

Social media marketing

Zie je door de bomen het bos niet meer?



Dit E-Boek gets you on top!

Voorwoord

Veel mensen in het bedrijfsleven weten dat zij iets met Social Media moeten doen maar weten niet hoe zij een effectieve Social media campagne opstarten en onderhouden. De drempel is te hoog doordat men er weinig verstand van heeft en aanneemt dat het een tijdrovende aangelegenheid is.

Juist voor deze mensen is dit E-Boek geschreven. Na het lezen van dit E-Boek ben je op de hoogte van de meest gebruikelijke Social media kanalen en heb je handvatten om jouw Social media campagne in slechts 15 minuten per dag actief en effectief te houden. Begin er vandaag nog mee en get yourself on top!

Met vriendelijke groet,

Bobby Hasebos

Click to Business

Inhoud

Social media uitgelicht.....	4
Facebook.....	4
Facebook vocabulaire	4
Facebookstatistieken	5
Twitter	6
Twitter vocabulaire.....	6
Handige Twitterprogramma's	7
LinkedIn.....	8
Google Plus	9
Actieve Social media campagne	10
Koppelen van verschillende Social media accounts	10
Social media overzichtelijk houden.....	10
Online uitingen	10
Inhoud Tweets	10
Inhoud Facebook uitingen	11
Verhogen online naamsbekendheid	12
Twitter	12
Facebook.....	12
LinkedIn	12
Zoekmachine optimalisatie en Social media marketing	13
Conclusie	14

Social media uitgelicht

Tegenwoordig wordt Social media zakelijk veel gebruikt. In Nederland zijn Facebook, Twitter en LinkedIn de meest gebruikte Social media kanalen. Google + en YouTube worden in Amerika zeer veel gebruikt en zijn ook in Nederland in aantocht. De Social media kanalen uitgelicht.

Facebook

Facebook heeft op zakelijk gebied als persoonlijk gebied de afgelopen jaren een grote groei gemaakt. Het is met afstand het meest gebruikte Social medium ter wereld. Alleen in Rusland en China domineren lokale Sociale netwerken nog wel dominant.



Op een gemiddelde dag delen Facebookgebruikers samen meer dan 6 miljard likes, uploaden 350 miljoen foto's en versturen 10 miljard Facebookberichten. De like- en shareknoppen worden dagelijks meer dan 22 miljard keer getoond op 7,5 miljoen websites. In januari maakte Mark Zuckerberg bekend dat het gebruik van Facebook Messenger de afgelopen maanden is gegroeid met 70 procent. Exacte gebruikerscijfers noemde hij echter niet. Inmiddels zijn er meer dan 500 miljoen leden die Facebook Groups gebruiken.

In Nederland zijn er 9 miljoen geregistreerde Facebook-accounts. Ondanks berichten van afnemend gebruik was het bezoek aan Facebook nog nooit zo hoog als de laatste maanden van 2013. In het laatste kwartaal trok het platform zo'n 9,7 tot 9,8 miljoen Nederlandse bezoekers.

Wat kan een bedrijf met Facebook?

Met een Facebook pagina kan men nieuwsberichten plaatsen, acties promoten en het contact met de klant behouden. Dit is waar bedrijven Facebook vooral voor gebruiken; het onderhouden van het contact met de klanten. Hierbij kunnen bedrijven er voor zorgen dat (potentiële) klanten het bedrijf leren kennen. Maak hierbij een koppeling naar de eigen website. Dit creëert interactie en contact met de bezoekers in vele opzichten.

Om Facebook als marketingtool te gebruiken, dient het profiel actief te houden met interessante informatie over de organisatie, branche of acties. Het is daarbij van belang om constant op zoek te gaan naar nieuwe fans. (Zie het hoofdstuk over de Social media campagne.)

Facebook vocabulaire

Fan

Facebook gebruikers die een pagina of organisatie leuk vinden

Friend/vriend

Een persoonlijke connectie op Facebook

Group/groep

Een groep Facebook gebruikers met dezelfde interesse.

Like(s)/vind ik leuks

Op Facebook kan men berichten, pagina's, gebruikers leuk vinden door op de "vind ik leuk" button te drukken. Op websitepagina's kan men de inhoud leuk interessant vinden door op de "vind ik leuk" button te drukken.

Netwerk

Een groep van Facebook gebruikers die op dezelfde school/werk en dergelijke hebben gezeten of zitten.

Pagina

Een officiële pagina van publieke figuren, artiesten, bands, bedrijven, plaatsen, entertainment, merken of producten om informatie te delen en communiceren met fans op Facebook.

Profiel

Een pagina voor individuen om informatie te delen en te communiceren met vrienden en organisaties op Facebook.

Startpagina

Een paginaoverzicht waar men recente uitingen van eigen vrienden kunt vinden.

Wall

De kern van een profiel of pagina waar men zich uit. Dit kunnen geposte items (bijvoorbeeld status updates) en de recente activiteiten zijn (bijvoorbeeld het fan worden van een pagina).

Facebookstatistieken**Zien hoeveel mensen jouw website leuk vinden**

www.facebook.com/insights

Twitter

Twitter wordt veel gebruikt door zowel consumenten als bedrijven. Het inmiddels 7 jaar oude microblog Twitter is het afgelopen jaar, als eerste bedrijf in de geschiedenis dat nog nooit winst heeft gemaakt, naar de beurs gegaan. Op Twitter zijn er meer dan 923 miljoen geregistreerde Twitteraccounts. Zo'n 241 accounts zijn hiervan maandelijks actief. Van deze groep verstuurt zo'n 60 procent zelf de tweets, 40 procent leest alleen tweets. Twittergebruikers hebben het laatste kwartaal van 2013 148 miljard keer hun timeline opgevraagd.



In Nederland zijn er 5 miljoen geregistreerde accounts, waarvan er 1,3 miljoen maandelijks actief tweeten. Het gebruik van Twitter is dan ook, net als dat voor Facebook gezegd kan worden, relatief stabiel. De website van Twitter wordt maandelijks door 3,9 miljoen Nederlanders bezocht. Wel zijn er signalen dat zowel Twitter als Facebook te maken hebben met jongeren die afhaken.

Wat kan een bedrijf met Twitter?

Met een Twitter profiel kan men anderen laten weten wat jou en de organisatie bezig houdt en natuurlijk kunnen er ook nieuwe klanten mee geworven worden. De kunst is om verkoopsignalen uit andere Twitterberichten (tweets) te halen en daarop in te spelen.

Bijv. Als je een online marketing bureau hebt welke zoekmachine optimalisatie verzorgt dan zijn tweets met vermeldingen over een nieuwe website interessant. Je kan dan daar meteen op inspelen met een tweet als: Mooie en interessante website! Heb je al nagedacht over het beter vindbaar maken van jouw website in de zoekmachines?

Om Twitter als marketingtool te gebruiken dient men het profiel actief te houden met interessante tweets over jouw organisatie, branche of acties. Natuurlijk is het ook van belang om constant op zoek te gaan naar nieuwe relevante volgers. (Zie het hoofdstuk over de Social media campagne.)

Twitter vocabulaire

Tweeten

Boodschappen versturen via Twitter.

Retweet (RT)

Dat is wanneer jij de boodschap van een ander doorzet naar jouw eigen volgers. Mensen retweeten is te doen door een link naast hun boodschap aan te klikken. Die link verschijnt wanneer je met je muis over de tweet gaat.

Trending Topics

De actuele onderwerpen op Twitter die populair zijn en waar dus vaak over wordt getweet.

Timeline

De berichten die je ziet als je inlogt op twitter (berichten van anderen dus).

Followers

De mensen die een Twitteraccount volgen (followen) op Twitter.

@replies (at-replies)

Wanneer men op Twitter direct naar een specifiek persoon wil tweeten, dan doe je dat door het @teken gevolgd door hun username en jouw boodschap. Je kan dat ook doen door op Reply te klikken wanneer je met de muis over de boodschap heen gaat waarop je wilt reageren.

Direct Message of DM

Berichten die alleen degene aan wie je het bericht verzendt kan zien. Privéberichten dus. Je verstuurt deze door je tweet te starten met DM gebruikersnaam en dan je boodschap of linksboven naar privéberichten te gaan en een nieuwe te starten.

Follow Friday

De gewoonte op Twitter om elke vrijdag een lijst door te tweeten van mensen die je volgt waarvan je anderen wilt laten weten dat ze ook interessant zijn voor hen om te volgen. Meedoen aan followfriday doe je door de hashtag #ff of #followfriday op te nemen in de tweet, samen met de namen van Twitteraars die je wilt doorgeven (met het @-teken voor hun naam).

Hashtag

Een hashtag (#) gebruik je om je tweet te kenmerken. Zo kun je met een hashtag duidelijk maken dat je het over een bepaald programma of onderwerp hebt (#dwdd = De wereld draait door) of bijvoorbeeld om een bepaalde toon aan je Tweet te geven:

Bijv. Wat een prachtige dag is het vandaag #regentpijpenstelen

Een woord met een # ervoor wordt automatisch clickable. Klik, et voilà: een hele lijst met tweets waarin de hashtag wordt genoemd.

Handige Twitterprogramma's

Actieve en relevante volgers

Ontvolgen van inactieve/niet relevante accounts:

www.thetwitcleaner.com

Zien wij jou "ontvolgt" heeft

www.Goodbyebuddy.com

Statistieken Twitter

www.twitterstats.com

LinkedIn

LinkedIn wordt zakelijk zeer veel gebruikt. Voor bijna alle organisaties/functionies is een LinkedIn profiel interessant.

LinkedIn begon oorspronkelijk als een openbare cv-site. Afgelopen 2 jaar hebben zij dit het platform flink uitgebreid. De focus op de timeline is vergroot de mogelijkheden voor recruiters, bedrijfspagina's en adverteerders (uitgebreide segmentatie, Sponsored Updates en Content Ads) zijn flink uitgebreid.

In Nederland is de activiteit op LinkedIn flink toegenomen. Per maand heeft LinkedIn dan ook zo'n 4,6 miljoen Nederlandse bezoekers. Wereldwijd wordt het platform maandelijks door 187 miljoen mensen bezocht, waarvan 38 procent vanaf een mobiel apparaat. LinkedIn heeft totaal 277 miljoen gebruikers, waarvan 4,5 miljoen in Nederland. Er zijn 3 miljoen bedrijfspagina's en 2,1 miljoen LinkedIn groepen.

Wat kan een bedrijf met LinkedIn?

- Consultants gebruiken LinkedIn om prospects te benaderen en hun diensten en ervaring te promoten
- B2B Marketeers gebruiken LinkedIn om nieuwe producten of diensten te promoten
- Salesmensen gebruiken LinkedIn om achtergrond informatie van hun prospects te bekijken om zo aanknopingspunten te vinden
- Recruiters gebruiken LinkedIn om hun zakelijke netwerk uit te breiden en potentiële medewerkers te vinden
- Het MKB gebruikt LinkedIn om dichterbij hun klanten te komen en prospects te benaderen
- Grote bedrijven gebruiken LinkedIn als een manier om hun organisatie te positioneren en acties/nieuwe producten te lanceren.

Een LinkedInprofiel als marketingtool gebruiken, werkt anders als Twitter en Facebook. LinkedIn vooral voor het zakelijke gedeelte opgericht. De focus bij Twitter en Facebook ligt meer op het "sociale gedeelte". (Zie het hoofdstuk over de Social media campagne.



Google Plus

Google Plus is de sociale netwerksite van Google zelf. Het afgelopen jaar heeft Google het sociale netwerk Google Plus verder geïntegreerd binnen haar diensten, onder andere in Gmail; de Android Play Store. Ook om op YouTube-video's te reageren moet je over een Google Plus -account beschikken. Google Plus is erg moeilijk te vergelijken met andere social media omdat Google er eigen, ruime, definities van actief gebruik op nahoudt.

Maandelijks zijn er volgens Google 540 miljoen gebruikers actief. Hier kunnen ook meerdere activiteiten onder vallen als met een Google+ -account reageren onder een blog op Blogger of bijvoorbeeld dat iemand een app in de Android Play Store een +1 geeft. Op de timeline alleen zijn er rond de 320 miljoen actieve gebruikers.

Wat kan een bedrijf met Google Plus?

Google Plus is erg interessant voor bedrijven, aangezien Google Plus bijdraagt aan de zoekpositie van jouw site in Google.

- **Vindbaarheid in Google**

In Google Plus is de mogelijkheid aanwezig om een bedrijf +1 te geven. Dit is vergelijkbaar met de Like-knop van Facebook. Hoe meer +1's een bedrijf heeft gekregen, hoe interessanter dit bedrijf en de bijbehorende site voor Google is.

- **Relatie kringen**

In Google Plus bestaat de mogelijkheid om jouw eigen kringen (groepen) in te kunnen delen. Contacten kunnen ingedeeld worden als bijvoorbeeld bestaande klanten, potentiële klanten of klanten die bepaalde acties, nieuwsartikelen of andere berichten niet mogen zien.

- **Lokaal gevonden worden**

Een functionaliteit binnen Google Plus is Google+ Lokaal. Voor bedrijven die lokaal gevonden willen worden is dit ideaal. Op een lokale pagina is informatie neer te zetten over het bedrijf als foto's, video's, nieuws, berichten en meer. Het is een soort bedrijvenpagina. Als je een Google+ Lokaal pagina hebt, word je binnen de Google zoekresultaten weergegeven wanneer potentiële klanten op zoek zijn naar een bepaald lokaal bedrijf.

- **Discussiegroepen**

Op Google zijn erg makkelijk mensen te vinden die dezelfde interesse als jou hebben. Op deze manier start je een online community. Bedrijven en particulieren kunnen met elkaar praten en discussiëren over een bepaald thema.

Google legt met Google+ Communities de nadruk op het samenbrengen van mensen met gemeenschappelijke interesses.

Actieve Social media campagne

Nu je in grote lijnen weet wat LinkedIn, Twitter en Facebook is, volgt nu een uitleg hoe deze Social media kanalen zijn te gebruiken in een Social media campagne.

Koppelen van verschillende Social media accounts

Het is aan te raden om alle Social media accounts aan elkaar te koppelen . Dit bespaart niet alleen tijd maar zo hebben de marketinguitingen direct een groter bereik.

Social media overzichtelijk houden

Tweetdeck is een voorbeeld van een programma om alle Social media te onderhouden. Met Tweetdeck is in een overzichtelijk scherm de updates van jouw vrienden en zakelijke contacten te zien. Met Tweetdeck kunnen al de Facebook-, Twitter- of LinkedIn-accounts geïntegreerd worden. Hierdoor is vanaf één centrale plek (het *Social dashboard*) de updates en ontwikkelingen van relevante contactpersonen te volgen en berichten te posten. Dit kan een flinke tijdbesparing opleveren.



Online uitingen

Je hebt inmiddels een Facebook, Twitter en LinkedIn account. Wellicht heb je al een aantal connecties, maar hoe nu verder? Het is van belang om de profielen interessant te houden voor de lezer en niet alleen maar reclameboodschappen over jouw bedrijf te plaatsen. Een diversiteit aan berichtgevingen is ten eerste aan te raden. Wanneer je LinkedIn en Facebook koppelt aan Twitter zullen de Tweets automatisch op LinkedIn verschijnen.

Inhoud Tweets

Van de Tweets zullen dus verschillende soorten berichten worden gemaakt. Hierbij is te denken aan berichten als:

- Aanbiedingen/acties
- Productnieuws: introducties, verbeteringen, etc.
- Evenementen: beurzen, acties, etc.
 - Links met relevante foto's, filmpjes, artikelen etc
- Bedrijfsnieuws: nieuwe werknemer, project opgeleverd, etc.
- Nieuws uit de branche
- Tips en trucs
- Profileer jezelf als expert op jouw vakgebied
- Start een poll : <http://twtpoll.com/> (is wel betaald)
- Gerichte berichten sturen naar bepaalde Twittervolgers door gebruik te maken van het @gebruikersnaam
- Retweet relevante berichten van anderen door gebruik te maken van de code RT
- Reageer op verkoopsignalen van andere twitteraars. Deze verkoopsignalen zijn eenvoudig te genereren uit Tweetdeck

Probeer elke werkdag de wereld op de hoogte te houden door een Tweet te plaatsen.

Inhoud Facebook uitingen

- Aanbiedingen/acties
- Productnieuws: introducties, verbeteringen, etc.
- Evenementen: beurzen, acties, etc.
 - Links met relevante foto's, filmpjes, artikelen etc
- Bedrijfsnieuws: nieuwe werknemer, project opgeleverd, etc.
- Nieuws uit de branche
- Tips en trucs
- Profileer jezelf als expert op jouw vakgebied
- Wees interactief, grappig en behulpzaam
- Plaats video's
- Plaats een poll
- Creëer een wedstrijd

Probeer minimaal 4 keer per week iets te plaatsen op jouw fanpagina.

Verhogen online naamsbekendheid

Nu je weet hoe je jouw bedrijf moet profileren via de diverse Social media kanalen is het van belang dat de reikwijdte van jouw online uitingen wordt vergroot. Dit wordt verkregen door middel van meer volgers op Twitter, meer connecties op LinkedIn en meer fans op jouw Facebookpagina. Het verkrijgen van nieuwe connecties, fans of volgers kan op diverse manieren. De belangrijkste worden hieronder toegelicht.



Twitter

- Buttons website, e-mail, nieuwsbrieven etc.
- Kijk bij de “ontdekken tool” van Twitter.
 - o Vrienden via e-mail
 - o Wie te volgen (blader door categorieën)
- Vind volgers via zoekwoorden op www.tweepz.com, <https://twitter.com/search-home>
- Volg de volgers/likes van concurrenten
- Volg de volgers van de mensen die jou volgen
- Plaats je profiel in enkele Twitter directories. Sta je vermeld in een dergelijke Twitter directory, dan zijn nieuwe volgers verkrijgen. De volgende directories zijn interessant: www.twellow.com, www.justtweetit.com, www.wefollow.com

Probeer elke week minimaal 50 nieuwe Twitteraars te volgen

Facebook

- Buttons website, e-mail, nieuwsbrieven etc.
- Introduceer nieuwe producten of acties eerst op Facebook en maak dat bekend via e-mail
- Like andere fanpagina's, wellicht “liken” ze terug
- Praat mee op branche gerelateerde pagina's
- Nodig je e-mailcontacten uit
- Deel de pagina met Facebookvrienden

Probeer elke week minimaal 5 fanpagina's te “liken”

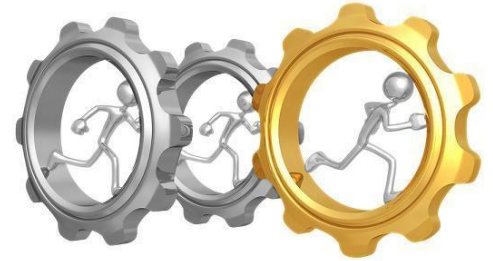
LinkedIn

- Buttons website, e-mail, nieuwsbrieven etc.
- Wordt lid van relevante groepen en praat actief mee over de onderwerpen
- Beantwoord als specialist vragen bij de afdeling “antwoorden” op LinkedIn
- Laat je door je huidige connecties introduceren bij interessante prospects
- LinkedIn toepassingen voor het publiceren van e-books, blogs etc
- Start een poll
- Maak een groep aan met jouw bedrijfsnaam en plaats relevante informatie zoals hierboven beschreven bij de Twitter en Facebook uitingen. Nodig al jouw connecties uit en start discussies.

Maak een stappenplan om elke week bijvoorbeeld 5 connecties te genereren, aan te sluiten bij 3 groepen, een discussie te starten in de aangesloten groepen (tip: probeer een link naar je website te plaatsen of link naar de inschrijfpagina van de nieuwsbrief, te reageren op interessante discussies en 2 vragen te beantwoorden.

Zoekmachine optimalisatie en Social media marketing

Social Media marketing en zoekmachine optimalisatie vallen tegenwoordig vaak samen. Dit wordt ook wel Social SEO genoemd. Social Media marketing is een goede ondersteuning van de zoekmachine optimalisatie. Social Media genereert immers meer verkeer en extra links naar de website. Dit gebeurt op diverse manieren:



1. Wanneer je profielen aanmaakt op Social media kanalen en een link naar jouw website plaatst, genereer je direct een link naar de website.
2. Als men een link plaatst van een artikel, op Facebook, Hyves, Twitter of LinkedIn is er een grotere kans dat dit artikel gezien wordt, dan wanneer men dit door middel van optimalisatie wil realiseren.
3. De tijdsduur die mensen doorbrengen op Social Media platformen zorgt ervoor dat de kans dat jouw link gezien wordt en dat er op geklikt wordt aanzienlijk groter is.
4. Het is belangrijk om jouw Social media profiel ook op jouw website of in een blog te plaatsen. Hierdoor stijgt jouw netwerkprofiel in kracht. Indirect genereert jouw website dan meer vertrouwen van Google.
5. Uit onderzoek van Searchmetrics blijkt dat Facebook en Google Plus een groot aandeel hebben in de zoekmachine optimalisatie. Wanneer jij actief bent op deze pagina's met activiteiten als berichten plaatsen, liken, volgen e.d., zal dit positieve gevolgen hebben voor jouw SEO. Twitter speelt een minder grote rol in vergelijking met Facebook en Google Plus.

Link: http://www.searchmetrics.com/media/documents/knowledge-base/searchmetrics-ranking-factor-study_2014.pdf

Conclusie

Social media marketing is aan te raden voor elke organisatie. Het is van belang om de campagne op de juiste manier op te zetten en deze vervolgens op regelmatige basis te onderhouden. Wanneer je elke dag gemiddeld 15 min aan de Social media campagne besteedt, zal je een steeds groter netwerk creëren en uiteindelijk omzet via de diverse Social media kanalen kunnen genereren. Laat een Social media expert je adviseren en ondersteunen om de campagne tot een succes te maken.

Click to Business kan jou hiermee van dienst zijn. Voor meer informatie verwijst ik je naar www.clicktobusiness.nl/Social-media-marketing. Laat je adviseren in een vrijblijvend gesprek.

Neem snel contact op met info@clicktobusiness.nl and stay connected!

