

een product van SocialFamily

gratis!



Social Media

voor grafici

DIT IS VERSIE 2.1 VAN DIT E-BOOK.

Download de nieuwste versie van dit e-book op:

www.socialgrafisch.nl/e-books

Disclaimer

Bij het samenstellen van dit e-book is de grootste zorg besteed aan de juistheid van de hierin opgenomen informatie. SocialFamily kan echter niet verantwoordelijk worden gehouden voor enige onjuist verstrekte informatie in dit rapport.

Belangrijk

Je mag dit e-book gratis weggeven aan wie je maar wilt.

Het e-book mag uitsluitend in deze vorm worden verspreid, het is niet toegestaan de inhoud en/of opmaak te wijzigen, of informatie uit dit rapport op een andere wijze te gebruiken. Plaats dit rapport op je website of geef het aan de leden van je mailinglijst.

Over SocialFamily

SocialFamily is een samenwerking tussen vier neven die samen een voorliefde hebben voor Social Media, maar ieder uit een geheel eigen richting komen.

Onze passie voor Social Media en de mogelijkheden daarvan willen wij graag met iedereen delen. Op onze website www.socialgrafisch.nl, speciaal voor de grafische sector vind je veel waardevolle tips, trucs en technieken.

Mail: info@socialgrafisch.nl

Web: www.socialgrafisch.nl

Twitter: www.twitter.com/socialgrafisch

Linkedin: www.linkedin.com/companies/social-family

Voorwoord

Social Media lijkt al helemaal ingeburgerd te zijn. Je hoeft de krant maar open te slaan, naar het nieuws te kijken of een van de succesverhalen aan te horen.

Social Media verandert de manier waarop we informatie tot ons nemen. Toch staan we slechts aan het begin van deze revolutie!

Daarom nemen we je eerst mee in de geschiedenis internet en de opkomst van Social Media. We geven je een goed beeld van de context waarin Social Media geplaatst kan worden. Deze context is van groot belang om het gedachtengoed dat achter deze nieuwe mediavorm zit te begrijpen.

De volgende stap is het uitvinden hoe Social Media voor jou van toepassing is en hoe het voor jou kan werken! Bovendien delen we succesvolle praktijkvoorbeelden met je. Op de koop toe krijg je ook nog eens een groot aantal gouden tips!

Kortom,

We gaan je stap voor stap laten ontdekken dat Social Media geen trend IS maar trends HEEFT.

We hopen dat je veel plezier beleeft aan dit boek en belangrijker, ideeën opdoet om ook Social Media voor jouw bedrijf een heel goede aanvulling te laten zijn!

Erik, Rick, Roald en Sven van Buuren

SocialFamily



Inhoudsopgave

Social Media voor grafici	5
Wat is Social Media?	5
Ontstaansgeschiedenis van internet	5
Gedachtengang van Social Media	6
Delen loont	6
Varianten	7
Trends	9
Waarom is Social Media zo interessant?	11
Tweerichtingsverkeer	11
Particulieren en zakelijk	11
Klanten en leveranciers	11
Zoeken wordt vinden	12
Hoe kun je Social Media toepassen?	13
Software	15
Computer	15
Mobiel	15
Succesvolle Praktijkvoorbeelden	17
Praktijkvoorbeeld 1: Dell.com	17
Praktijkvoorbeeld 2: Toob Alers	18
Praktijkvoorbeeld 3: Roald van Buuren	19
Social Media tips	20
Tip 1: Tijd besparen	20
Tip 2: Het netwerk van je netwerk	20
Tip 3: Wees sociaal	21
Tip 3: Vind balans	21
Tip 4: Investeer	21
Tip 5: Creatief	21
En nu verder...	22
Bonus	23
Extra hulpmiddelen	23
Links	24

Social Media voor grafici

Wat is Social Media?

Ontstaansgeschiedenis van internet

Om de gedachtengang achter Social Media goed te begrijpen, is het van belang dat we even terug in de geschiedenis van het internet duiken.

Het internet is in 1991 ontwikkeld om wetenschappers wereldwijd onderling makkelijker informatie uit te kunnen laten wisselen. In de jaren die daarop volgden heeft internet een enorme vlucht genomen. In eerste instantie voornamelijk in de Verenigde Staten: in 1994 lanceerde Pizza Hut de eerste webshop. Je kon online je pizza bestellen. Ideaal voor die wetenschappers natuurlijk!

Na 2000 wilde iedere ondernemer een website. Dat waren vaak online etalages of brochures. Zonder enige interactiviteit, weinig nieuwsaarde en geen beweging. Statische websites. Deze periode noemen we web 1.0.

Het web ontwikkelde zich naar “versie 2.0”, voornamelijk door de groeiende behoefte van mensen om online te “ontmoeten”. De eerste vorm daarvan was het programma “ICQ” (“I Seek You”), de voorloper van MSN. Dat was 1998, de periode dat een liedje downloaden nog zeker een uur duurde.

In de afgelopen jaren heeft internet zich door ontwikkeld. Tweerichtingverkeer is gebruikelijk geworden en iedere succesvolle website biedt de mogelijkheid tot communiceren. Wikipedia is een mooi voorbeeld van deze manier van informatie delen. Websites gevuld door gebruikers, zoals jij en ik, zelf (“User Generated Content”).

De kracht hiervan is enorm! Zo komt uit een recent onderzoek dat mensen meer hebben in vertrouwen [Wikipedia](#) dan in kranten. Ook zijn er betrouwbare manieren om te meten of producten en diensten betrouwbaar zijn ontstaan. Bijvoorbeeld sites als [www.kieskeurig.nl](#) en [www.zoover.nl](#).

Social Media

voor grafici

Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
1-richtingsverkeer, informatie wordt gegeven	2-richtingsverkeer, gebruikers creëren inhoud	Integratie van media, alles wordt gekoppeld
Informatief	Interactief	Intuitief
Platte tekst	Dynamisch	Op gebruiker afgestemd

Nu is het internet zich nog een stap verder aan het ontwikkelen. Het is van ons allemaal geworden. Verschillende media worden geïntegreerd en gekoppeld. Het gebruik en vinden van informatie, ontstaan in “web 2.0”, wordt nog gemakkelijker.

Je hebt nu volop de kans om te profiteren van deze fantastische ontwikkelingen. We duiden deze stap aan als “web 3.0”.

De tijd dat alles op internet onpersoonlijk was, is over.

Gedachtengang van Social Media

De term spreekt natuurlijk boekdelen: Sociale Media. “Sociaal” heeft betrekking op de behoefte om collectieven te vormen. Contact maken met *mensen* met dezelfde interesses. Media duidt op de manier waarop informatie gedeeld wordt.

Met andere woorden: Social Media gaat over delen in groepen. “Delen” houdt in dat je weggeeft en terug ontvangt. Je bent open en laat anderen een kijkje nemen in jouw keuken.

Delen loont

Veel mensen voelen dat er een verandering in hun denken plaats moet vinden om succesvol te zijn in Social Media. Voor een kok die zijn recepten beschermt of een adviseur die alleen inhoudelijk praat wanneer de meter loopt, is het een hele stap om te beseffen dat het delen van die kennis loont!

Uiteraard is het onverstandig al je diensten weg te geven, maar hoe moet een klant tegenwoordig tussen al die aanbieders de beste ontdekken. Sterker nog: waarom zou die consument voor JOU kiezen. Wat maakt jou uniek tussen al je concurrenten? Juist: jouw kennis, ervaring, technieken, etc. *Daarom loont het om te delen. Zet de deur open voor je klant.*

Social Media

voor grafici

Varianten

Omdat er een bijzonder groot aanbod aan Social Media is, waarvan maar enkelen écht waardevol zijn, hebben wij de volgende Social Media voor je geselecteerd:

- Twitter
- LinkedIn
- Facebook
- Hyves
- YouTube
- Flickr
- Bloggen

Dit zijn namelijk de meest gebruikte media in Nederland. Bovendien bieden ze voor grafici de meest toepasbare mogelijkheden.

Twitter

Een uitstekende vergelijking met een 'real-life' situatie is een vriendelijke kroeg. Iedereen kan wat roepen, je kunt korte gesprekjes voeren en inbreken bij anderen is geaccepteerd. Storend gedrag is op de bar gaan staan en roepen hoe goed je bent en wat je te koop hebt, geoorloofd is iemand je kaartje geven na een leuk gesprek. Een rondje geven mag en krijg je iets aangeboden, bedank dan vriendelijk!

Link: www.twitter.com

LinkedIn

Waar de vergelijking tussen Twitter en een kroeg erg goed op gaat, kun je LinkedIn vergelijken met een zakelijke (netwerk)bijeenkomst. Een plek waar je gemakkelijk oude bekenden aanspreekt, maar introductie vraagt wanneer je met anderen in contact wilt komen. Het is gebruikelijk hier te vertellen wat je zoal kunt en hebt gedaan (cv). Ook kun je mensen aanbevelen aan anderen zodat zij meer waard worden en je je netwerk versterkt.

Link: www.linkedin.com

Facebook

De absolute kolos onder de sociale media is Facebook. Facebook is internationaal zeer sterk vertegenwoordigd. De kans is groot dat je er vakantievrienden tegenkomt of zakenrelaties in het buitenland die LinkedIn nog niet hebben ontdekt. Facebook richt zich sterk op consumenten als hoofdgebruikers, maar wordt zakelijk ook steeds vaker toegepast.

Link: www.facebook.com

Social Media

voor grafici

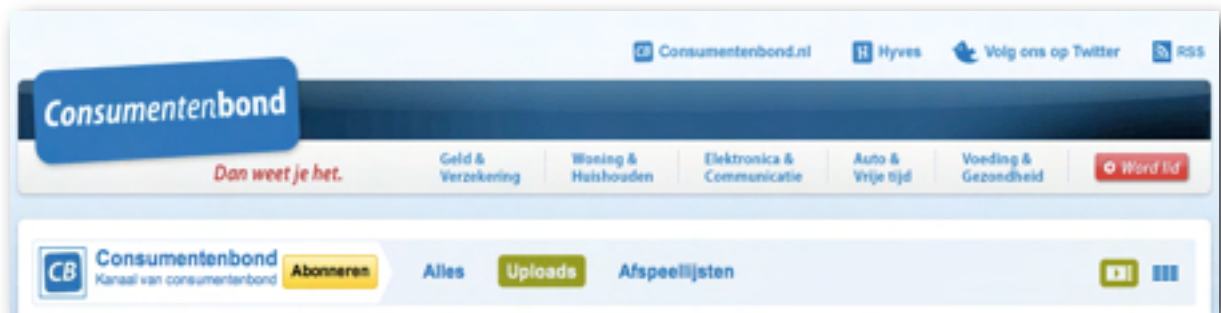
Hyves

Hyves is een Nederlands initiatief en daardoor hier uitstekend vertegenwoordigd. Het is zeer vergelijkbaar met Facebook, alleen volledig gericht op de Nederlandse markt.

Link: www.hyves.nl

Youtube

Op Google na is YouTube tegenwoordig de allergrootste zoekmachine ter wereld! 100.000.000 video's! Websites vervangen steeds vaker tekst door video. Het behoeft weinig uitleg dat korte videoberichten invloed hebben gehad op de manier waarop je informatie verwerkt. Ook organisaties maken dankbaar gebruik van videoboodschappen. Powerpoint presentaties met voice-overs, films over het productieproces of juist creatieve processen, er is veel mogelijk!



De Youtube pagina van de Consumentenbond is slim opgezet met allerlei koppelingen.

Link: www.youtube.com

Flickr

De grafische sector is overwegend een visuele sector. Foto en beeldmateriaal geven een prachtige kijk in de keuken van een grafische onderneming. Mensen vinden het leuk om te zien hoe iemand met passie en gevoel zijn of haar werk uitvoert. Het loont dan ook om een foto-stream (zoals dat heet) aan te maken waar je het werk in zet waar je trots op bent! Flickr krijgt dagelijks 32 miljoen bezoekers.

Link: www.flickr.com

Bloggen

Weblogs of bloggen (is hetzelfde) is bedacht eind jaren negentig. Bloggen heeft veel gelijkenis met het bijhouden van een dagboek, tenminste in de zin van het regelmatig

Social Media

voor grafici

beschrijven van wat je bezighoud. Bloggen is in tegenstelling tot het dagboek dat we kennen wél zeer openbaar.

Door jouw artikelen reik je als het ware uit naar anderen. Wat je schrijft is bedoeld om iets bij mensen los te maken, te interesseren of te informeren.

Link: www.wordpress.com,
www.wordpress.org,
www.blogger.com en
www.thinkpad.com

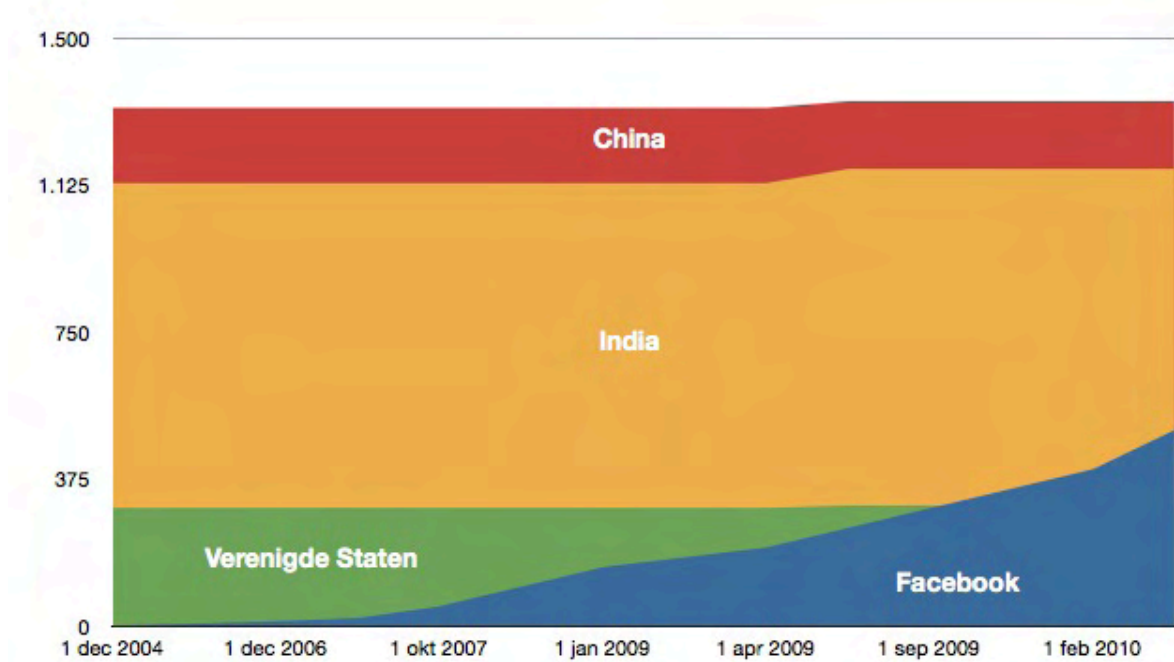
En nog enkele anderen

Er zijn nog een flink aantal andere netwerksites. De meest gebruikten zijn:

- [Hallo!](#) is de netwerksite van de Kamer van Koophandel
- [Higherlevel.nl](#) is een forum voor innovatieve ondernemers
- [Deondernemer.nl](#) het meest uitgebreide ondernemersportaal

Trends

Wist je dat, als **Facebook** een land zou zijn, het **op twee na grootste land ter wereld** zou zijn? Alleen China en India zijn groter. Dat houdt in dat Facebook groter is dan de Verenigde Staten.



Social Media

voor grafici

Ook is het aangetoond¹ dat **Wikipedia** ongeveer **even accuraat** is als de bekende **Encyclopedia** Brittanica. Dát is dus dé nieuwe trend in Social Media: Betrouwbaarheid en Schaal! Deze trend groeit door! Binnen de kortste keren heeft elke consument of zakelijke gebruiker een Social Media account en gebruikt diegene dit ook in zijn alledaagse zakelijke en privé-leven.

Een peiling onder het **KvK Ondernemerspanel** door de Kamer van Koophandel toont welke platformen populairder worden en welke minder. Opvallend is dat de bekende “professionele” Social Media meer worden gebruikt. Van **LinkedIn** maakt **52%** gebruik en **Twitter groeit** in een halfjaar tijd zelfs met **65%**! Een sterke groei, maar met 14% nog niet zo populair als de zakelijke netwerksite.

¹ Volgens onderzoek van wetenschappelijk tijdschrift “Nature”

Waarom is Social Media zo interessant?

Tweerichtingsverkeer

Wanneer je kennis, ervaring, etc. etaleert op je website, is dat nog behoorlijk Web 1.0! Het is zaak je klant hier ook bij te betrekken. Converseer met hem of haar om diegene nieuwsgierig te maken, te prikkelen voor wat je allemaal aan te bieden hebt.

En waar is die klant te vinden?

Social Media, natuurlijk!

Door in verbinding te staan met de klant en met je netwerk te delen, maak je jezelf sterker. Je weet wat de behoefte is, wat er speelt. Problemen kun je bij de oorsprong oplossen. Een win-win-situatie.

Particulieren en zakelijk

Of het nou offline is of online, we hebben allemaal behoefte aan persoonlijk contact. Het is dus nodig dat een klant zich geprikkeld voelt om meer over jou te weten te komen om zo een sociale relatie op te bouwen.

In de Social Media hoef je weinig verschil te maken tussen consumenten en zakelijke gebruikers. Ze gedragen zich beiden min of meer hetzelfde. Uiteraard is een bedrijf wat meer gericht op zakelijke voordelen.

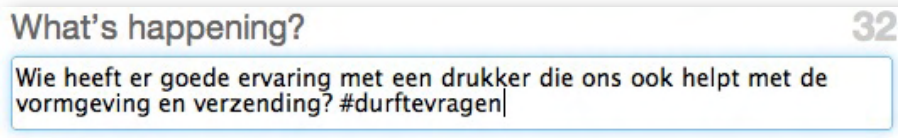
Je hoeft je dus geen zorgen te maken over het aanmaken van meerdere accounts voor verschillende doelgroepen.

Klanten en leveranciers

We hebben het nu overigens veel over klanten, maar contact met jouw leveranciers biedt je dezelfde voordelen. Via LinkedIn zijn jouw leveranciers vaak goed te vinden en kun je op persoonlijk niveau kennis maken. Op Twitter kun je ook nog eens eenvoudig de laatste ontwikkelingen volgen en kom je erachter dat die vertegenwoordiger toevallig dezelfde hobby blijkt te hebben.

Zoeken wordt vinden

Dirk werkt bij een schoonmaakbedrijf. Hij krijgt van zijn manager de opdracht de nieuwe prijskaarten te laten ontwerpen, drukken en bij de klanten in de bus te krijgen. Met hun oude grafische partner zijn ze niet tevreden omdat hij hoge prijzen combineert met gebrekkige service. Omdat Dirk weet dat hij via Google een hoop zoekwerk zal moeten verrichten, zet hij het volgende bericht op Twitter:

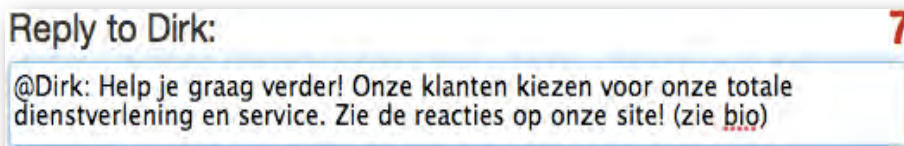
A screenshot of a Twitter post. The header reads "What's happening?" on the left and "32" on the right. The main text of the tweet is "Wie heeft er goede ervaring met een drukker die ons ook helpt met de vormgeving en verzending? #durftevragen".

What's happening? 32
Wie heeft er goede ervaring met een drukker die ons ook helpt met de vormgeving en verzending? #durftevragen

Vervolgens kan Dirk globaal gezien twee soorten reacties verwachten:

Mensen uit zijn netwerk en daarbuiten lezen het bericht en reageren met hun ervaringen of sturen zijn bericht door. Iemand is sneller geneigd een drukkerij aan te prijzen wanneer deze online aanwezig is, de drempel is logischerwijs lager.

Een drukkerij reageert zelf op de oproep van Dirk. Een bericht van deze drukkerij kan er dan als volgt uitzien:

A screenshot of a Twitter reply. The header reads "Reply to Dirk:" on the left and "7" on the right. The main text of the reply is "@Dirk: Help je graag verder! Onze klanten kiezen voor onze totale dienstverlening en service. Zie de reacties op onze site! (zie [bio](#))".

Reply to Dirk: 7
@Dirk: Help je graag verder! Onze klanten kiezen voor onze totale dienstverlening en service. Zie de reacties op onze site! (zie [bio](#))

Wij begrijpen dat dit voorbeeld wellicht veel vragen bij je oproept zoals: hoe ziet de drukker Dirks bericht, wat staat er in de bio van de drukker, hoe krijg ik mij netwerk zo ver dat zij mij aanprijzen??

Hoe kun je Social Media toepassen?

Allereerst moet je weten wat je wilt bereiken met Social Media. Daarom is het van belang dat je onderstaande stappen goed doorneemt:

Stap 1: Wie ben je?

Voordat je echt gaat verbinden (onderdeel worden van het sociale netwerk) sta je even stil. Welke richting wil je op? Hoe wil je je profileren? Wie ben jij en wie wil je zijn voor jou doelgroep? Wie is je doelgroep?

Stap 2: Trek je plan

Wat wil je bereiken met Social Media? Denk daar goed over na. Doelen die je jezelf kunt stellen zijn bijvoorbeeld een x aantal opdrachten via Social Media, het verbreden van kennis, of traffic naar je site. Heb je dit uitgedacht, stel jezelf de vraag hoe je dit gaat bereiken en meten.

*Zorg dat je doelstellingen dus SMART genoeg zijn
(Specifiek, Meetbaar, Ambitieuw, Realistisch en Tijdgebonden).*

Houd in je plan de relatie met je profilering. Bijvoorbeeld je “tone of voice” ten opzichte van hoe je over wilt komen.

Stap 3: Ga van start!

En nu aan de slag! Je begint met het aanmaken van accounts bij de Social Media varianten die je wilt gebruiken. Doe dat met je opgestelde plan in je achterhoofd.

Stap 4: Bouw je netwerk op

Start met het uitnodigen en volgen van mensen die je al kent. Voeg mensen toe aan je LinkedIn, Twitter of Facebook account door de contactpersonen te uploaden uit Outlook, Gmail, Hotmail of welk programma je gebruikt.

Je ziet dan vanzelf wie er actief zijn. En het leuke is: als er later iemand zich aanmeldt voor dat platform, krijg jij dat te zien en kun je kiezen of je ook met die persoon wilt linken.

Social Media

voor grafici

Stap 5: Realiseer je doelstellingen

Het belangrijkste voor jou is natuurlijk: realisatie van je doelstellingen. Sluit je aan bij groups op LinkedIn, start een Facebook Fanpagina en maak kwalitatief gebruik van Twitter. Volg je plan.

Zo wordt je niet alleen een Social Media expert, maar ook een vooruitstrevende expert op jouw vakgebied.

Het vinden van de juiste balans is erg belangrijk. Denk aan de balans tussen privé en zakelijk (zowel qua tijd als qua netwerken) en de balans tussen verschillende varianten van Social Media.

Stap 6: Evalueer

Evalueer regelmatig om te zien of je plan werkt.

Haal je je doelstellingen?

Stel je plan of je doelstellingen indien nodig bij. Hopelijk naar boven! Bedenk of alle elementen die in je plan staan ook werkelijk bijdragen en wat je mist of moet wijzigen.

Welke acties ga je uitzetten? Ga steeds door met stap 4 en 5 om je positie verder te versterken. Want ook hier geldt: stilstand is achteruitgang.



Social Media

voor grafici

Software

Social Media kun je bijhouden via de sites van alle verschillende platforms. Een andere, veel efficiëntere mogelijkheid om je accounts up-to-date te houden, is gebruik maken van (gratis) software applicaties. Overigens, deze applicaties zijn niet bedoeld om bijvoorbeeld je profiel (bio) te updaten, maar voornamelijk je nieuws en bezigheden te omschrijven.

De meeste Social Media hebben hun eigen applicaties, voor Twitter is er echter heel veel beschikbaar. Hieronder noemen we vooral Twitter software.

Computer

De meeste software is beschikbaar voor zowel Windows als Mac.

Software	Soort	Omschrijving
HootSuite	Internetsite	Uitgebreide applicatie met meerdere timelines op een rijtje: Je gewone timeline, lijsten die je volgt, zoekwoorden en niet alleen Twitter, maar ook Facebook, LinkedIn en nog enkele platformen.
Tweetdeck	Software op je computer	Kun je installeren op je computer. Makkelijk meerdere accounts beheren van meerdere Social Media.
Google Desktop	Software op je computer	Simpel overzicht van alleen Twitter. Weinig features en je kunt niet meerdere Twitter accounts weergeven.

Mobiel

Met een smartphone heb je je netwerk letterlijk in de palm van je hand. Hoe beter de applicatie op je telefoon bij jou past, hoe effectiever je er gebruik van kunt maken.

Software	Soort	Voordelen
Echofon	iPhone App	Start netjes waar je vorige keer bent gebleven. Simpel en gemakkelijk in gebruik
Twitter	iPhone App	Start netjes waar je vorige keer bent gebleven. Als beste getest. Simpel en gemakkelijk in gebruik
Übertwitter	Blackberry App	Roald is er aan gewend
Twitter	Blackberry App	Nadeel: gaat telkens terug naar het eind van je timeline.
Facebook	iPhone App	Werkt gemakkelijk.

Social Media

voor grafici

Software	Soort	Voordelen
LinkedIn	iPhone App	Werkt gemakkelijk.
Hyves	iPhone App	Werkt gemakkelijk.
Tweetdeck	iPhone App	Synchroniseert met Tweetdeck op je computer.
HootSuite	iPhone App	Synchroniseert met HootSuite op het web.
TinyTwitter	Samsung App	Heldere, simpele app. Ook op andere telefoons te gebruiken.
IM+	App voor meeste smartphones	Simpel en goed overzicht en support de meeste telefoons. Je kunt onder andere gebruikmaken van Twitter en Facebook accounts. Helaas wel een betaalde App.



Succesvolle Praktijkvoorbeelden

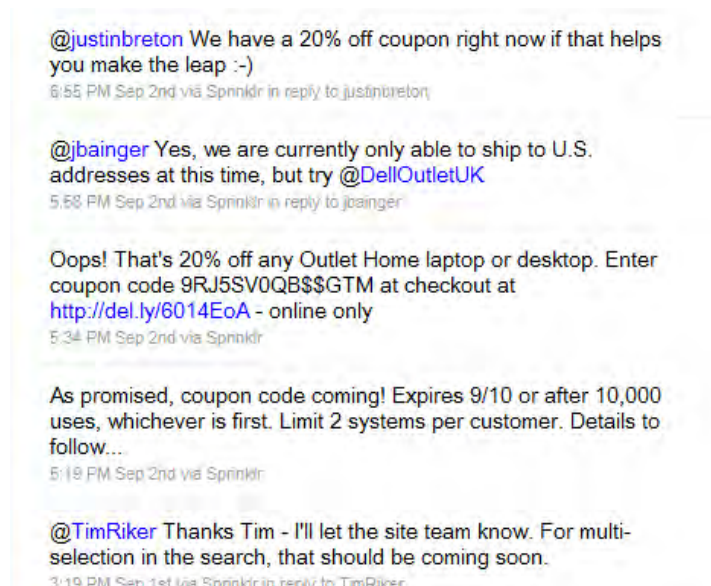
Praktijkvoorbeeld 1: Dell.com

Wereldwijd fenomeen - Twitter & Blog

Het electronica concern Dell is een van de bekendste voorbeelden hoe je via Social Media je merk kunt verbeteren. Dell speelde al vroeg in op Social Media, doormiddel van hun blog Direct2Dell en Twitter.



Door deze kanalen in te zetten om te luisteren naar hun klanten, hebben ze al meer dan 350 ideeën van hun eigen klanten geïmplementeerd in hun product- en bedrijfsontwikkelingen. Ook doordat het makkelijk is om contact op te nemen en vragen te stellen aan het bedrijf via Social Media, waarop ze vrijwel altijd op reageren, kweken ze goodwill van hun klant en verbeteren ze hun imago.



Dat is pas interactie met je klant, stel je voor hoe je hiermee je klantenkring bindt en vergroot. Bijna elk onderdeel van hun organisatie gebruikt Social Media om naar de klant te luisteren en verbinding aan te gaan. Ook de helpdesk is daar enorm actief in, door mee te praten in het dialoog tussen mensen.

Praktijkvoorbeeld 2: Toob Alers

Buro Toob - Twitter

Toob Alers is zelfstandig ondernemer. Zijn bedrijf Buro Toob, een conceptueel reclame- en mediaburo, bevindt zich in Hazerswoude-Dorp en telt 12 medewerkers. Sinds begin 2010 is Toob actief geworden in de wereld van Social Media, onder andere door het organiseren en volgen van een workshop van Rick.



Toob heeft inmiddels voor hem de perfecte balans gevonden tussen persoonlijk en zakelijk Twitteren. Hij beheert 5 accounts. Zijn hoofdaccount naam is Buro_Toob, de naam van zijn bedrijf, maar als full name heeft hij zijn echte naam, Toob Alers.

Je ziet veel tweets van Toob over wat hij de dag heeft gedaan. Dit kan zijn dat hij gesport heeft, maar ook info over een nieuw zakelijk project. Door dit goed te balanceren is het erg persoonlijk en tastbaar voor zijn klanten.

Zo, zaterdag! Kamer veranderen dus nieuw interieur uitzoeken in Edam 't Klooster. Mooie zaak vrouw Ronald de Boer. Dat wordt [#voetbalkorting!](#)
9:53 AM Sep 11th via Echofon

Waanzinnige ontwikkeling in School voor Co-creatie veel en hard werken maar ontzettend waardevol, kleine groep maar sterk. 2011 wordt ons j...
9:32 PM Sep 10th via LinkedIn

Inmiddels heeft Toob meerdere opdrachten en nieuwe klanten gekregen door te Twitteren. Zo ook in dit voorbeeld: voor zijn 50e verjaardag regelde zijn vrouw voor hem een meerdaagse proefrit in een BMW X6 Hybrid. Door het verloop als verslag van deze proefrit volledig te twitteren, inclusief foto's en gesprekken met andere Twitteraars, trok hij de aandacht van BMW Alphen en Woerden.

Dit resulteerde in een opdracht!

Praktijkvoorbeeld 3: Roald van Buuren

Fnatic - Twitter & Facebook

Ruim drie jaar geleden werd onze eigen Roald aangesteld als hoofdredacteur van Fnatic, het nummer een game team van de wereld, met honderd duizenden fans van over de hele wereld.



Drie jaar geleden werd er nog niet veel gebruik gemaakt van promotie via Social Media in de professionele gaming niche, maar dankzij een persoonlijke passie van Roald is Fnatic een van de eerste game teams geworden die succes behaald via Twitter en Facebook.

De grootste omzet voor Fnatic op dit moment komt van advertenties op hun eigen websites. Voordat Fnatic met Social Media begon, had de site maandelijks rond de 60.000 unieke bezoekers. Nu, vooral dankzij Twitter en Facebook, heeft Fnatic bijna een half miljoen unieke bezoekers per maand.

Hoe is dit zo snel toegenomen? Simpelweg door veel testen, afstellen en het belangrijkste: goed communiceren met de fans, volgers en klanten via Social Media.

Dankzij platformen als Twitter en Facebook kan Fnatic makkelijk vragen peilen bij hun fans over hun gedachten. Die kunnen op een persoonlijke en ontspannen wijze praten met de mensen die aan de touwtjes trekken.



Roald vraagt vaak via Facebook, die nu meer dan 15.000 volgers heeft, hoe ze hun website en Social media content kunnen verbeteren. Hier komen veel nuttige reacties op, die de content verbeteren, waardoor er weer extra hits op de site komen en het voor adverteerders nog interessanter is om een plekje op de site te krijgen.

Social Media tips

die ook jij direct kunt toepassen

Tip 1: Tijd besparen

Het is natuurlijk de bedoeling dat Social Media je leven naast leuker vooral ook makkelijker maakt. Maar, voor je er erg in hebt, kost het zeeën van tijd. In onze nieuwsbrief besteden wij altijd veel aandacht aan tijdbesparende mogelijkheden van Social Media.

Zo kun je met behulp van lijsten en #keywords veel selectiever informatie krijgen. Je hoeft dus niet ellenlange lijsten door te zoeken voordat je de juiste info gevonden hebt.

Probeer je Social Media-momenten ook gewoon in je dagindeling in te plannen en pak verloren momenten om berichten te beantwoorden of door te lezen.

Vergeet ook niet dat je door Social Media ook tijd op andere vlakken bespaart. Onder andere de normale vorm van acquisitie, het bijhouden van vakkennis en het beheren van relaties met klanten.

Tip 2: Het netwerk van je netwerk

Veel Social Media sites kunnen jouw adresboek doorzoeken -nee, voel je niet bezwaard- op mensen die al aanwezig zijn. Je zult verbaasd zijn hoeveel mensen je tegen komt. Bovendien kun je zelf bepalen of je die mensen ook werkelijk toevoegt.

De kracht van Social Media zit 'm overigens niet in de mensen die je direct kent (1^e lijn), maar de kring daaromheen: De mensen die jouw relaties kennen (2^e lijn). En dan ineens wordt de meerwaarde heel goed zichtbaar:

Stel, jij hebt 100 LinkedIn Connecties. Al die mensen volgen bijvoorbeeld gemiddeld ook weer 100 mensen (na aftrek van de overlap). In één klap ben jij dus verbonden met 10.000 mensen. En niet zomaar, nee, deze 10.000 mensen zijn dus al gekeurde, gescreende mensen van jouw directe relatie.

Social Media

voor grafici

Het moet dus jouw doel zijn op een slimme wijze met de interessante mensen uit deze tweede kring in contact te komen. Houd in je achterhoofd dat deze mensen ook weer mensen kennen: De derde kring ($10.000 \times 100 = 1.000.000$).

Tip 3: Wees sociaal

Social Media gaat over het verbinden van mensen en marketing “oude-stijl” past daar niet in. Je interesseert mensen door jouw eigenschappen, producten en karakter voor zichzelf te laten spreken.

Succes moet je gegund worden!

Tip 3: Vind balans

Uiteraard mag je spreken over jouw bedrijf, het is tenslotte een groot onderdeel van je leven. Een ander onderdeel van je leven is je privé. In Social Media breek je het muurtje tussen werk en privé langzaam af, omdat het niet apart te zien is. Beiden lopen in elkaar over. Vertel dus over persoonlijk, opinie en zakelijk.

Tip 4: Investeer

Iedereen heeft een netwerk van familie, vrienden, kennissen, collega's, enz. Dit is vaak een sterk en hecht netwerk waarin je flink (sociaal) hebt geïnvesteerd. Om je online netwerk te laten groeien, in omvang en kracht, dien je te investeren. Zowel in tijd, energie als in het prijsgeven van informatie.

Maak je online netwerk net zo sterk als je huidige netwerk!

Tip 5: Creatief

Ben jezelf en wees creatief. Jouw uitingen zullen, als ze authentiek zijn, eruit springen bij mensen die zich met jouw ideeën identificeren. Creativiteit zal anderen verrassen en ze interesseren voor wat je te bieden hebt.

Val dus op in de stroom!

Social Media

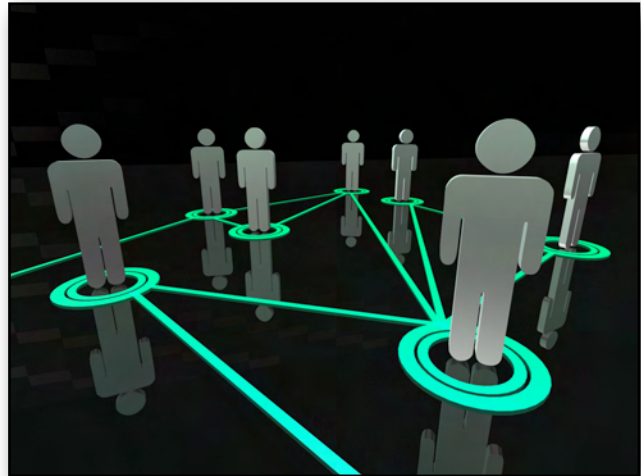
voor grafici

En nu verder...

Is het nu echt allemaal zo simpel als hiervoor beschreven is? Gewoon deze tips toepassen en het stroomt klanten binnen via Social Media?

Nee, zeker niet:

Veel van deze tips, zijn best wel lastig. Het is niet eenvoudig om te balanceren tussen de juiste keuzes en daarnaast het overzicht te behouden.



En als blijkt dat je eigen manier van Social Media gebruik beter uitpakt voor jou, dan moet je dat gewoon doen. Tenzij je wensen toch anders liggen.

Je kunt veel fouten voorkomen door goed onderbouwd aan de slag te gaan. Stel daarom met behulp van ons e-book een sterke Social Media strategie op en gebruik deze als richtlijn gedurende het hele proces en daarna.

Dus, wat wil jij?

- Wil je meer weten over dit onderwerp?
- Wil je het graag eens samen met een professional hierover hebben?
- Kies je ervoor om de tips van experts te volgen?
- Kunnen wij je helpen een goed Social Media plan te vormen?
- Heb je aanvulling, tips, etc? Laat het ons weten

Houd dan onze nieuwsbrief en website goed in de gaten! We blijven continu met nieuwe, verrassende technieken en mogelijkheden komen, zodat jij je steeds verder kunt ontwikkelen op het gebied van Social Media.

Vond je dit e-book interessant?

Dan vind je dit waarschijnlijk nog veel interessanter:

www.socialgrafisch.nl/socialmedia-master/

Bonus

Extra hulpmiddelen



Nieuwsbrief Social Grafisch

Meld je aan op de nieuwsbrief van SocialGrafisch om op de hoogte te blijven van nieuwe ontwikkelingen over Social Media. Ook mailen we regelmatig handige tips en tools. Zo krijg je dingen te weten die je anders zou missen!

[Meer over onze nieuwsbrief vind je hier.](#)



Workshops

Periodiek geven wij verschillende workshops in kleine gezelschappen waarin de basics van Social Media worden uitgelegd. Omdat we alleen met kleine groepen werken, kun je hier ook terecht met jouw persoonlijke vragen en dingen waar je tegenaan loopt. Workshops kunnen ook op maat gegeven worden.

[Meer over de workshops vind je hier.](#)



Twitter Masterclass

Regelmatig organiseert SocialFamily Twitter Masterclasses op unieke locaties. Houd onze website in de gaten voor nieuwe events. Een masterclass kan ook voor jou op maat georganiseerd worden.

[Meer over de masterclasses vind je hier.](#)



Nieuwe e-books

Regelmatig komt SocialFamily met e-books over Social Media mogelijkheden. We onthullen je waarom het slim is deze goedkope vorm van klantcontact toe te passen aan de hand van praktijkvoorbeelden en heldere theorie.

[Houd de nieuwsbrief in de gaten.](#)

Social Media

voor grafici

Links

Social Grafisch

- [Twitter Cheatsheet](#)
- [Facebook Cheatsheet](#)
- [Nieuwsbrief](#)

Social Media platforms

- [Twitter](#)
- [Linkedin](#)
- [Facebook](#)
- [Hyves](#)
- [Youtube](#)
- [Flickr](#)
- [Deondernemer](#)
- [Hallo!](#)
- [Higherlevel](#)
- [Mindz](#)
- [MySpace.com](#)
- [Plaxo](#)
- [Foursquare](#)
- [Wie o Wie](#)
- [Skype](#)
- [Wordpress.org](#)
- [Wordpress.com](#)
- [Blogger.com](#)
- [Typepad.com](#)
- [Digg.com](#)
- [Stumble Upon](#)

Social Media tools

- [Twittercounter](#)
- [Hootsuite](#)

- [Tweetdeck](#)
- [Twitter app database](#)

Interessante artikelen / personen

- [Wat zou Google doen?](#)
- [Socialnomics](#)
- [Seth Godin](#)
- [Alltop](#)
- [Hubspot.com](#)
- [TED.com](#)

Overige

- [SXC Fotosite](#)
- [Vergelijk.nl](#)
- [Kieskeurig.nl](#)
- [Independer.nl](#)
- [Wikipedia](#)
- [Slideshare](#)
- [Google Talk](#)
- [Bing](#)
- [Google](#)
- [Flipboard](#)
- [Todoist](#)
- [Remember The Milk](#)
- [Issuu](#)
- [Google Apps](#)
- [Gmail](#)
- [Prezi](#)
- [Tungle](#)
- [Dropbox](#)
- [Google Maps](#)