

# SOCIALE MEDIA ALS PLATFORM VOOR JE MARKETING

Via sociale media hou je contact met bestaande klanten en trek je nieuwe mensen aan. Je deelt weetjes, nieuwigheden in je aanbod of gewoon een leuke foto. Zo krijgt je bedrijf een gezicht en zien mensen je winkel geregeld voorbijkomen tijdens het scrollen. Het is dus een plaats waar je een breed publiek bereikt. Helemaal gratis bovendien. Met deze tips en tricks haal je het maximale uit sociale media.



## Win-win voor jou en de klant



- Je deelt leuke nieuwtjes en beelden met je (potentiële) klanten.
- Je hebt een gratis platform om producten te promoten.
- Je klanten maken kennis met je aanbod en krijgen zin om je winkel te bezoeken.

## tips & tricks

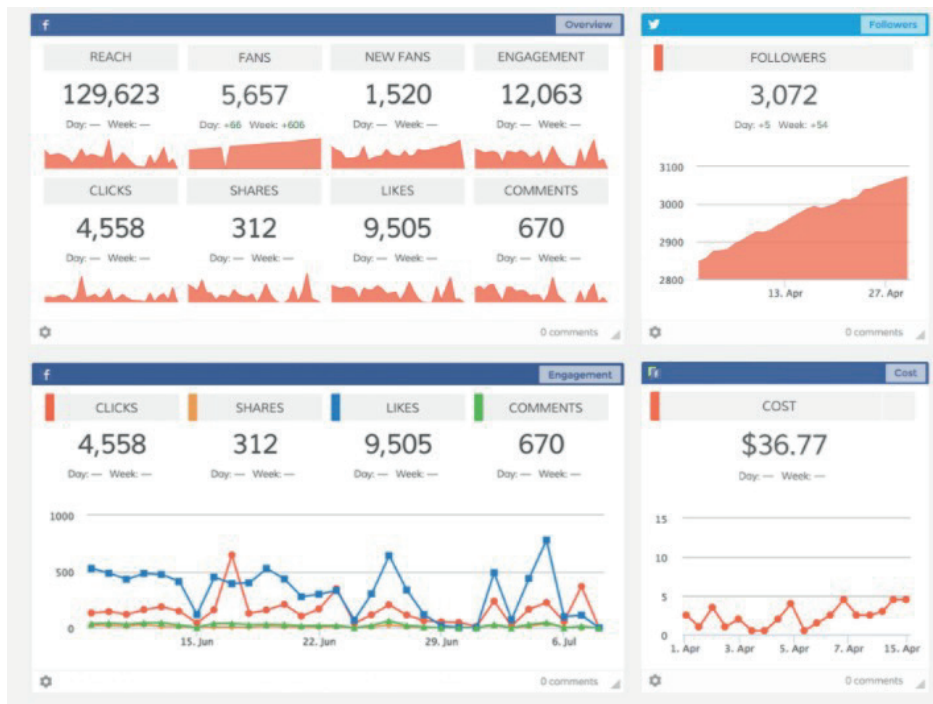
### 1 Ken je doelgroep

Wie wil je precies bereiken met je posts op sociale media? En wat willen zij zien of te weten komen over jouw winkel? Pas de inhoud, de vorm en de toon van je berichten aan op je doelgroep. Zo bereik je het grootste effect. Vergeet niet dat je aanpak per medium lichtjes anders is. Facebook-gebruikers zijn bijvoorbeeld wat ouder dan Instagrammers en LinkedIn richt zich op het professionele leven.

Platform	Type berichten	Voorbeeld post
Facebook	Zakelijk en entertainend	Productvoorstelling of blik achter de schermen
Instagram	Vooral entertainend	Video's of foto's, met hashtags
LinkedIn	Vooral zakelijk	Bedrijfsnieuws en delen van blogberichten

## 2 Meet je succes

Breng de resultaten van je berichten in kaart en trek er lessen uit. Bepaal om te beginnen waarop je posts evalueert. Kijk je naar het aantal likes, het aantal shares of het aantal bezoekers? Je statistieken bijhouden doe je het best via een dashboard tool, zoals Dasheroo. Daarop zie je in een oogopslag welke berichten het goed doen bij je (potentiële) klanten.



## 3 Wees geduldig

Een succesvolle post resulteert niet meteen in hogere verkoop, maar laat klanten wel aan jou denken wanneer ze op een later moment je product nodig hebben.

## 4 Laat je inspireren

Je hoeft het warm water niet zelf uit te vinden. Het is best oké om even te gluren bij de burens, zolang je er duidelijk je eigen stempel op drukt, of om oudere posts van jezelf vanonder het stof te halen en te herwerken. Succesvolle socialemediakanalen van concurrenten zijn een waardevolle bron van inspiratie. Je ziet snel wat goed scoort bij een vergelijkbare doelgroep. Maak dus gretig gebruik van die info.

## 5 Stel een contentkalender op

Met een persoonlijke contentkalender breng je regelmaat en variatie in je sociale media. Je bepaalt hoe vaak je post en vult je kalender geregeld aan, zodat je in de drukte van de dag niet vergeet iets te delen met je online publiek.



Wist je dat je berichten vooraf kan inplannen om op een welbepaald moment te verschijnen? Zo pak je sociale media efficiënt en gestructureerd aan.

## 6 Wissel voldoende af

Wat je deelt op sociale media kan vele vormen aannemen. Een tekstbericht, een foto, een video of een poll, waarbij je de mening van je klanten vraagt: het zijn enkele van de meest voorkomende types berichten. En ook de inhoud verschilt: van commercieel (zoals een product voorstellen) tot persoonlijk en entertainend (zoals een blik achter de schermen). Door veel te variëren, hou je bezoekers geboid. Snel extra volgers werven? Organiseer een like-en-deel-actie of een giveaway. Succes verzekerd!

## 7 Link online met offline en omgekeerd

Van je sociale media een echte hefboom voor je merk maken? Toon iedereen eenvoudig de weg naar je kanalen. Heb je flyers, visitekaartjes, affiches, ...? Verwijs door naar je website, maar ook naar je sociale media. Voeg de herkenbare icoontjes van Facebook, Instagram en Twitter ook toe op je site en in de handtekening van je e-mails. Zo geniet iedereen mee van je fijne posts.

## 8 Gebruik veel en duidelijke beelden

Beelden trekken sneller de aandacht dan tekst. Gebruik dus veel foto's en video's. Bij voorkeur gebruik je foto's die je zelf maakte of waar je zelf op staat. Je klanten houden namelijk van persoonlijke content.



Heb je geen eigen beeld voor een bepaald thema? Zoek online naar stockfoto's. Dat zijn foto's van anderen die je mag gebruiken tegen een vergoeding (of zelfs gratis).

## 9 Tag mensen, merken of bedrijven

Zo link je anderen aan jouw zaak en verschijn je ook op hun profiel. Twee vliegen in één klap.

## 10 Ontwikkel een herkenbare stijl

Door hetzelfde logo, een kleurenschema of schrijfstijl consistent te gebruiken, herkennen mensen je posts en je merk. Herkenbaarheid is een belangrijke succesfactor voor je sociale media. Bol.com is bijvoorbeeld meester in herkenbaarheid.



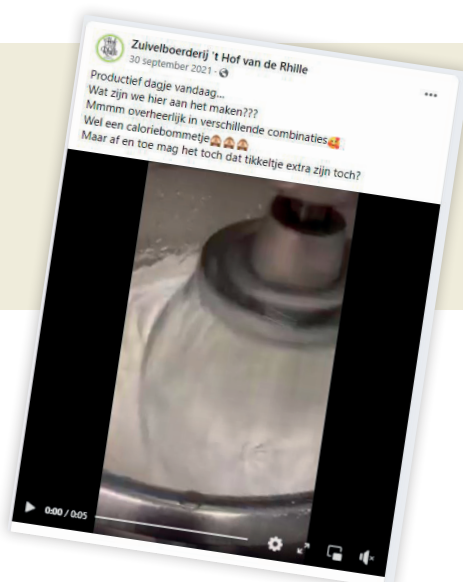
## 11 Zet aan tot (inter)actie

Last, maar zeker not least: lok (inter)actie uit bij je volgers. Vraag om je pagina of bericht te liken of te delen om kans te maken op een prijs. Organiseer een poll, waar je naar de mening van je klanten vraagt. Of vraag om een zin aan te vullen. Zo engageer je volgers om ambassadeur voor je merk te worden.

### Lees meer over

... je eigen contentkalender template op **Coosto**.

... het vooraf inplannen van berichten in de fiche **Planning van je posts op sociale media**.



PRINTSCREENS Moore, 't Goed ter Heule, 't Hof van de Rhille

Het plattelandsontwikkelingsproject SPRONG (Stroomlijnen Processen & Rendement Optimalisatie leidt tot beter Netwerk & Groei) kwam tot stand met steun van VLM, de Provincie West-Vlaanderen en het ELFPO, Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling: Europa investeert in zijn platteland.