

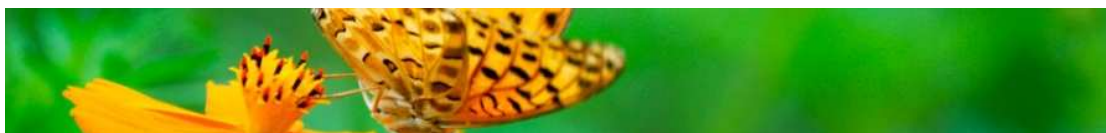


10 GOUDEN REGELS VOOR HET GEBRUIK VAN SOCIAL MEDIA

Zo overtuigt u uw doelgroep wél van de toegevoegde waarde

Auteur: Wendy Appel

Datum: 7 juli 2009



INHOUD

10 gouden regels voor het gebruik van social media	3
<i>Optimaliseer uw social media mix</i>	3
<i>Gouden regels voor het gebruik van social media</i>	4
OnlineResults, bureau voor effectieve online marketing	6
<i>Meer informatie?</i>	6

10 gouden regels voor het gebruik van social media

De meningen van consumenten over de toegevoegde waarde van sociale media zijn verdeeld. Velen vinden dat bedrijven het gebruik ervan te veel hypen, anderen zien weer kansen. En dat terwijl social media volop kansen en voordelen bieden. Dit concludeert OnlineResults uit onlangs uitgevoerd onderzoek. "Met social media krijgt je bedrijf een gezicht, een personality", aldus één van de respondenten.

OnlineResults nodigde - hoe toepasselijk - via Hyves deelnemers uit om hun mening te geven over de toegevoegde waarde van sociale media als Hyves, LinkedIn en Twitter. Hierbij lag de focus vooral op bedrijfsinformatie die via deze kanalen wordt gedeeld. De resultaten van dit onderzoek hebben geleid tot een aantal gouden regels voor het gebruik van social media.

Optimaliseer uw social media mix

De belangrijkste conclusie uit het onderzoek is dat de toegevoegde waarde van social media voor consumenten nog niet voldoende uit de verf komt. Dit hangt samen met het feit dat veel organisaties nog niet goed weten hoe ze sociale netwerken kunnen aanwenden om hun doelgroepen te bedienen. Met andere woorden: hoe ze hun social media mix moeten optimaliseren.

Op basis van de onderzoeksresultaten adviseert OnlineResults organisaties het effect van sociale media op de merkbeleving van hun doelgroepen kritisch te evalueren. Zodat de sociale netwerken uw online reputatie én de conversie via uw website positief beïnvloeden. En daarmee uw online rendement verbeteren.

Bedenk hierbij dat het inzetten van online media relatief goedkoop is. Wat in de huidige economie dus al snel tot een kostenbesparing kan leiden. Niet in de laatste plaats doordat veel van deze media multi-inzetbaar zijn. Twitter is bijvoorbeeld uitermate geschikt om snel aan te haken bij actuele ontwikkelingen, maar ook voor het doen van relevante aanbiedingen. En LinkedIn kan onder meer worden gebruikt voor het plegen van acquisitie en het werven van personeel.

Ook in het licht van de nieuwe e-mailwetgeving, die op 1 oktober 2009 van kracht wordt, kan het gebruik van social media u veel voordelen opleveren. Na 1 oktober mag u immers nieuwsbrieven en dergelijke niet langer meer versturen aan mensen die u vooraf geen toestemming daarvoor hebben verleend. Door het karakter van social media - 'pull' in plaats van 'push' - bieden deze media u een uitstekend alternatief voor de e-mailniewsbrieven.

Gouden regels voor het gebruik van social media

1. Denk vanuit uw doelgroep

Het klinkt misschien als een open deur, maar nog al te vaak wordt er – zowel offline als online – informatie gepusht die een organisatie belangrijk of interessant vindt. Vraag u af of dit strookt met de behoefte van uw doelgroep. Wat verwachten ze van u? Wat voor vragen hebben ze? Welke oplossingen kunt u ze daarvoor bieden?

2. Zorg dat u daadwerkelijk iets te melden hebt

Niets is zo zinloos als berichtjes waar niemand op zit te wachten en die nergens naar verwijzen. Of zoals een deelnemer het verwoordt: "Het zijn teveel berichten van iemand die een kopje koffie drinkt." Zorg daarom dat uw berichten nieuwswaarde hebben voor uw doelgroep.

3. Haak aan bij actuele ontwikkelingen

Social media zijn bij uitstek geschikt om uw visie op bepaalde onderwerpen te verduidelijken. OnlineResults gebruikt bijvoorbeeld Twitter om haar visie op actuele ontwikkelingen over te brengen. Volgers kunnen de berichtjes snel scannen en, indien ze meer willen lezen, gemakkelijk doorklikken naar uitgebreidere informatie op de website.

4. Voeg altijd een link toe naar meer informatie (die uiteraard op uw eigen site staat)

Het gebruik van social media moet er uiteraard toe leiden dat uw online rendement verbetert. Dus de conversie via uw website moet toenemen. Voeg daarom in berichten die u in sociale netwerken publiceert altijd een link toe naar gerelateerde informatie op uw website. Zorg dat mensen die op deze informatie terechtkomen ook direct informatie of een offerte kunnen aanvragen, uw product kunnen bestellen of zich kunnen inschrijven voor uw nieuwsbrief of bijeenkomst.

5. Zorg dat er ook wat te zien is voor mensen die geen account hebben. Maar benadruk wel de voordelen van het lidmaatschap van uw community

Plaats teasers om te zorgen dat mensen lid worden van uw online community. OnlineResults plaatst bijvoorbeeld discussies op LinkedIn, waarvan alleen het onderwerp zichtbaar is voor mensen die niet zijn ingelogd. Mensen die zijn ingelogd en lid zijn van de OnlineResults groep, zien de volledige discussie en kunnen erop reageren.

6. Geef mensen een reden om terug te keren

Bijvoorbeeld door geplande onderzoeken en publicaties aan te kondigen. Een prijsvraag uit te schrijven. En mensen via groepsberichten op de hoogte te houden van nieuwe items.

OnlineResults kondigt via de social media geplande onderzoeken aan en informeert mensen over gepubliceerde resultaten en overig nieuws. Verder worden de panelleden via de panelledenhyve uitgenodigd om mee te doen aan onderzoeken.

7. Stimuleer het 'wij-gevoel'

Zorg dat mensen graag tot uw community willen behoren, er trots op zijn. Geef mensen het gevoel dat ze invloed kunnen uitoefenen op uw bedrijfsstrategie en op de informatie die u via de sociale netwerken beschikbaar stelt. OnlineResults stimuleert haar panelleden bijvoorbeeld via Hyves om mee te denken over interessante onderzoeken door de meest interessante en best uitvoerbare onderzoeksideo's te belonen.

8. Integreer de sociale media in uw totale marketingaanpak. Laat de media onderling naar elkaar verwijzen

Maak van uw website de spil in het marketingweb. Laat alle overige sociale media minimaal naar uw site verwijzen. OnlineResults verwijst in alle media – zowel offline als online – naar haar website. Maar ook zoveel mogelijk naar de andere media, voor zover relevant.

9. Creëer een eenduidig en herkenbaar beeld. Handhaaf zoveel mogelijk uw huisstijl, ook online

Voorzie alle sociale media indien mogelijk van uw logo, zodat mensen u direct herkennen en u snel kunnen vinden. Ook het hanteren van dezelfde schrijfstijl in de diverse media draagt bij aan de herkenbaarheid van uw organisatie.

10. Don't overdo it

Zoals een deelnemer het verwoordde: "Probeer niet geforceerd aan elke trend mee te doen". Zet een sociaal netwerk alleen in als u uw doelgroep daarmee daadwerkelijk toegevoegde waarde kunt bieden. Social media moeten ook bijgehouden worden, weeg deze tijdsinvestering af tegen het verwachte rendement.

OnlineResults, bureau voor effectieve online marketing

OnlineResults helpt u uw online prestaties te verbeteren. Onze expertise op het gebied van online strategie, usability onderzoek, zoekmachinemarketing en content management, zorgt ervoor dat wij u op adequate wijze kunnen helpen bij het effectief inzetten en sturen van al uw online marketing activiteiten. En daardoor het verhogen van uw online rendement.

Meer informatie?

Wilt u meer informatie over dit onderzoek? Wij presenteren de uitgebreide resultaten graag aan u in een persoonlijk gesprek.

Hebt u vragen over social media? Welke invloed ze hebben op de merkbeleving van uw doelgroepen? En hoe uw organisatie deze netwerken op zinvolle en rendabele wijze kan inzetten, zodat ze een positieve bijdrage leveren aan uw online reputatie?

Neem in beide gevallen contact met ons op voor een afspraak. En vraag naar **Wendy Appel**. (tel. 035-538 49 70, e-mail: info@onlineresults.nl).