

## De kansen en toekomst van sociale media

# Twitter en LinkedIn in het groenbedrijf

Het lijken wel modewoorden; Twitter, LinkedIn en Facebook. Maar het principe achter deze sociale media zal niet meer uit onze samenleving verdwijnen. Om bedrijven inzicht te geven in hoe zij deze nieuwe vormen van communicatie toe kunnen passen, gaf sociale media expert Nancy van der Vin van Filter Communicatie de afgelopen maanden presentaties aan vrijwel alle VHG-afdelingen. “Verdiep je erin, ga het experiment aan.”

Nancy van der Vin adviseert het landelijk bureau van Branchevereniging VHG al langer over de toepassing en inzet van sociale media. Dus toen er uit vanuit een landelijke afdeling de vraag kwam of zij iemand wisten die iets kon vertellen over nieuwe vormen van communiceren, was de keuze gauw gemaakt. “Inmiddels ben ik al bijna overal geweest”, vertelt Van der Vin.

“Met mijn presentatie probeer ik over te brengen wat sociale media zijn en in welke context je ze moet plaatsen. Het is een nieuwe vorm van openheid, van sneller communiceren. Sociale media zijn geen hype. Of Twitter er over tien jaar nog is, is te betwijfelen maar het denken dat erachter zit, dát is blijvend. Het denken dat de gebruiker aan zet is, dat er wordt gegeven in plaats van

### Wat is wat?

**Twitter** ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)) is een internetdienst waarmee gebruikers korte berichtjes van maximaal 140 tekens publiceren. De activiteit bij het gebruiken van Twitter heet twitteren of tweeten, dat kwetteren betekent. Een geplaatst bericht heet een tweet. Iedere twitteraar kan dankzij mobiele communicatiemiddelen (smartphones, iPad) op elk moment van de dag vertellen waar hij mee bezig is, wat hij van plan is of wat hem bezighoudt. Twitter heeft volgens schattingen rond de 200 miljoen gebruikers. Twitter-profiel Nancy van der Vin: @NancyvanderVin.

**LinkedIn** ([www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)) is een virtueel sociaal netwerk dat is gericht is op vakmensen. Het belangrijkste doel van de website is geregistreerden te laten profiteren van elkaars (zakelijke) netwerk. Het netwerk kan worden gebruikt voor het vinden van een baan, andere personen of zakelijke kansen,

maar ook om contacten te onderhouden. Werkgevers kunnen vacatures plaatsen en mogelijke kandidaten zoeken. Binnen LinkedIn kan eenvoudig informatie worden gedeeld via (kennis)groepen. LinkedIn is gratis maar kent ook betaalde abonnementen die meer mogelijkheden bieden. LinkedIn heeft 90 miljoen gebruikers.

**Facebook** ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) is een sociaal netwerksite voor ‘iedereen’: scholieren, studenten en werknemers en heeft ook een Nederlands- en Friestalige versie. Met Facebook kan er op een eenvoudige manier wereldwijd vriendschappelijke contacten worden gelegd en onderhouden. Facebook is gratis maar heeft een advertentieprogramma waarmee advertenties worden getoond op basis van voorkeuren en gedrag van gebruikers en aan hen via Facebook gelinkte bekenden. Facebook heeft 680 miljoen (!) gebruikers.



Nancy van der Vin

genomen en dat alles op een zo toegankelijk mogelijke manier. Ik probeer bedrijven de mogelijkheden in te laten zien, hen te helpen in te schatten hoe zij daar mee om kunnen gaan.”

### Risico

“Veel ondernemers vinden sociale media een risico en dat kan het ook zijn, maar het is nu eenmaal de wereld waarin we leven”, vervolgt de sociale media expert. “Het draait om gevonden worden op internet, anders besta je niet. Moet je het voor je bedrijf vooral hebben van mond-tot-mondreclame? Prima, maar als er iets is dat je daarbij helpt, is het internet. Of je daarvoor sociale media nodig hebt, is een afweging die je als bedrijf zelf moet maken, maar ik zou ze willen zegen: ‘Verdiep je erin, en ga het experiment aan’. Het gebruik van sociale media is namelijk ook een ideale manier van netwerken. Je haalt er zwakere banden mee aan en kunt mensen die je vaak kent op een eenvoudige wijze benaderen. Bovendien kun je er gemaakte contacten gemakkelijker mee onderhouden. Het is een nieuwe manier van netwerken.”

### Kennis

Naast netwerken is het grote voordeel van het gebruik van sociale media dat er op eenvoudige wijze kennis mee opgedaan kan worden. “Via Twitter volg je mensen en zij volgen jou omdat je interesses deelt en de ander wat gunt.” De vraag blijft echter hoe sociale media toepasbaar zijn in een gemiddeld groenbedrijf. Volgens Nancy van der Vin is dat het geval als bedrijven in staat zijn het

### Sociale media tips:

- Bepaal voor je begint je doel: wat wil je?
- Bepaal een strategie: richt je je op service, op imago of op het delen van kennis?
- Bekijk daarna met welk medium je dat wilt bereiken. Een bestaand zoals Twitter, LinkedIn, Facebook of een combinatie daarvan. Of roep je eigen social media in het leven.
- Zorg voor regelmaat in je berichten.
- Wees alert dat alles wat je doet openbaar is.
- Kijk voor meer informatie ook op [www.filtercommunicatie.nl](http://www.filtercommunicatie.nl) je doet openbaar is.

### Nadelen

Toch is het niet alleen maar rozengeur en maneschijn in de digitale wereld. “Realiseer je dat alles zichtbaar is. Bovendien moet je wel in staat zijn onderhoudend te zijn. Je moet iets te melden hebben en met enige regelmaat interessante content willen delen. Laat dus niet weten dat je je zoon in bad doet, dat is privé, niet zakelijk. Een persoonlijk tintje mag en wordt ook

## Sociale media... zorg voor toegevoegde waarde

te integreren in een bredere aanpak. “Ga dus niet Twitteren dat het mooi weer is en je fijn een tuin gaat onderhouden, maar stel een doel voor jezelf op en communiceer vanuit dat doel. Bijvoorbeeld omdat je bezoekers naar je website wilt krijgen, een autoriteit op een bepaald gebied wilt worden of puur wilt netwerken. Zie sociale media niet als een geïsoleerd iets maar laat het onderdeel zijn van een bredere bedrijfsvoering.”

gewaardeerd, maar het gaat vooral om de toegevoegde waarde die je te bieden hebt. Een interessante zienswijze of out-of-the-boxgedachten. En ja, sociale media kosten tijd maar je moet het dan ook meer zien als onderdeel van je leven. Bovendien, hoeveel tijd kost het je nu al om je klantrelaties persoonlijk te onderhouden?” ■