

Social media & strategie

Gebruik maken van social media is een goede manier om onder de aandacht en in echt contact te komen met jouw doelgroep. Neem mensen mee in jouw merkverhaal en zorg dat ze fan worden in plaats van volger. Elke dag openen mensen over de hele wereld apps waarop ze vrijwillig virtuele etalages van bedrijven bekijken. En het mooiste van social media is dat je zelf kunt bepalen wat er in die etalage staat. Wanneer je weet wat er allemaal in die etalage past, biedt social media zoveel meer functies en mogelijkheden om echt in contact te komen met jouw fans naast dat je reclame maakt.

Ondernemers twijfelen vaak of ze gebruik moeten maken van social media. Je hoort vaak: "We moeten iets met social media doen." Maar wat is iets? Veel bedrijven proberen het wel, maar willen er geen tijd of mensen voor vrijmaken. Janny van de kantine kan het er wel bij doen, want Janny heeft vroeger een zeer succesvol Hyves account over poezen gehad. Dus het rechtsteekse contact met de doelgroep vertrouwen we dan ook wel aan haar toe? De meeste bedrijven die op deze manier in social media stappen houden het niet lang vol. Na enige tijd komen ze tot de conclusie dat social media een monster is geworden dat kostbare tijd opslokt. Er vindt geen interactie plaats met de doelgroep, er is geen inspiratie meer voor interessante posts en het aantal volgers stijgt niet meer. Vervolgens wordt er onterecht de conclusie getrokken dat social media niet geschikt is voor het bedrijf en de markt waarin geopereerd wordt. Zo wordt het volgende bedrijf toegevoegd aan de lijst met best bewaarde geheimen van het land. Gelukkig, want Janny heeft weer volop aandacht voor de kantine.

Het is wel begrijpelijk dat ondernemers er niet aan beginnen. Veel ondernemers zien door de bomen het bos niet meer. Ze verwachten dat er enorme budgetten nodig zijn en er fulltime aan social media gewerkt dient te worden om een sterke identiteit, een goede strategie of een succesvolle campagne neer te zetten.

Wij vertellen hoe je een sterke social media strategie ontwikkelt die aansluit op jouw bedrijfsstrategie. Deze strategie is ook interessant voor kleine ondernemers en ZZP'ers met een beperkt budget. Begin bij het begin en bouw rustig verder aan jouw merk op social media. Wat wij wel alvast kunnen verklappen is dat een sterke aanwezigheid op social media tijd en moeite kost.



Waarom Social media + een strategie

Stel jezelf de vraag waarom juist jij aanwezig wilt zijn op social media. Wat is jouw bedrijfsprobleem en hoe kun je social media inzetten om dit probleem uit de weg te helpen. Door het beantwoorden van deze vraag weet je welke doelen jij hebt op social media. De strategie bestaat vervolgens uit de vraag: Hoe ga ik deze doelen halen. Er kunnen meerdere redenen zijn waarom je als bedrijf gebruik wilt maken van social media. Deze redenen kunnen gerust naast elkaar bestaan.



Wie moet je benaderen op social media?

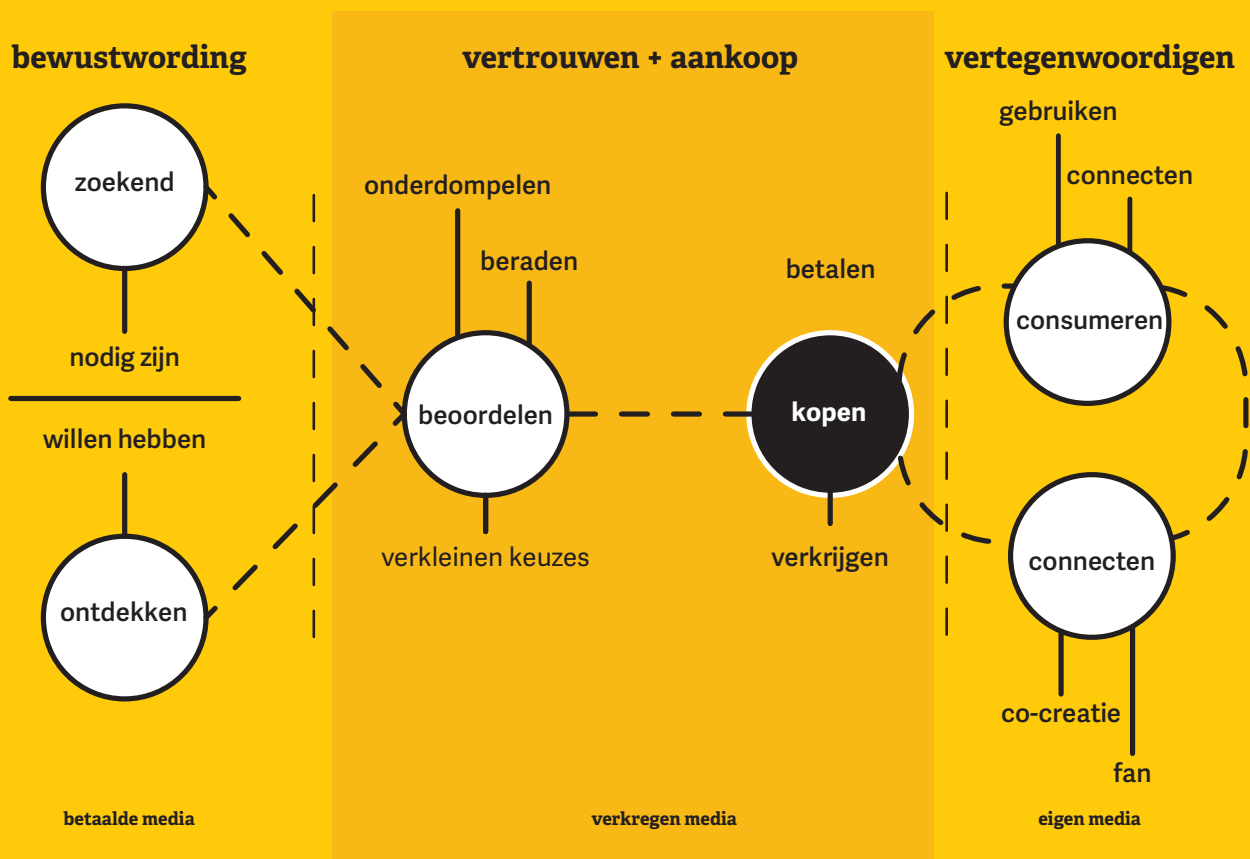
Doe onderzoek naar wie jij wilt benaderen op social media zodat je weet op wie jij, je moet richten. Zo heb je het voordeel dat je fans kunt binden aan jouw merk in plaats van volgers. Fans bieden waarde. Van volgers hoef je 'nog' niks te verwachten. Stel twee tot drie persona's op om jouw doelgroep goed te kunnen definiëren. De persona's zullen verschillende maar ook overlappende interesses hebben. Op overlappende interesses kun je goed inspelen zodat je beide doelgroepen aanspreekt. Door in te spelen op verschillende interesses kun je erachter komen welke doelgroep op welk social media kanaal beter te benaderen is.



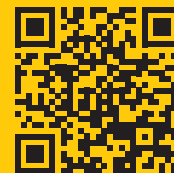
Op welke kanalen zet je in?

Welke kanalen gebruik je om jouw bedrijf en jouw verhaal onder de aandacht te brengen? Kanalen als Facebook en Instagram komen op veel vlakken overeen. LinkedIn richt zich op een zakelijke doelgroep en het relatief nieuwe kanaal TikTok richt zich weer meer op jongeren. Zo heeft elk kanaal zijn eigen sterke punten die je kunt gebruiken om jouw doelen te bereiken. Er zijn erg veel kanalen zoals facebook, instagram en pinterest. Onderzoek ze en maak gebruik van de kanalen die bij jou passen.

Social Impact Model



Model: Kelly Mooney



Wat ga je zeggen en hoe ga je dit doen?

Verkoop vooral jouw boodschap en niet je product. Een boodschap hoort bij jouw merk. De meest bekende boodschap is die van NIKE. JUST DO IT. De volgende vraag is hoe je deze boodschap communiceert. Kies je er voor om alles zakelijk te communiceren of wil je de doelgroep juist op een meer sociale manier benaderen, waarbij bijvoorbeeld een aantal medewerkers reageren als zichzelf. Dit zijn keuzes die jouw merk een bepaald karakter geven op social media. Wanneer je weet hoe je iets wilt zeggen, kun je gaan werken aan welke content je wilt gaan creëren. Creëer content die past bij jouw boodschap en jouw doelgroep en wijk hier niet of nauwelijks vanaf.

Verschillende fasen

Besef goed dat de mensen die jouw kanalen bezoeken allemaal in een andere fase zitten wat betreft de kennis en beslissing over jouw merk of product. Dit is het punt dat de meeste bedrijven op social media vergeten. Ze roepen heel hard hoe goed en betrouwbaar ze zijn en gooien hun producten en advertenties lukraak online met de boodschap KOOP MIJ NU! In de kroeg gebruik je ook niet de openingszin: "Hoi ik ben erg goed en betrouwbaar. Kies mij." Het is zelfs zo dat wanneer je al lang in contact bent met de klant (die inmiddels fan is geworden) je niet hoeft te vertellen dat jij ergens goed in bent. Fans lezen zelf wel tussen de regels door wanneer jij ergens goed in bent. Mooier nog. Ze vertellen aan anderen hoe goed jij bent.

In het bovenstaande Social Impact Model is goed te zien dat er verschillende fasen zijn waarin een klant/fan zich kan bevinden. Het model is op te delen in drie fasen.

bewustwording, vertrouwen + aankoop en vertegenwoordigen. Elke post die jij creëert richt zich op één van de drie fasen en is te koppelen aan jouw boodschap, jouw doelgroep en jouw karakter. Zo kom je telkens een stap dichterbij het creëren van een trouwe schare fans in plaats van een schare volgers.

Wil je deze strategie uitwerken zodat het toepasbaar is op jouw bedrijf? Download het play the social game strategieplan via de QR-code of download het van www.monolith-media.nl ◆