

# SOCIAL MEDIA OPTIMAAL BENUTTEN

---

WHITEPAPER  
DRENDABEL



# GEEN VERTROUWEN

=

# GEEN VERKOOP

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke wijze dan ook zonder schriftelijke toestemming van Drendabel en/of Fennard Drenth. Alle rechten voorbehouden.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan Drendabel en/of Fennard Drenth niet aansprakelijk worden gesteld voor eventuele fouten of onvolkomenheden.

Het team van Drendabel heeft inmiddels ruim 17 jaar ervaring opgedaan in de wereld van de marketing. Social media als tool om de interactie met de doelgroep aan te gaan, de naamsbekendheid te vergroten en meer klanten te genereren.

**Drendabel**

Boscheweg 63  
52 81 AH Boxtel

0411 - 676 955

[info@drendabel.nl](mailto:info@drendabel.nl)

# VOORDELEN SOCIAL MEDIA

## **Relatief lage kosten**

Het gebruik van social media platformen is gratis. Het is bij enkele platformen mogelijk te kiezen voor een betaald profiel, waardoor je extra opties en mogelijkheden krijgt. Daarnaast zijn er advertenties mogelijk. Deze kosten uiteraard geld, maar je bepaalt zelf hoe, waaraan én hoeveel budget hieraan wordt besteed.

## **Goed voor zoekmachine marketing**

SEO (Search Engine Optimization) wordt vooral toegepast op websites, maar ook is ook van belang bij social media. Wanneer social media kanalen goed worden ingericht en je zorgt voor een goede content en kernwoorden, dan zorgen deze ervoor dat je door middel van de social media kanalen goed vindbaar bent in Google.

## **Goed om nieuwe diensten en producten te introduceren**

De voordelen van social media samen, maken het een ideaal platform om een nieuw product of dienst te introduceren. Denk maar aan de snelheid, het grote bereik, het sneeuwbaaleffect en de lage kosten.

## **Het sneeuwbaaleffect**

Dit ontstaat doordat veel mensen zich op social media bevinden en social media een gerichte media vorm is. Als een bericht gedeeld wordt en deze wordt opgepakt door de volgers, dan kan een bericht zich razendsnel verspreiden.

## **Social media marketing is meetbaar**

In veel social media platformen zitten statistieken verwerkt. Ook zijn er tools zoals Hootsuite waar je mee kunt meten. Hierdoor krijg je relevante informatie over je doelgroep, waarmee je de social media strategie nog beter kunt af stemmen hierop.

## **Veel gebruikers**

86% van de Nederlanders boven de 15 jaar gebruikt op zijn minst één van de social media platformen. Dit betekent dus dat dit een ideale vijver is om in te vissen.

## **Social media is actueel**

Op social media is het moeilijk om oud nieuws te vinden. Open je een platform zal je direct in de actualiteiten terecht komen. Alles wordt meteen gedeeld op een social media kanaal, waardoor je altijd op de hoogte bent van wat er speelt.

## SOCIAL MEDIA

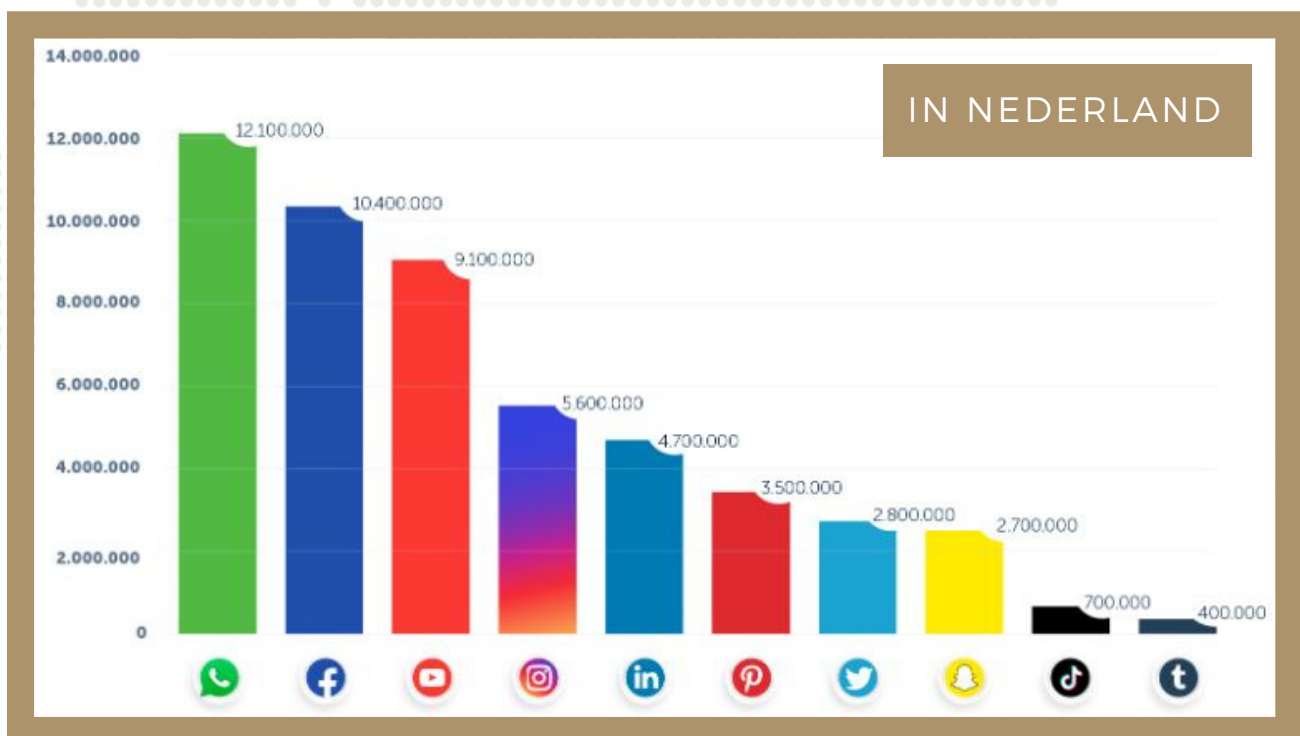
Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA

# CIJFERS & STATISTIEKEN

FACTS &  
FIGURES

In januari 2020 werd het jaarlijkse onderzoek naar het social media gebruik gepubliceerd. Hier vind je alle gegevens die je nodig hebt om een beeld te krijgen van het social media gebruik in Nederland. Als je WhatsApp tot de social media rekent is dit platform ruimschoots het grootst. Maar, doordat het openbare karakter bij WhatsApp ontbreekt wordt dit kanaal meestal niet aangemerkt als social media platform voor bedrijven. Met ruim 10 miljoen gebruikers is Facebook veruit het bekendste kanaal. Hoewel alle social media platformen groeien, zit de grootste stijging dit jaar vooral bij Instagram en nieuwkomer TikTok. Facebook en WhatsApp groeien nog steeds, wel lijken de kanalen langzaam aan het plafond aan te tikken. LinkedIn en Pinterest groeien minder hard.



## SOCIAL MEDIA

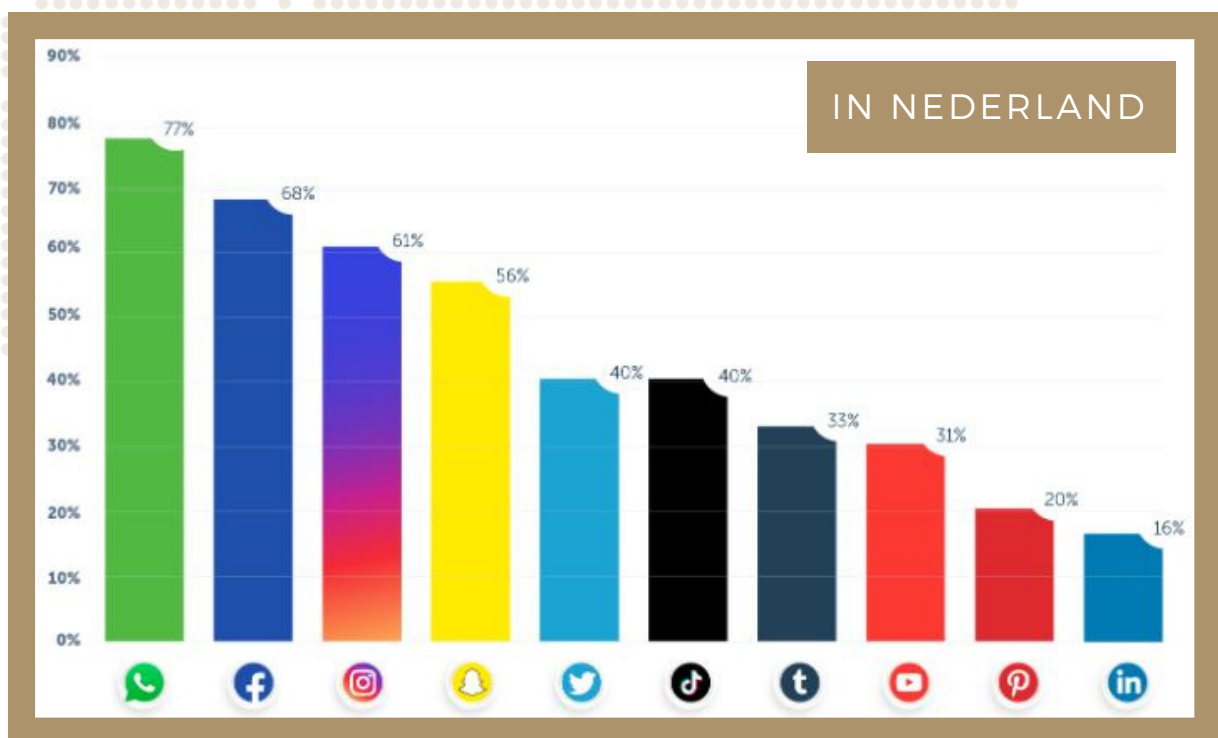
Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA

# CIJFERS & STATISTIEKEN

FACTS &  
FIGURES

Het totaal aantal gebruikers is één ding, maar om ze te kunnen bereiken, moeten ze het platform ook regelmatig gebruiken. WhatsApp en Snapchat hebben relatief veel dagelijkse gebruikers. Een verklaring waarom het ene kanaal meer dagelijkse gebruikers kent, dan het andere, komt vooral doordat sommige platformen een wat specifiekere gebruikswijze kennen. LinkedIn draait om professioneel netwerken, Pinterest wordt vooral gebruikt voor het zoeken naar inspiratie. Platformen als Facebook en Instagram worden veel algemener gebruikt, en zijn daardoor wellicht beter geschikt voor dagelijks gebruik.



## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA STRATEGIE

STRATEGIE  
DOELEN

Een social media strategie klinkt voor veel mensen overbodig. Het is verleidelijk om 'gewoon' met social media te beginnen. Toch is het niet verstandig om zonder uitgedacht plan te starten.

Je bent dan een soort chef-kok die wel de juiste ingrediënten op zijn aanrechtblad heeft, maar alles op goed geluk in zijn braadpan gooit tot er na een uurtje een smakeloze, aangebrande substantie overblijft. Social media zonder strategie is niets meer dan los zand.

Soms wordt aangeraden om gewoon wat te experimenteren, om er zo achter te komen wat het beste werkt, en wat je nou eigenlijk wilt bereiken met social media. Maar wat is er nou op tegen om vooraf te bedenken wat je wilt bereiken, hoe je dat gaat doen en op welke platformen. Hoe zorg je ervoor dat je van social media optimaal gebruik maakt.

Met een strategie hiervoor bepaal je de koers voor de lange termijn. Hiermee bepaal je de algemene richting van je activiteiten. In een social media plan geef je invulling aan deze activiteiten.

## DOELSTELLING SOCIAL MEDIA STRATEGIE

### **Doelgerichtheid**

Een social media strategie helpt je om de focus op je doelen te houden. Het zorgt ervoor dat social media onderdeel wordt van de dagelijkse werkzaamheden en de prioriteit krijgt die het verdient.

### **Efficiëntie**

Een strategie zorgt ervoor dat je je niet met randzaken bezighoudt. Je richt je werkzaamheden op specifieke doelen, publieksgroepen en kanalen.

### **Herkenbaarheid**

Je post niet zomaar losse flodders, maar houd je aan een vastgelegd verhaal. Mensen weten wat ze op jouw kanaal kunnen verwachten.

### **Meetbaarheid**

Zonder een doel kun je niet bepalen of je op de goeie weg bent. Door dit wel te hebben kun je bepalen of je succesvol bent en kun je bijsturen als dat nodig is.

### **Inzicht in verbetermogelijkheden**

Met de meetbaarheid krijg je inzicht in de kansen en mogelijkheden tot verbetering. Hierdoor gaan de prestaties structureel omhoog.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA STRATEGIE

STRATEGIE  
STAPPEN

Een strategie moet zo snel mogelijk van papier naar de praktijk. Daarom een strategie waarmee je in 6 korte stappen keuzes kunt maken. Die kun je zo ambitieus maken als je zelf wilt.

## 1. Doelstellingen

Je begint voor je strategie met je doelstellingen. Gedurende de uitvoering toets je steeds of je werkzaamheden bijdragen aan deze doelen.

Veelgebruikte doelstellingen zijn merkbekendheid, merkbetrokkenheid, leadgeneratie (omvat alle activiteiten die gericht zijn op het in contact te komen met potentiële klanten) en klantloyaliteit.

## 2. Unieke expertise

Het tweede deel is een soort interne analyse. Je gaat na wat jouw expertise is. Waarom doe je wat je doet? Op welke manier kun je relevant zijn? Waar ben je goed in? Wat doe je beter dan je concurrenten?

## 3. Publieksanalyse

9 op de 10 mensen zijn tegenwoordig te bereiken via social media. Dat wil niet zeggen dat je ze ook daadwerkelijk allemaal bereikt of wilt bereiken. Het publiek voor wie jij interessant en relevant kunt zijn, kent altijd grenzen. Hier beschrijf je wie je wilt gaan bereiken.

## 4. Merkverhaal

Het merkverhaal is de gedachte die je in alles wat je plaatst op social media verweven moet zijn. Van blogs tot aan video's, van whitepapers tot tutorials. De beste content (alle inhoud van een website: tekst, plaatjes, formulieren, links etc) ligt op het vlak van wat jij kunt vertellen en wat je publiek wilt horen.

## 5. Kanalen en vorm

Hier bepaal je in welke vorm en op welke kanalen je jouw content gaat verspreiden. Deze keuzes moeten weer naadloos aansluiten op je publiek. Zorg ervoor dat je daar bent waar je social media publiek is en dat je de vorm kiest die je publiek aanspreekt.

## 6. Meten en bijsturen

Voordat je je strategie in de praktijk brengt bepaal je hoe je je vorderingen gaat meten en bijsturen om betere resultaten te krijgen. Ook als je eenmaal bezig bent met de uitvoering, blijf je je content optimaliseren.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# FACEBOOK SOCIAL MEDIA

INLEIDING  
FACEBOOK

Facebook is voor social media wat Coca-Cola is voor frisdranken: veruit de aller-aller-grootste. De mogelijkheden op het miljardenplatform zijn met recht eindeloos te noemen. Hoewel de echte stijging van het aantal gebruikers al een tijd is verschoven naar social media kanalen als Instagram en TikTok, bewijst Facebook juist dat het gebruikers kan behouden.



Een stabiel platform met ruim 2 miljard gebruikers en onvoorstelbare mogelijkheden: hier hoeven we niet te karakteriseren of te segmenteren (indelen). Facebook is een must voor elk merk, en zal dat voorlopig nog wel even blijven.

## **Bestandtype**

JPG en PNG

## **Formaat**

Profielfoto

180 x 180 pixels

Cover

820 x 312 pixels

Tijdlijn

1200 x 630 pixels (liggend)

1800 x 1200 pixels (staand)

## **Wanneer**

15:00 beste tijd om te posten

18:00 uur met de meeste interactie

Woensdag dag met meeste interactie

**10,4 miljoen** gebruikers in Nederland  
(ouder dan 14 jaar)

**2,5 miljard** gebruikers wereldwijd.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.



# INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

INLEIDING  
INSTAGRAM

Als je social media kan vergelijken met een hitparade, dan zou Instagram al een hele tijd op nummer 1 staan. Instagram is helemaal hot. Wat ooit begon als een broedplaats voor creativiteit, is nu een volgroeide grootmacht in de Facebook-familie. De meeste kernelementen van de sympathieke fotografie-app zijn bewaard gebleven. Zo is Instagram nog steeds voor 90% een visueel platform. Instagram heeft een enorme gebruikersgroep, zodat elk merk zijn ei kwijt kan.



Voorkom dat je simpelweg al je tekstuele content omzet naar beeld. Vorm is allesbepalend. Je moet als merk daarom specifieke verhalen vinden die geschikt zijn om in beeld verteld te worden. Lukt dat, dan weet je al zeker dat Instagram geschikt is voor je

## **Bestandtype**

JPG en PNG

## **Formaat**

Profielfoto

180 x 180 pixels

Reguliere post

1080 x 1080 pixels

Stories

1080 x 1920 pixels (staand)

## **Wanneer**

21:00 beste tijd om te posten

17:00 uur met de meeste interactie

Woensdag dag met meeste interactie

**5,6 miljoen** gebruikers in Nederland  
(ouder dan 14 jaar)

**1 miljard** gebruikers wereldwijd.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# LINKEDIN SOCIAL MEDIA

INLEIDING  
LINKEDIN

LinkedIn is echt een allemansvriend. Het social media kanaal is voor vrijwel iedereen geschikt, daar hoeft je merk geen speciaal karakter voor te hebben. De content die op LinkedIn geplaatst wordt, kent echter wel een duidelijke overeenkomst. Alles is gericht op zakelijk gebruik.



Je vindt hier geen vakantiefoto's, unboxing-video's of gedeelde recepten. LinkedIn staat synoniem voor professionaliteit.

Mensen en merken die van die norm afwijken, worden meer dan eens door andere gebruikers gecorrigeerd. Dus heb je zakelijke leveranciers, aandeelhouders, medewerkers of kandidaat-medewerkers met wie je algemeen in contact wilt blijven? Er is geen beter platform van LinkedIn voor dat doel.

## **Bestandtype**

JPG en PNG

## **Afbeeldingsformaat**

Profielfoto

400 x 400 pixels

Header

1584 x 396 pixels

Bijdrage

1200 x 628 pixels (liggend)

## **Wanneer**

13:00 beste tijd om te posten

09:00 uur met de meeste interactie

Donderdag dag met meeste interactie

**4,7 miljoen** gebruikers in Nederland  
(ouder dan 14 jaar)

**675 miljoen** gebruikers wereldwijd.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# TWITTER SOCIAL MEDIA

INLEIDING  
TWITTER

In gebruikersaantallen is Twitter niet de grootste, maar de impact die Twitter dagelijks heeft op de wereld is ongeëvenaard. Het open karakter van Twitter zorgt voor een potentieel viraal effect dat je nergens anders ziet. Tweets zijn gemakkelijk deelbaar en boodschappen worden daardoor razendsnel verspreid. Dit is dan ook de reden dat vooral mensen in de politiek, journalistiek en media er aanwezig zijn.

De invloed van Twitter reikt daardoor ver buiten het platform zelf. Of het nu om televisie, radio, of anders social media kanalen gaat: veel van de content die je daar hoort en ziet, is op Twitter al oud nieuws. Merken die op een of andere manier midden in het nieuws staan, mogen niet ontbreken op Twitter. Als je met je content een domino-effect weet te creëren, is Twitter dé kans op het maken van wereldnieuws

## Bestandtype

JPG en PNG

## Afbeeldingsformaat

Profielfoto

400 x 400 pixels

Header

1500 x 500 pixels

Tweets

1024 x 512 pixels (liggend)

## Wanneer

21:00 beste tijd om te posten

21:00 uur met de meeste interactie

Woensdag dag met meeste interactie

**2,8 miljoen** gebruikers in Nederland  
(ouder dan 14 jaar)

**330 miljoen** gebruikers wereldwijd.



## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# PINTEREST SOCIAL MEDIA

INLEIDING  
PINTEREST



In essentie is Pinterest een verzamelplek voor alle tekstuele ideeën, foto's en andere content die je online tegen komt. Het is echter de manier waarop het platform, vooral populair onder vrouwen, gebruikt wordt die Pinterest haar karakter geeft.

In de praktijk bestaat het grootste deel van de bewaarde ideeën namelijk uit esthetisch mooie afbeeldingen. Interieur, mode, recepten, landschappen: als het er mooi uit ziet, zie je het terug op Pinterest. Heb je het gevoel dat jouw merk qua esthetiek een echte meerwaarde te bieden heeft?

Pinterest is je plek!

## **Bestandtype**

JPG en PNG

## **Afbeeldingsformaat**

Profielfoto

180 x 180 pixels

Bord cover

600 x 600 pixels

Bord display

222 x 150 pixels

Pin

1000 x 1500 pixels

## **Wanneer**

20:00 beste tijd om te posten

22:00 uur met de meeste interactie

Zaterdag en zondag dagen met  
meeste interactie

**3,5 miljoen** gebruikers in Nederland  
(ouder dan 14 jaar)

**335 miljoen** gebruikers wereldwijd.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA CONTENT PLAN

CONTENT  
PLAN

Hoe start je met social media marketing? Hier wat onderdelen die je helpen om je strategie om te zetten naar een social media plan. Hier vind je tips voor het creëren en vormgeven van content.

## CONTENT CREATIE

### Relevante content creëren

Krachtige social media content is content die actueel en relevant is voor jouw doelgroep. Met relevante content maak je iets waar je doelgroep op dat moment behoefte aan heeft. Die informatie kun je niet op een willekeurig moment naar de doelgroep sturen. Dat vraagt om timing en weten wat jouw doelgroep wil.

### Social media afmetingen

Elk platform hanteert zijn eigen formaten als het gaat om afbeeldingen, video's of zelfs advertenties.

### Afbeeldingen

Het toevoegen van een afbeelding bij je social media post kan deze tot een waar succes maken. Denk eraan afbeeldingen te gebruiken die bij je totale social copy passen. Je kunt gebruik maken van eigen fotografie, betaalde stockfoto's (specifieke foto's) of kijkt op een gratis stockfoto's website.

### Inspiratie

Natuurlijk wil je altijd onderwerpen of thema's aankaarten die jouw doelgroep interessant vindt. Op de traditionele manier maak je een lijstje met onderwerpen die te maken hebben met jouw merk of organisatie. Daarnaast kun je kijken naar bijvoorbeeld Google Trends, hier spot je actuele trends en doe je inspiratie op voor content topics.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA CONTENT PLAN

CONTENT  
PLAN

## DESIGN

### Design tools

Zorg voor mooie, sprekende foto's en afbeeldingen door het gebruik van (gratis) apps. Drendabel maakt voor de social media content gebruik van Canva.

Canva is de ultimate go-to als het gaat om designen van social media posts zoals stories, presentaties, flyers, CV's. Canva biedt talloze sjablonen, achtergronden en gratis illustraties die je kunt gebruiken.

Ben je op zoek naar gratis afbeeldingen en illustraties die je kunt gebruiken bij het ontwerpen van jouw eigen content? Neem dan eens een kijkje op websites zoals Pixabay, Freepic en Pexels.

### Fonts

Het probleem met het gebruik van gratis online design-tools is dat veel andere mensen ze ook gebruiken. Wanneer je dus de standaardlettertypes en sjablonen gebruikt, zien je creaties er onvermijdelijk hetzelfde uit als die van anderen. Maak een standaard template origineler door andere foto's te uploaden en eigen lettertypes toe te voegen.

Er zijn duizenden fonts (lettertype) om uit te kiezen, maar hoe maak je nu een juiste keuze? Allereerst moet je weten welke elementen een goed font maken. Er wordt gesproken over twee verschillende stijlen; schreef en schreefloos. Binnen de typografie noemen we streepjes aan de uiteinden van letters schreef. Lettertypes met schreef gebruik je voornamelijk bij lange teksten zoals boeken of krantartikelen. Schreefloze lettertypes lezen prettiger op beeldschermen.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA

# CONTENT ONDERWERPEN

CONTENT  
IDEAS

Dagelijks worden er miljoenen berichten geplaatst op social media. Als ondernemer of marketeer is het moeilijker dan ooit om te zorgen dat jouw berichten onder de aandacht komen van je doelgroep. Content creëren voor social media valt niet altijd mee. In het begin heb je volop ideeën en veel motivatie om ermee aan de slag te gaan. Juist na verloop van tijd wordt het lastiger om nieuwe ideeën te bedenken. Hieronder wat social media content ideeën die voor verschillende sectoren geschikt en direct toe te passen zijn.

- Voor en na
- Achter de schermen
- Sneak peek
- Branche artikel
- Beantwoordt FAQ
- Infographic
- Tips
- Favorieten
- Dankbaarheid delen
- Houdt een poll
- Dit of dat
- Zou je liever
- Feiten
- Quote
- Organiseer een wedstrijd
- Feestdagen
- Gemaakte reizen
- Boek dat je momenteel leest
- Ervaring van een klant
- Producten en/of diensten
- Nieuwsbrief
- Maak een special
- Nieuwe blog
- Uitpak video
- Vriendelijke selfie
- Flatlay (plat neergelegd)
- Vraag me alles wat je wilt
- Laat een expert aan het woord
- Daag mensen uit
- Deel je bucketlist
- Speciale evenementen
- Verspreid liefde en plezier
- Wie of wat inspireert jou

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA TIPS & TRICKS

TIPS &  
TRICKS

Wel of geen hashtags? Is het verstandig om mensen te taggen in je post? Hoe formuleer je een post die uitdaagt tot interactie? Je kunt je social media strategie nog zo goed op orde hebben, maar het zijn dit soort details die het verschil maken tussen een post die amper engagement oplevert en eentje waarop wordt gereageerd, die gedeeld wordt en waar mensen op klikken. Hieronder hebben we een aantal tips voor je verzameld. Deze dragen bij aan meer bereik, engagement en conversies met social media.

## **Reageer op alle comments**

Reageer niet alleen op een comment wanneer er een vraag gesteld wordt. Door vaker te reageren, betrek je jouw doelgroep bij je merk en bouw je aan een hechte community. Het is één van de beste en meest duurzame manieren om snel meer volgers en fans te krijgen.

## **Voer A/B-tests uit**

Het idee achter A/B-tests is dat je een post maakt, en één variabele van die post verandert. Twijfel je welke afbeelding je zou moeten gebruiken? Probeer er twee en bekijk welke het best werkt. Weet je niet goed welke tekst je wilt verwerken in je post, schrijf er twee en meet welke versie aanslaat. Door dit soort tests stelselmatig uit te voeren, leer je steeds beter wat werkt en ga je steeds beter presenterende content maken.

## **Start met speciale acties**

Exclusiviteit is een krachtige marketingtruc. Geef je een bepaalde groep toegang tot content events, producten en kortingen die een ander niet krijgt, voelt de eerste groep zich bevoorrecht. Mensen uit die groep zullen daardoor geneigd zijn positiever naar jouw merk te kijken.

## **Focus op de beste 10%**

Door de algoritmisering van social media worden extremen in bereik alleen maar groter. Goed presterende posts worden massaal vertoond en laten een explosieve stijging in likes, clicks en andere engagement zien. Aan de andere kant weten posts die in eerste instantie weinig engagement krijgen, amper 1 of 2% van het aantal volgers te bereiken.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.



# SOCIAL MEDIA TIPS & TRICKS

TIPS &  
TRICKS

## **Gebruik alleen hashtags wanneer ze nut hebben**

Er is geen perfect aantal hashtags. Nooit geweest ook. Hoeveel hashtags je zou moeten gebruiken, is geheel afhankelijk van de inhoud van je post. Hashtags kunnen heel nuttig zijn om je post gevonden te laten worden en dus je bereik te vergroten. Maar daar zit ook het probleem: dan moet er wel op gezocht worden. In de praktijk worden vaak hashtags gebruikt die niet relevant zijn of waar geen mens ooit naar gaat zoeken. In die gevallen zijn ze compleet nutteloos.

## **Maak content voor één doelstelling**

Meer clicks, maar ook meer likes. Meer volgers, maar ook meer shares. Vrijwel iedereen die een succes van zijn social media wilt maken, heeft meerdere doelstellingen. Het is niet slim al deze doelstellingen met één stuk content te willen behalen. Dat is alsof je tegelijkertijd de lekkerste én de gezondste maaltijd op tafel wilt zetten. Een content die goed scoort op likes ziet er heel anders uit dan een content voor meer websiteverkeer.

## **Creëer je eigen hashtag**

Nog beter dan meeliften op bestaande relevante hashtags, is er zelf een te bedenken en te introduceren. Dit is vooral handig als je een campagne of concept lanceert, en je earned media wilt meten. Moedig je mensen aan om jouw hashtag te gebruiken. Als ze over jouw merk praten, wordt het makkelijker om social buzz te meten en erop te reageren.

## **Plaats polls**

Voor veel mensen is het simpelweg een brug te ver om een reactie achter te laten op een post van een merk. Zeker als er nog niet veel reacties aan vooraf gingen. De meest laagdrempelige vorm van engagement vindt je in polls. Een reactie op een poll is anoniem, gemakkelijk en snel achter te laten.

## **Deel gebruikers content**

Zo kun je laten zien hoe leuk mensen het hebben met jouw producten of diensten. Als merk kun je dat wel vertellen, maar komt het veel sterker over wanneer de mensen dit zelf vertellen. Gebruik user generated content voor klantbinding én geloofwaardigere content.

## SOCIAL MEDIA

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Mensen verwachten steeds meer dat ze organisaties kunnen benaderen via de verschillende social media kanalen. Die zelf het merk of het bedrijf willen benaderen. Dezelfde afbeelding of campagne op meerdere kanalen posten is niet per se altijd een goed idee. Wil je meer interactie met je doelgroep, wil je meer weten over content creatie of vraag je je af welk social media kanaal het beste aansluit bij jouw bedrijf? Deze whitepaper biedt je de handvaten om zelf aan de slag te gaan met social media.

# SOCIAL MEDIA OPTIMAAL BENUTTEN

---

WHITEPAPER  
DRENDABEL



Heb je vragen, opmerkingen of aanvullingen met betrekking tot deze whitepaper of social media? Neem dan eens contact op met een van de specialisten van Drendabel.