

Aan de slag met **social media!**

Vijftien jaar geleden sprak niemand erover, maar nu is social media niet meer weg te denken als we het hebben over communicatie. Bijna alle organisaties zijn tegenwoordig via een website op het internet te vinden. Aan het belang van een goede website twijfel niemand. Of je je als organisatie actief met social media moet bezig houden, daarover zijn de meningen verdeeld. Wat is het belang? Kost het niet te veel tijd? Is het wel iets voor ons?

Wat zijn social media?

Social media is een verzamelnaam voor online platformen waar gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Interactie en dialoog tussen de gebruikers zijn de kernbegrippen van social media. Mensen delen video's, foto's en persoonlijke berichtjes via facebook.



Wat feiten op een rijtje

Enkele conclusies uit het social mediaonderzoek van onderzoeksbureau Newcom Research

- Facebook kende in 2016 6,8 miljoen dagelijkse gebruikers.
- 1,3 Miljoen mensen maken iedere dag gebruik van YouTube,
- 1,2 Miljoen mensen is dagelijks op Google+ te vinden
- 0.3 Miljoen mensen brengen iedere dag een bezoek aan LinkedIn
- 0,9 Miljoen mensen twittert iedere dag.

Uit bovengenoemd onderzoek wordt verder duidelijk dat

- Whatsapp het grootste platform is in 2016 en dat Facebook en YouTube blijven groeien;
- Facebook vooral onder ouderen groeit, de daling onder jongeren stabiliseert in 2016;
- LinkedIn groeit in aantal gebruikers, maar dat het dagelijks gebruik afneemt;
- Instagram en Pinterest blijven groeien en vooral populair zijn onder jongeren;
- het gebruik van social media blijft stijgen en dat de zorgen om privacy zijn hoog.
- de social media gebruiker vaak tussen de 40-64 jaar is en hoog opgeleid.

Met bovenstaande cijfers in uw achterhoofd, kunt u zich voorstellen dat het belangrijk is om na te denken hoe uw organisatie zich kan presenteren op social media. Social media bieden een prachtige kans om met mensen in gesprek te gaan. Of je nu meer naamsbekendheid wilt krijgen of te weten wilt komen wat bezoekers van uw inloophuis vinden, social media bieden een mogelijkheid om heel direct met bezoekers, vrijwilligers en betrokkenen te communiceren.

De relatie, de contacten tussen mensen zijn de motor van alle social media platforms. Het feit dat ik als Facebook-gebruiker vrienden heb, is interessant. Nog veel interessanter is het dat mijn vrienden ook weer vrienden hebben. Zo verspreidt de informatie zich op den duur als een olievlek over het internet.

Aan de slag

Om tot een goede afweging te komen welke social media voor uw organisatie belangrijk zouden kunnen zijn en hoe u die vervolgens kunt inzetten is het goed om van te voren over een aantal zaken na te denken.

Stap 1 Wie bent u?

Wie met social media aan de slag wil, moet bij zichzelf beginnen. Waar draait het om in uw organisatie? Probeer dit in een zin te beschrijven. Test deze zin uit op anderen. Verstaan zij uw kernboodschap?

Stap 2 Bepaal je doelen

Waar wilt u social media voor gaan gebruiken? Wilt u bijvoorbeeld meer naamsbekendheid krijgen? Of bent u op zoek naar meer vrijwilligers? Bent u nieuwsgierig naar de bevindingen van uw bezoekers. Ieder doel vraagt om een andere benadering.

Stap 3 Bepaal je doelgroep

Probeer een voorstelling te maken van de mensen die u met uw berichten wilt bereiken. Waar zijn deze mensen te vinden? Van welke platforms maken zij gebruik? Richt u zich bijvoorbeeld op professionals dan is een platform als LinkedIn of Twitter een goede keuze. Vrijwilligers en bezoekers zijn eerder op Facebook te vinden.



Stap 4 Kies uw social media platform

Er zijn veel social media platforms. Iedere dag komen er nieuwe platforms bij. Het is onmogelijk om op alle platforms actief te zijn: dus maak een keuze. Facebook is in veel gevallen een must. Hierop zijn bezoekers en vrijwilligers vaak privé actief. Daarnaast kunnen Twitter of LinkedIn interessant zijn als je professionals wilt bereiken. Wie veel met filmpjes doet, kan terecht op YouTube.

Stap 5 Ontwikkel de content

Content is een mooi woord voor inhoud. Ga aan de slag met de inhoud van je berichten. Wat wil je gaan publiceren? Denk hierbij ook aan beeldmateriaal. Het cliché een foto zegt meer dan duizend woorden gaat zeker op voor social media.

Als het gaat over de inhoud is belangrijk om een planning te maken. Hoe vaak wilt u iets plaatsen? Wanneer gaat u dat plaatsen? Bedenk ook dat je niet alle inhoud zelf hoeft te ontwikkelen. Delen van berichten van andere organisaties is een prima en wordt enorm gewaardeerd.

Stap 6 De interne organisatie

Maak binnen uw organisatie afspraken wie de berichten gaan plaatsen. Zijn er vrijwilligers en/of medewerkers die het leuk vinden om met social media bezig te zijn? Zijn er mensen die graag foto's maken of die leuk schrijven? Het is handig om meerdere mensen beheerder te maken, zodat de verantwoordelijkheid voor het bijhouden gedeeld kan worden. Zorg ook dat er mensen zijn die eventuele reacties op berichten in de gaten houden en als het nodig is reageren op deze berichtjes.

Het is mogelijk om berichten vooruit te plannen zodat je van te voren kunt bepalen wanneer uw bericht online verschijnt.



Stap 7 Begin en stel bij

Ga aan de slag. Maak een profiel voor uw organisatie aan op het platform van uw keuze. Plaats uw eerste berichten op Facebook, Twitter of ander platform. Vraag of bezoekers en vrijwilligers of ze uw organisatie op social media willen volgen. Houd bij op welke berichten het goed doen. Kijk na een paar weken terug op en stel eventueel je manier van werken bij.

Succes en tot op

Verder lezen

Een handig boekje over social media strategie is Sociale media strategie in 60 minuten van Jarno Duursma, 2013

Over ieder platform zijn de nodige boeken of online handleidingen te vinden.

