



## ➔ Samen voor de klant

### ➔ Tips en tools - Sociale media

Het gebruik van sociale media is geen doel op zich. Sociale media zijn een middel om een netwerk te creëren, traffic te genereren naar de website, als wervingsinstrument, om ideeën te testen en antwoord te krijgen op vragen. Op sociale media vormen zich communities rondom gelijke interesses. Sociale media gaat om personen, persoonlijk contact en verbinden. Facebook, Instagram, Twitter en LinkedIn zijn uitstekende kanalen om het verhaal onder de aandacht te brengen bij een groot publiek.

Navigeer snel door gebruik te maken van onderstaande links.

- [Maak een plan per kanaal](#)
- [Algemene tips voor sociale media](#)
- [Tips voor Twitter](#)
- [Tips voor Facebook](#)
- [Tips voor Instagram](#)

### Maak een plan per kanaal

De verschillende sociale media vragen een verschillende aanpak, omdat de doelgroep steeds anders is.

Op Twitter zitten vooral journalisten, communicatiemedewerkers en politici, maar ook werkgevers en werknemers. Het is verstandig om regelmatig iets op Twitter te zetten en de interactie aan te gaan door bedrijven en organisaties te taggen en foto's te plaatsen. Twitter-berichten die beeld bevatten hebben een hogere interactie. Omdat Twitter-berichten relatief kort zijn, kan er voor meer informatie worden doorverwezen naar de website. Zie ook het onderdeel tips voor Twitter [hier](#).

Facebook is het grootste sociale media-platform waar u een breed publiek kunt bereiken. Daarnaast heeft Facebook uitgebreide advertentiemogelijkheden waarbij u specifieke doelgroepen kunt kiezen met betrekking tot onder andere leeftijd, locatie en interesses. Er kan behalve een breed publiek, desgewenst ook een heel specifiek publiek worden bereikt, zoals werkgevers die actief zijn in een bepaalde regio. Zie ook het onderdeel tips voor Facebook [hier](#). Let op: Facebook is een relatief informeel medium, mogelijk interessanter voor werkzoekenden dan voor werkgevers. Onderzoek dus eerst hoe relevant een kanaal in jouw regio is.

Instagram is een sociaal medium dat draait om beeld: foto's en video's. Het is alleen zinvol een Instagram-pagina te hebben als u voldoende beeld tot uw beschikking hebt. Het publiek van Instagram bestaat voornamelijk uit jongere mensen. Een foto online zetten inclusief geschikte hashtags kost niet veel tijd. Echter, alleen als u regelmatig actief bent en foto's van andere mensen liket, groeit het bereik. Zie ook onderdeel tips voor Instagram [hier](#).

Veel werkgevers en werknemers zijn actief op LinkedIn, een zakelijk netwerk dat voornamelijk gericht is op netwerken. Binnen die context past berichtgeving over de dienstverlening van het WSP voor werkgevers in de regio, met voorbeelden van werkgevers die voorgingen, aankondigingen van events of het delen van nieuws. Waar gebruikers op LinkedIn behoefte aan hebben, zijn praktische tips over bijvoorbeeld regelgeving en hoe daar als werkgever gebruik van kan worden gemaakt.

## Algemene tips voor sociale media

Het gebruik van sociale media is aan te raden als u een eigen boodschap wilt verspreiden en een community wil opbouwen. Waar moet op worden gelet met sociale media? Een aantal algemene tips op een rij:

- Wek interesse. Mensen zien op sociale media dagelijks honderden dingen voorbij komen. Zorg dat u de interesse van de lezer in één oogopslag pakt - bijvoorbeeld met een pakkende tekst en relevant beeldmateriaal.
- Houd het kort. Mensen hebben een korte aandachtsspanne op sociale media en hebben vaak geen tijd (of zin) om een langer verhaal te lezen. Vertel het verhaal zo duidelijk en beknopt mogelijk. Verwijs voor langere verhalen eventueel door naar een website of online video. Houd als vuistregel aan: Twitter heeft 140 tekens (+ beeld), Facebook is het beste met twee tot drie korte zinnen en beeld zoals foto's of video's, op Instagram moet de focus op het beeld liggen en minder op de tekstuele beschrijving eronder en bij LinkedIn is er meer ruimte om een verhaal te vertellen.
- Schrijf voor het publiek. Schrijf wat het publiek interessant vindt. Deel bijvoorbeeld tips of persoonlijke verhalen, verhalen die voor werkgevers of werkzoekenden nuttig of herkenbaar zijn. Dus niet alleen zenden, maar vooral de interactie aangaan met de (kritische) lezer.
- Controleer op type- en spelfouten. Let op taalgebruik: er mogen geen fouten of feitelijke onjuistheden in de teksten staan. Laat een bericht altijd nalezen door een collega voor de post wordt verstuurd.
- Wees actief, maar spammen is verboden. Maak voor het posten van posts op sociale media een contentschema. Dat is een planning waarbij u vooraf bepaalt wat er wanneer online verschijnt. Dat is makkelijk werken en het geeft de mogelijkheid om vooruit te plannen. Daarnaast weet de lezer waar hij aan toe is, als er bijvoorbeeld iedere week op donderdag eenzelfde soort post online verschijnt. Hoe vaak er content moet worden geplaatst, verschilt per platform, maar regelmaat is op elk kanaal van groot belang. Post echter niet te vaak, want dat kan overkomen als spam.
- Wees betrokken en professioneel. Laat zien dat er echt iemand betrokken is bij de community. Beantwoord tijdig vragen van het publiek en ga op een beleefde, professionele manier om met eventuele kritiek. Luisteren en laten zien dat er wordt geluisterd is belangrijk. Stel vragen, ga het gesprek aan en geef uitleg. Worden bepaalde grenzen overschreden, omdat iemand ondanks herhaalde verzoeken negatief blijft en scheldwoorden gebruikt, dan kan er altijd worden besloten om een reactie te verwijderen of om iemand te verbannen. De vuistregel is dat er binnen 24 uur wordt gereageerd op een online reactie. Dit kan ook een procedureel antwoord zijn, als de inhoudelijke reactie meer tijd nodig heeft. Houd de persoon in kwestie op de hoogte als het langer duurt dan verwacht.
- Journalisten lezen mee. Het is niet per se zo dat journalisten alle berichten lezen die online worden gezet, maar de kans bestaat wel. Als ze iets opvalt, schrijven ze er misschien wel over, in positieve of negatieve zin.
- Intern informeren. Stimuleer collega's die ook actief zijn op sociale media uw berichten te delen. Informeer ze daarom als u een post online zet. Dit stimuleert de interne betrokkenheid en het trotse gevoel.

## Tips voor Twitter

Mensen die een Twitter-account volgen, kunnen in hun feed posts van dat account tegenkomen. Op Twitter.com staat een uitleg hoe een account [moet worden aangemaakt \(https://support.twitter.com/articles/100990\)](https://support.twitter.com/articles/100990). Hoe moet Twitter worden gebruikt? Een aantal tips op een rij:

- **Publiek.** Op Twitter zit over het algemeen een wat ouder publiek. Daarnaast is het belangrijk om te weten dat er veel journalisten op zitten. De (groot)gebruikers bestaan verder voornamelijk uit mensen uit de werelden van communicatie en politiek.
- **Berichten.** Een bericht op Twitter is heel kort: 140 tekens. Berichten worden getoond aan de mensen die het account volgen op Twitter, maar ze zijn in principe leesbaar voor iedereen (ook voor journalisten). Twitter is bij uitstek een medium waarbij u niet alleen zendt, maar ook reageert op anderen.
- **Privéberichten.** Via privéberichten kan er direct met een ander worden gecommuniceerd zonder dat andere mensen kunnen meekijken. Omdat veel journalisten op Twitter zitten, kan er makkelijk met hen op die manier worden gecommuniceerd om aandacht te vragen voor een verhaal.
- **Hoe vaak?** Sommige mensen op Twitter plaatsen tientallen berichtjes per dag en zijn zeer actief in de community. Ze hebben overal een mening over en bemoeien zich graag overal mee. Het is in de regel verstandig om minstens een aantal keer per week iets te twitteren. U kunt mensen en bedrijven taggen om ze aan te spreken, om ze mee te nemen in een verhaal of om iets bekend te maken.
- **Hashtags.** Ook is het belangrijk om een hashtag te gebruiken of meerdere hashtags. Als mensen dan bijvoorbeeld zoeken op 'werk' en u gebruikt een hashtag als #werk, dan verschijnen ook uw tweets met betrekking tot dit onderwerp. Maar ook hashtags voor plaatsnamen zijn een goede toevoeging.

## Tips voor Facebook

Mensen die een pagina een like geven, kunnen updates van die pagina krijgen in hun nieuwsfeed op Facebook. Op Facebook.com staat een uitleg [hoe een pagina moet worden aangemaakt \(https://www.facebook.com/help/104002523024878\)](https://www.facebook.com/help/104002523024878). Hoe moet Facebook worden gebruikt? Een aantal tips op een rij:

- **Publiek.** Facebook is het grootste sociale media-platform waar een breed publiek kan worden bereikt. Daarnaast heeft Facebook uitgebreide advertentiemogelijkheden waarbij er specifieke doelgroepen kunnen worden gekozen met betrekking tot onder andere leeftijd, locatie en interesses. Er kan behalve een breed publiek, desgewenst ook een heel specifiek publiek worden bereikt, zoals werkgevers die actief zijn in een bepaalde regio.
- **Foto's en video's.** Facebook is erg geschikt voor foto's en korte filmpjes van een minuut tot anderhalve minuut, met name als ze op Facebook zelf worden geüpload en niet een link naar buiten zijn, bijvoorbeeld naar YouTube. Dat heeft te maken met het algoritme van Facebook dat bepaalt wat de gebruiker te zien krijgt. Het algoritme geeft de voorkeur aan materiaal dat binnen de omgeving van Facebook te zien is.
- **Deelbaar.** Mensen kunnen verhalen die zij interessant vinden makkelijk delen met hun vrienden of op hun timeline. Door hierop in te spelen met nuttige, interessante en herkenbare informatie kan het publiek worden vergroot en de community groeien.
- **Hoe vaak?** Hoe vaak u iets moet posten hangt af van het doel en de beschikbare tijd. Dit kan dagelijks zijn, maar ook

twee à drie keer in de week. Regelmaat is belangrijk, dus probeer te posten op vaste dagen.

## Tips voor Instagram

Mensen die een Instagram-account volgen, kunnen in hun feed posts van dat account tegenkomen. Op Instagram.com staat een uitleg hoe een account [moet worden aangemaakt](https://help.instagram.com/155940534568753) (<https://help.instagram.com/155940534568753>). Hoe moet Instagram worden gebruikt? Een aantal tips op een rij:

- **Publiek.** Instagram is met name een populair kanaal onder jongeren, twintigers en dertigers.
- **Beeldmateriaal.** Voor Instagram is een regelmatige stroom van goed beeldmateriaal onmisbaar. Is dat er niet? Dan is het beter om te kiezen voor Facebook en/of Twitter. Er kan voor worden gekozen om een persoonlijk verhaal via Instagram te vertellen in meerdere posts, mits er goed beeld is.
- **Houd het kort.** Instagram is snel, snel, snel. Een filmpje van anderhalve minuut is op Facebook nog wel gebruikelijk, maar op Instagram is 20 seconden aan de lange kant.
- **Instagram Stories.** Behalve de normale posts, is er nog een manier om content te delen: Instagram Stories. Deze Stories zijn 24 uur lang zichtbaar en verdwijnen daarna; een uitstekende manier om bonuscontent te delen. Sinds kort is het daarnaast mogelijk om te livestreamen.
- **Hoe vaak?** Niet vaker dan één à twee per dag, maar minstens twee à drie per week is een goede leidraad. Ook is het belangrijk om een hashtag te gebruiken of meerdere hashtags. Als mensen dan bijvoorbeeld zoeken op 'werk' en u gebruikt een hashtag als #werk, dan verschijnen ook uw tweets met betrekking tot dit onderwerp. Maar ook hashtags voor plaatsnamen zijn een goede toevoeging.