



DIT ZIJN DE SOCIAL MEDIA TRENDS VOOR 2021

Sinds 2020 zijn we massaal online gaan vergaderen en brengen we ook meer tijd op social media door. Volgens diverse experts en onderzoeksbureaus zal dit in 2021 zeker zo blijven. In dit artikel vind je de trends en tips die interessant zijn voor het promoten van je event via social media platforms.

Allereerst duiken we even in de laatste cijfers. Volgens het Nationale Social Media Onderzoek 2021 van onderzoeksbureau Newcom Research & Consultancy, zijn er in Nederland inmiddels 13,7 miljoen gebruikers van social media in de leeftijdscategorie 15 jaar of ouder. Onder deze gebruikers stijgt zowel het aantal gebruikte platforms als het aantal dagelijks gebruikte platforms. Het onderzoek geeft aan dat met name de leeftijdsgroepen 15-19 jaar en 20-39 jaar meer social media platforms zijn gaan gebruiken.

PLATFORMS

Kijken we naar de populariteit van de specifieke platforms, dan is WhatsApp in absolute cijfers het grootste platform met 12,4 miljoen gebruikers in 2021. Daarna volgen Facebook (10,4 miljoen), YouTube (9,1 miljoen), Instagram (5,9 miljoen) en LinkedIn (5,0 miljoen). Binnen de top 5 groeien Instagram en LinkedIn procentueel het hardst. De allergrootste stijger is TikTok. Dit platform ging van 0,7 miljoen gebruikers in 2020 naar 1,7 miljoen dit jaar.

Grootste social media platforms in absolute aantallen in 2021 (Cijfers Nationale Social Media Onderzoek 2021)

1. WhatsApp: 12,4 miljoen
2. Facebook: 10,4 miljoen
3. YouTube: 9,1 miljoen
4. Instagram: 5,9 miljoen
5. LinkedIn: 5,0 miljoen
6. Pinterest: 3,9 miljoen
7. Twitter: 2,9 miljoen
8. Snapchat: 2,6 miljoen
9. TikTok: 1,7 miljoen
10. Tumblr: 0,5 miljoen

DAGELIJKS GEBRUIK

Wat betreft het aantal dagelijkse gebruikers geeft het onderzoek aan dat WhatsApp, YouTube en LinkedIn fors groeien. Verder vermeldt het Nationale Social Media Onderzoek 2021 dat het dagelijks gebruik van TikTok onder jongeren is vervijfvoudigd, maar dat de groei van Instagram bij leeftijdsgroepen onder de veertig jaar nauwelijks nog groeit.

Grootste social media platforms in aantal dagelijkse gebruikers in 2021 (Cijfers Nationale Social Media Onderzoek 2021)

1. WhatsApp: 9,8 miljoen
2. Facebook: 7,3 miljoen
3. Instagram: 3,7 miljoen
4. YouTube: 3,1 miljoen
5. Snapchat: 1,5 miljoen
6. Twitter: 1.226.000
7. LinkedIn: 1.069.000
8. Pinterest: 892.000
9. TikTok: 836.000
10. Tumblr: 266.000

EVENTS PROMOTEN

Een hoger aantal dagelijkse gebruikers van social media platforms betekent dat je via deze kanalen meer potentiële deelnemers voor je event kunt bereiken. In een interview met elf social media experts op Mediaweb.nl geeft Maarten van der Molen van GMU.online aan dat de stijging in het gebruik een uitgelezen kans is om je doelgroep op verschillende social media kanalen te bereiken. Hij raadt aan om ook eens te kijken naar de kanalen waar je zelf in eerste instantie niet aan zou denken. Daarnaast is social media marketing een effectief middel

om contact te houden met je bestaande klanten. Wat betreft de insteek van je post of advertentie raadt Van der Molen aan om vooral inspiratie te bieden.

In onzekere tijden van risicomijdend gedrag is volgens hem inspiratie nodig "om mensen te activeren en nieuwe keuzes te laten maken".

STORYTELLING

Inspiratie bieden is dus de gouden tip. Maar het is natuurlijk ook de kunst om dit op de juiste manier te brengen. Sinds de uitbraak van de coronacrisis ligt de nadruk meer dan ooit op authenticiteit en storytelling. Laat bijvoorbeeld je gastsprekers en partners zoals de locatie en het AV-bedrijf vanuit hun eigen expertise vertellen wat hun bijdrage is aan het grotere geheel. En waarom vonden oud-deelnemers het zo waardevol om vorig jaar erbij te zijn geweest?

"EEN HOGER AANTAL DAGELIJKSE GEBRUIKERS VAN SOCIAL MEDIA PLATFORMS BETEKENT DAT JE VIA DEZE KANALEN MEER POTENTIËLE DEELNEMERS VOOR JE EVENT KUNT BEREIKEN."

Laat vooral hen vertellen waarom jouw event er juist nu toe doet en waarom het de moeite waard is om deel te nemen. Maak duidelijk dat je weet met welke problemen en uitdagingen je deelnemers te maken hebben en waarom jouw event de oplossing biedt.

WELKE VORM?

In welke vorm je die inspirerende content vervolgens giet, hangt allereerst af van de kanalen die je gebruikt. LinkedIn heeft een zakelijk karakter en focust vooral op need-to-know informatie. Dit kanaal leent zich bij uitstek voor het delen van informatie via updates met video of tekst en beeld in je tijdlijn, en wat meer tijdloze achtergrondartikelen die op je eigen pagina zichtbaar blijven. Daarnaast worden er steeds meer tijdelijke foto's en video's gepost via

LinkedIn Stories. Instagram heeft al langer de optie om Stories te maken die na 24 uur weer verdwijnen. Natuurlijk kun je Instagram ook voor video's gebruiken die op je tijdlijn zichtbaar blijven. En vergeet niet waar Instagram bij uitstek geschikt voor is: het overbrengen van sfeer. Post vooral de mooiste sfeerfoto's voor, tijdens en na je event. Hetzelfde geldt voor Facebook.

Beschik je over veel videomateriaal, bijvoorbeeld korte filmpjes van je gastsprekers en andere betrokkenen, dan is het slim om elke video apart naar elk kanaal te uploaden in plaats van deze bijvoorbeeld steeds te embedden vanuit YouTube. Een post op elk kanaal vergroot namelijk de vindbaarheid van je videocontent. Je video's op een eigen bedrijfskanaal op YouTube posten is ook een slimme zet voor de vindbaarheid van je event. YouTube is na Google namelijk de meest gebruikte zoekmachine!

ZET INFLUENCERS IN

Vind je het erg lastig om content te maken of je content bij de juiste doelgroep onder de aandacht te krijgen? Dan kun je overwegen om gebruik te maken van influencer marketing. Binnen de meeting- en eventbranche zijn diverse micro-influencers actief die niet alleen je event kunnen promoten, maar bijvoorbeeld ook kunnen polsen welke onderwerpen er tijdens je event aan bod zouden moeten komen.

Ten slotte is het inzetten van social media voor je event, ongeacht de trends en de kwaliteit van je content, ook gewoon een kwestie van proberen, evalueren en aanpassen. Plaats je posts op verschillende dagen en tijdstippen en houd goed in de gaten wat aanslaat en wat niet. Scoort een bepaald onderwerp of een bepaalde insteek goed, borduur daar dan op verder. En wees niet bang om aandacht op te eisen. Meer gebruikers betekent meer concurrentie om de aandacht van je beoogde deelnemers. Plaats je posts dus meerdere keren. Op de markt is de luidste koopman met de beste boodschap vaak ook de beste verkoper.