijven mee te luisteren en kijken of je ergens met je product op in kan spelen. Of de positieve meningen beïnvloeden. Maar ook gevaarlijk als er iets negatief gebeurt.
- De nieuwe **digitale wereld is transparant**. What you see is what you get. Kan positief uitpakken maar ook negatief. Helaas fouten zijn transparanter dan ooit.
- Belangrijk is om Social Media **te volgen en (goed) te reageren** als je bedrijf of product genoemd wordt.
- **De koper is parttime marketeer**: Door de veel info stijgt de transparantie in de wereld. Ieder burger is ervaringsdeskundige op marketinggebied. Er is daarmee een stijgende macht van consumenten. De consument neemt zelf de touwtjes in handen.

- Doe hier je voordeel mee, werk samen. Maak gebruik van elkaars kennis. Doe je onderzoek en productontwikkeling op basis van wat de consument wil. Sterker nog vraag hem/ haar mee te denken/ ontwikkelen= **Crowdsourcing**. Onderzoek toont aan dat consumenten openstaan om mee te denken. **SAMENWERKEN** is het sleutelwoord. Je hebt een mankracht van 15 miljoen mensen ter beschikking in Nederland.
- Het internet wordt overspoeld met **content, gemaakt door consumenten**. Ook hier geldt dat mensen het leuk vinden om mee te denken. Geld verdienen is daarin niet hun motivatie. Waarom doen ze het dan wel? A graag kennis delen met anderen. B je via een creatieve manier uiten C je persoonlijke imago versterken. Hier ligt ook een kans voor bedrijven. Gebruik maken van content door gebruikers opgesteld: **User Generated Content**.
- **Pull in plaats van pushmarketing**. In plaats van een 'duwende' fabrikant, wordt tegenwoordig door de klant aan het product 'getrokken'.

→ Social Media

Er zijn ontelbaar veel Social Media. De meeste relevante zijn:

- **Sociale Netwerk websites:**
 - Twitter (microblog 140kr, traffic genereren, Personal branding)
 - LinkedIn (digitaal CV, relatiesdatabase, personal branding, new business)
 - Facebook (fanpagina, community, fans betrekken)
 - Hyves (jonge doelgroep, fans betrekken)
 - Google + (variant op Facebook)
 - Foursquare (locatiegericht, horeca)
- **Blog**
- **Wiki's**
- **Slideshare**
- **Flickr/ Picasa**
- **You tube**

→ Gedragsregels Social Media

- Gedraag je sociaal
- Wees authentiek
- Geef meer dan je ontvangt
- Voeg waarde toe
- Luister naar anderen
- Noem bij quotes altijd de bron
- Geef credits en complimenten

→ Goed nu wij!

Iets doen met Social Media? Waarom zou je? En wat kun je ermee?

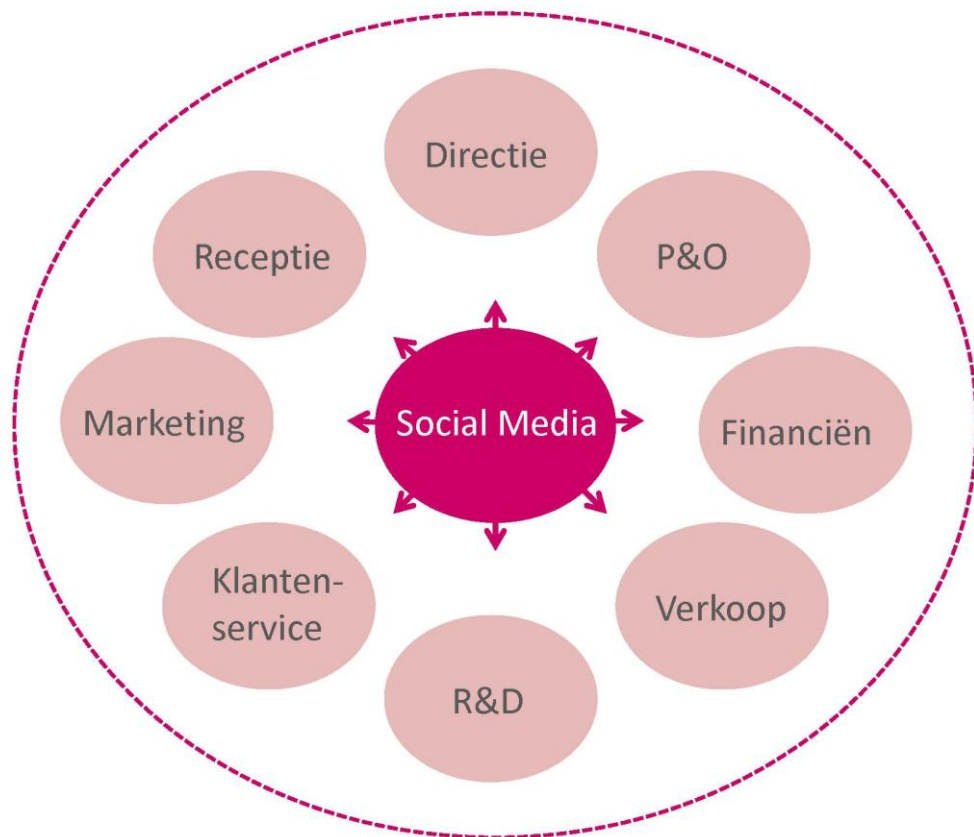
Wie vind je daar?

- Je klanten zijn er;
- Je concurrenten zijn er;
- Je prospects zijn er;
- De klanten van je concurrentie zijn er
- Experts die je kunnen helpen met je vragen en aanbod van informatie
- Inspirerende vakgenoten, leiders, gelijkgestemden

Wat kun je ermee?

- Meer opdrachten binnenhalen
- Bekendheid
- Niet te veel geld uitgeven aan adverteren
- erkend worden als expert in je vakgebied
- tijd & kosten besparen
- Informatie en kennis delen
- Aankondigen nieuwe product, dienst, aanbieding
- Traffic naar je website krijgen
- Free publicity verkrijgen
- Digitale mond-tot- reclame
- Crowdsourcing
- Co-creation

→ Raakvlakken Social Media in bedrijven



→ Waarde/ Inkomsten verhogen door Social Media

- ▶ Online advertenties op Facebook
- ▶ Affiliated deals (goede site is www.clickbank.com)
- ▶ Sponsoring
- ▶ Abonnementen
- ▶ Eigen producten: e-books, e- cursus, e-tips, apps
- ▶ Data verkopen
- ▶ Fiverr.com – e-diensten aanbieden

→ Twitter

Twitter is een online platform waar je korte berichten (een 'tweet') op kunt zetten die niet meer dan 140 karakters bevatten.

→ Kenmerken

- Snel medium, zeer actueel, wat gebeurt er nu!
- 1 miljoen actieve twitteraars in Nederland
- 175 miljoen twitteraccounts wereldwijd

→ Waarom Twitter

- Link/ traffic naar je site
- Nieuwe contacten
- Digitale mond tot mond reclame
- Aanbevelingen werken beste
- Free publicity
- Direct contact met je klant/ doelgroep/ weten wat er speelt
- Tool om in gesprek te gaan met klant
- Delen expertise
- Kennis delen
- Kans om je persoonlijkheid te laten zien, telt mee in keuze, gunning
- Kans om te laten zien dat er een (leuk!) mens achter bedrijf zit
- Aankondigen nieuwe producten, klanten, nieuws
- Op zoek naar informatie
- Op zoek naar meningen
- Op zoek naar diensten
- Kracht van Social Search, vraag levert wie, hoe, wat.. Google alleen lijst aanbieders..
- Klachten opsporen en behandelen
- Transparantie (onbekend maakt onbemind, op site staat ook alles)

→ Praktisch gebruik Twitter

- Twitternaam – gebruikersnaam. Komt prominent in beeld, keuze= belangrijk
 - ▶ Nicknames zijn passé
 - ▶ Gebruik eigen naam of bedrijfsnaam? ZZP eigen naam, twitteraars willen met een persoon te maken hebben niet met een bedrijf of figurant.
- Bio : kort 160 krt (goede kernwoorden, niet te vaag, diensten, zoekwoorden google)
- Geschikte foto bij avatar (geen zonnebril, skibril, vakantiekiekjes)
- Personaliseren achtergrond/ design
- Following – mensen die jij volgt
 - ▶ Volgen is vrij. Is niet zoals bij LinkedIn dat je die persoon wel moet kennen
 - ▶ Volg eerst je eigen kring, netwerk, collega's, concullega,s mensen die je bewonderd, waar je graag mee in contact wil komen, klanten...
 - ▶ Kijk af bij anderen wie volgen zij
 - ▶ Kijk wie je concurrenten volgen je hoeft wel niet 2x uit te vinden
- Followers – mensen die jou volgen
 - ▶ Je following groep gaat je vaak terugvolgen
 - ▶ Ook onbekende zullen zich melden via andermans netwerk
 - ▶ Gebruikelijk om bij elkaar te kijken wie volg jij
- Timeline (vergaarbak jouw tweets en tweets van mensen die je volgt)

- Tweet/ Statusupdates max 140 tekens
Wat doe je, waar ben je, wie zie je, wat lees je, wat leer je, wat denk je, wat wil je..
- @ mentions (@vooraan zie alleen mensen die jou en de @persoon volgen, in midden of iets dan zien alle mensen die jouw volgen het)
- DM - Persoonlijk bericht)
- RT - Doorsturen van andermans tweet naar jouw netwerk
- # - Zoekterm aangeven
 - ▶ Zoekterm terugvinden #netwerkvizi
 - ▶ Ook wel iets te benadrukken. Vaak een opmerking tussen de regels, een grap of een nadere uitleg. Bijvoorbeeld:
Op weg naar een netwerkontbijt #nogevenwakkerworden
- Trendic topic, onderwerp waar veel over getwitterd wordt
- Lijsten (tool in twitter om je subgroepen te maken van mensen die je volgt)
- Meten (twitteranalyzer.com, friendorfollow.com, Qwitter.com, tweeteffect.com)
- Tweetdeck – tool om twitter mee te managen
- Hootsuite.com tool/ dashboard van al je SM

→ Twitter etiquette

Do's:

- Houd het gezellig, geen harde kritiek of vloeken
- Niet twoddelen
- Niet liegen, werkt niet, transparant
- Geen platte reclame maken, alleen heel subtiel
- Aanbevelingen
- Complimenteren
- Verbinden
- Koppelen
- Delen
- Linksharing
- ReTweet is prima. Zorg er wel voor dat je tweets niet allemaal uit RT's bestaan. Voeg wel zelf waarde toe anders is jouw waarde beperkt
- Bedank anderen die jouw content RT'en
- Niet pushen: niet iedere keer je product of dienst proberen te verkopen
- Volledig profiel
- Volgen is vrij
- Ontvolgen mag ook

Don'ts:

Top 10 Twitter irritaties:

1. Melden hoeveel volgers je hebt
2. Automatische DM's met: 'Bedankt dat je me volgt....'
3. Slotjes op profiel
4. Massale goedemorgen/middag/avond-tweets
5. Onzinnig gebruik van #durftevragen zoals: 'wat zal ik op mijn brood doen, jam of kaas?'
6. Twifficiency-tweets en spam-API's
7. Twitteraars die je gaan volgen en als je niet binnen een dag terugvolgt ontvolgen
8. Iemand die zo'n opsomtweet met o.a. zijn eigen naam weer RT
9. Mensen zonder avatar/ foto
10. Woorden zo verbasteren dat ze speciaal voor Twitter zijn, zoals #twexit en #twirritatie

(Bron twitter irritaties: marketingfacts.nl)