

Het nut van social media

De wereld van marketing en communicatie is tegenwoordig onlosmakelijk verbonden met social media. Hier volgen een aantal basisfeiten over de kanalen die onder deze term vallen.



Onder de term social media vallen alle internet-toepassingen die het mogelijk maken om informatie te delen zoals nieuws (nuJII), artikelen (Wikipedia), geluid (YouTube) en beeld (Instagram). De meest bekende vormen van social media zijn de zogenaamde social communities zoals Facebook en LinkedIn. Wikipedia, de bekende website waar iedereen zijn eigen bijdrage kan leveren aan de artikelen, is zelfs de naamgever aan de term wiki's; pagina's die als doel hebben kennis te delen die afkomstig is van zowel deskundigen als niet-deskundigen.

Peers

De essentiële spil van social media zijn de bezoekers van de websites. Zij verzorgen de inhoud door informatie te delen, artikelen te maken of content te uploaden. Dit wordt ook wel User generated content genoemd. Mede door het delen van grote hoeveelheden content ontstaat er een grote mate van interactie. De meeste mensen zijn daarbij op zoek naar soortgelijke mensen met dezelfde normen en waarden, de zogenaamde 'peers'. Met deze 'peers' wordt informatie uitgewisseld en veel gebruikers van social media hechten zelfs meer waarde aan de mening van hun zelfgecreëerde netwerk dan aan die van organisaties of merken. Als er eenmaal voldoende 'peers' binnen een

social media kanaal actief zijn, die dan ook als pioniers functioneren, ontstaat er een sneeuw-baleffect. Steeds meer mensen raken geïnteresseerd in dit kanaal en gaan er actief mee aan de slag. Op die manier hebben bekende social media platforms zoals LinkedIn, Twitter en Facebook hun bekendheid gekregen.

Dialogoog

Binnen social media zijn dus vele groepen mensen gebundeld die voor veel bedrijven een interessante doelgroep kunnen vormen.

Bovendien was het nog niet eerder mogelijk om zonder grote budgetten een dialoog aan te gaan met grote groepen consumenten. Het is voor bedrijven, organisaties en merken de kunst om deel te worden van het 'netwerk' en van de 'peers'. Omdat social media websites vaak heel actueel zijn, kan je meteen achterhalen wat er bij je doelgroep speelt en hoe je daar het beste op in kan haken. Ook is de inhoud makkelijk te delen en te verspreiden binnen het netwerk. Als jouw content de interesses van je netwerk precies weet te raken, kan er zelfs een

buzz plaatsvinden waardoor je een groot publiek kan raken. Bovendien scoren social media ook goed in zoekmachines omdat de

Binnen social media zijn dus vele groepen mensen gebundeld die voor veel bedrijven een interessante doelgroep kunnen vormen.

content vaak door veel mensen is samengesteld waardoor het een relatief objectief en betrouwbaar karakter heeft. De artikelen van Wikipedia zijn hier een goed voorbeeld van. Ten slotte bieden social media en de vele niche-communities die elkaar op deze online kanalen vinden en worden gevormd, ook heel interessante informatie om nicheproducten en diensten te beter promoten onder je doelgroep.

Richtlijnen

Aan social media kleven echter ook een aantal nadelen. Niet alleen een bedrijf of merk kan informatie over zichzelf zenden, consumenten en medewerkers kunnen dit net zo goed, ongeacht of dit positieve of negatieve content is. Een aantal bedrijven is bijvoorbeeld al slachtoffer geworden van geruchten die via social media zijn verspreid en die door het viral effect in korte tijd een grote groep gebruikers - hun doelgroep - bereikten. Om die reden zetten steeds meer bedrijven social media richtlijnen op voor hun medewerkers waarmee uitingen in zakelijk verband aan regels worden gebonden. De nadelen van social media wegen echter niet op tegen de winst die ermee kan worden gehaald op het gebied van marktonderzoek en naamsbekendheid. Niet voor niets gaan steeds meer bedrijven aan de slag met social media binnen hun PR en relatiemarketing. ■

Bron: www.social-media.nl

MAAK VAN UW KLANTEN UW AMBASSADEURS HAAL MEER UIT SOCIAL MEDIA!

Uw klanten als ambassadeurs zijn het meest effectieve marketing- en saleskanaal dat u zich kunt wensen. Rivierenland Business organiseert in samenwerking met Marjolein Bongers van House of Social Media de trainingen Facebook 4 Business, Twitter 4 Business en LinkedIn 4 Business. Tijdens deze interactieve bijeenkomsten leert u hoe u op een effectieve manier onder de aandacht van uw doelgroep komt en hoe u social media in kunt zetten als marketinginstrument.

Na afloop van de training ontvangt u een certificaat en kunt u zelf aan de slag!

Deelname kost 180 euro (excl BTW) per training. Aan elke training nemen minimaal 8, maximaal 12 deelnemers deel (vol=vol). Voor de training dient u zelf een laptop mee te nemen (gelieve geen iPad) en vooraf een desbetreffend profiel te hebben aangemaakt. Indien u nog geen Fanpage heeft, kan er een handeling toegestuurd worden. Hiervoor kunt u een mail sturen naar marjolein@houseofsocialmedia.nl.

U kunt zich aanmelden via www.rivierenlandbusiness.nl. U ontvangt dan een bevestiging van deelname. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Van Munster Media op telefoonnummer 024-3501352.



Hotel / Restaurant van Balveren te Echteld:
Facebook 4 Business: **06 mei 09.30 - 12.30**
Twitter 4 Business: **06 mei 13.30 - 16.30**

Grand Athina te Leerdam:
LinkedIn 4 Business: **08 mei 09.30 - 12.30**

RIVIERENLAND
BUSINESS[®]

HOUSE OF
SOCIAL MEDIA