

'SOCIAL MEDIA', OOK VOOR TUINAANLEG EN GROENVOORZIENING EEN MEERWAARDE

Op 4 december nodigde Groen Groeien Social Media Coach & Trainer Christophe Vancoillie, zaakvoerder van C&N Services uit Pittem uit voor een inleiding over sociale media. Het was niet alleen de bedoeling om online kennis te maken met de sociale media, maar ook de meerwaarde ervan voor de tuinaanlegsector te ontdekken.



Het gaat zeer snel

Om goed te begrijpen wat sociale media zijn en wat de kracht ervan is, moeten we beseffen dat de technologie die we gebruiken om andere mensen te bereiken heel snel verandert. De eerste radio deed er 38 jaar over om 200 miljoen gebruikers te bereiken. Facebook bereikte dit aantal op amper 12 maanden. 'Social media' is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, met geen of weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen en waarbij dialoog mogelijk is tussen de gebruikers.

Populairste sociale media

Er zijn heel wat sociale media op het internet beschikbaar. Het aantal gebruikers van de sociale media bepaalt het succes ervan. De populairste sociale media kanalen op dit moment zijn Facebook, Twitter, LinkedIn en YouTube. Facebook (<http://www.facebook.com>), opgestart in 2004, is het grootste sociaal netwerk ter wereld met als doel vrienden, familie en commerciële partners met elkaar te verbinden. 46.81% van de Belgen gebruikt Facebook. Wereldwijd zijn er bijna 1 miljard gebruikers. Twitter (<http://www.twitter.com>) werd opgestart in 2006 en is een microblog waarmee gebruikers korte berichtjes van maximaal 140 tekens kunnen publiceren. Wereldwijd worden een half miljard tweets verzonden per dag. LinkedIn (<http://www.linkedin.com>), opgestart in 2003, is een zakelijk netwerk dat gericht is op ondernemers. In België heeft LinkedIn meer dan 1 miljoen gebruikers, een verdubbeling sinds 2 jaar. YouTube (<http://www.youtube.com>), is sinds 2003 een website waarop gebruikers video's plaatsen en waarop iedereen filmpjes kan bekijken. Dagelijks worden 4 miljard video's bekeken. Bedrijven gebruiken YouTube ook als kanaal om hun commercials te verspreiden. Pinterest (www.pinterest.com), opgestart in 2010, is een online prikbord waarop je foto's en afbeeldingen die je aanspreken, kunt delen en die van anderen kunt herdelen. Pinterest is het snelst groeiende sociaal medium ooit. In de eerste 9 maanden van zijn bestaan had Pinterest meer dan



10 miljoen gebruikers. Momenteel zijn er dagelijks meer dan 2 miljoen gebruikers.

Wat is het nut van sociale media voor ondernemingen?

Sociale media zijn geen doel op zich maar een middel om de doelstellingen van je onderneming te bereiken. Deze zijn vooral het vergroten van je naam bekendheid en het genereren van traffic op je website. Hierdoor heb je een betere binding met je klanten en trek je nieuwe klanten aan wat zorgt voor een verhoging van de omzet. Hoe kan ik sociale media efficiënt integreren in mijn zaak? Ten eerste dien je de doelgroep te bepalen en te verifiëren via welke kanalen je deze doelgroep wil bereiken. Wat zoeken je klanten? Als je weet wat de markt wil, kan je mee veranderen. Maar sociale media zijn geen advertentiekanaal. Je dient in conversatie te gaan met je publiek of klanten. Maak een onderscheid tussen functioneel en emotioneel. Deel niet alles, maar enkel wat relevant is voor het doel dat je wil bereiken. De succesvolste ondernemers van de toekomst zijn misschien wel gewoon de beste netwerkers.

Ontwikkel een goede 'social media strategie'

Als je weet wat de levensstijl is van je klanten en je weet wat ze willen, kan je bepalen welke sociale mediakanalen het meest geschikt zijn om jouw doelstellingen te bereiken. Een goede 'social media strategie' ontwikkelen is noodzakelijk om je onderneming te promoten. Bepaal ook

welk budget je wil spenderen. Kijk na welke zaken je zelf (intern) wil doen en welke zaken je liever zou uitbesteden aan een externe firma of consultant. Het begint met integratie van de sociale media op uw eigen website. Vraag raad bij je webbeheerder om dit op een goede manier te doen. Sprekende foto's trekken steeds veel aandacht van je doelpubliek. Stel vragen waarop men snel kan antwoorden. Vraag bijvoorbeeld om te reageren op een bepaalde actie op je bedrijf. Geef je fans een kijkje achter de schermen, maar verspreid dan wel een beeld dat representatief is voor je bedrijf. Je kan ook belangrijke berichten in de kijker zetten. Zoek ook naar het meest geschikte tijdstip van de week of tijdens de dag om met je doelgroep in contact te komen. Raadpleeg de statistieken van de pagina's om te zien welke berichten het goed doen. Dit is een zeer goed hulpmiddel om je strategie verder te verfijnen of aan te passen.

Doen of niet?

Als je houdt van sociaal netwerken, een duidelijk doel hebt wat je hiermee wil bereiken en tijd hebt om per dag wat tijd hieraan te spenderen dan is dit iets voor jou. Gebruik de sociale media dan op een slimme manier. Als het niet jouw ding is, je jezelf verplicht voelt, doe het dan niet of laat iemand anders het voor jou doen. ●

< Bron: Social Media Coach & Trainer Christophe Vancoillie

Tekst en foto: Jan Vancayzele