

## Social media

Social media worden in hoog tempo populairder. Voor ondernemingen is het van groot belang op deze ontwikkeling in te spelen.

Begin met het maken van een zorgvuldige keuze uit het social media aanbod. Zoek die media waar de meeste klanten en/of collega's actief zijn. Welke social media geschikt zijn is sectorafhankelijk.

Kijkend naar mijn eigen ondernemingen is voor Stappeno vooral LinkedIn interessant, voor zusterbedrijf Stapfoto (bedrijfsfotografie: [www.stapfoto.nl](http://www.stapfoto.nl)) zijn dat daarnaast ook Facebook, Blogger, Flickr, YouTube en Twitter. Op deze laatste fora zijn namelijk veel fotografen actief.

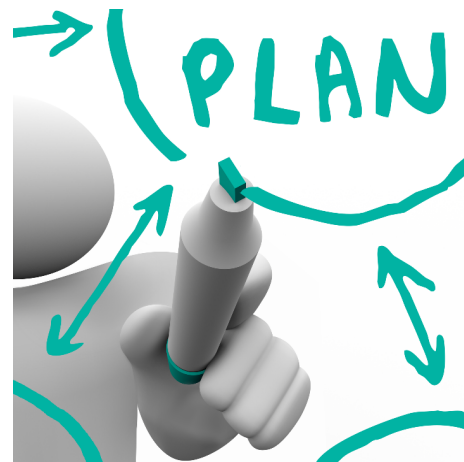
## Meer omzet

R. van der Poel deed onlangs onderzoek naar het gebruik van social media bij het MKB. Daaruit blijkt dat **30% van de MKB-bedrijven social media gebruikt**. Belangrijkste redenen voor deze bedrijven om social media in te zetten zijn het genereren van **meer omzet**, het werven van **nieuwe klantgroepen** en het creëren van een **beter imago**. Ander doelen die genoemd worden: relatiebeheer, marketing-informatie, personeelswerving, en innovatie/inspiratie.

Bijna de helft van de bedrijven geeft aan dat het gebruik van social media ook daadwerkelijk meer omzet opgeleverd heeft. En door een derde van de bedrijven worden een beter imago en nieuwe klantgroepen als resultaat genoemd.

## Stappenplan

Nederland loopt voorop op het gebied van social media. **Werving en selectie** vindt steeds vaker plaats via LinkedIn, actuele kennis komt binnen via weblogs en klanttevredenheid wordt op peil gehouden/gebracht via webcare. Maar hoe pak je dit alles nu aan? Een (verkorte weergave van een) stappenplan:



1. Doelstelling formuleren: wat wilt u bereiken?
2. Waarom denkt u dit doel te kunnen bereiken met social media?
3. Wie wilt u bereiken, wie is uw doelgroep?
4. Wat doet uw doelgroep op welk forum?
5. Bepaal wat uw doelgroep heeft aan uw aanwezigheid op social media. Wat voegt u toe? Niemand zit te wachten op verkooppraatjes via de social media, deel interessante content.
6. Wie gaat de social media opzetten en bijhouden?
7. Zorg voor een congruent verhaal op social media en andere websites. Zorg ervoor dat de uitingen op social media passen bij missie, visie en het beleid van uw organisatie.
8. Koppel b.v. YouTube en Twitter aan elkaar om tijd te besparen.
9. Meet het resultaat van uw inspanningen en stuur eventueel bij.

Deze nieuwsbrief is een uitgave van Stappeno. Heeft u vragen of opmerkingen over onderwerpen in deze nieuwsbrief, neem dan telefonisch contact op met Liesbeth van Asselt op 06 1316 2430 of mail naar [info@stappeno.nl](mailto:info@stappeno.nl).

Hoewel de uiterste zorg is besteed aan de inhoud van deze uitgave, wordt geen aansprakelijkheid aanvaard voor onvolledigheden/onjuistheden, noch voor de gevolgen van activiteiten die worden ondernomen op basis van deze uitgave.

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande toestemming worden vermenigvuldigd of overgenomen.

### Protocol voor werknemers

Als alles dan ingericht is, hoe ga je dan op de werkvloer om met social media? Het is een vraag waar veel organisaties mee worstelen. Enerzijds biedt social media een kans om de organisatie in een goed daglicht te plaatsen, wanneer medewerkers de organisatie onder de aandacht brengen bij hun eigen netwerk op Facebook, Twitter, Hyves. Anderzijds schuilt hier ook een gevaar in. Werknemers zijn zich niet altijd bewust van de impact die een bericht heeft op het imago van de organisatie.

Dergelijke zaken kunnen worden voorkomen door het bepalen van een aantal spelregels en deze vast te leggen in een protocol.

Het CNV en TNT stelden inmiddels dergelijke protocollen op. Ze zijn kosteloos te downloaden via <http://www.cnv.nl/plezier-in-werk/werk-en-internet/social-media-protocol/> en [http://group.tnt.com/Images/20100901\\_TNT\\_Social\\_Media\\_Guidelines-Dutch\\_tcm177-525230.pdf](http://group.tnt.com/Images/20100901_TNT_Social_Media_Guidelines-Dutch_tcm177-525230.pdf)

### Betere werknemer

Het is voor werknemers natuurlijk verleidelijk om overdag onder werktijd even het nieuws op b.v. Facebook en Twitter te checken. Maar ja, dat kost tijd. En tijd is geld. Onderzoek van de Universiteit van Kopenhagen toont echter aan dat internettende medewerkers juist veel beter presteren! De onderzoekers stellen dan ook dat het blokkeren van sites als Twitter niet verstandig is. Actief zijn op social media geeft medewerkers even rust in het hoofd, waarna ze beter werk afleveren. Er wordt gesuggereerd medewerkers internetpauzes te geven. Geen gekke gedachte als je bedenkt dat een bedrijf als Google, dat zijn medewerkers 20% van de tijd laat doen wat ze zelf willen, zeer succesvol is!



### Help!

Weet u na deze nieuwsbrief nog steeds niet goed hoe en waar u moet beginnen? En wilt u toch meer omzet? **Vanaf 1 september is Stappeno in te zetten als 'social media manager'** voor bijvoorbeeld het profileren van uw bedrijf op de arbeidsmarkt en bij potentiële klanten. Alle opleidingen op dit gebied zijn dan afgerond en er is de nodige ervaring opgedaan.

Wat doet een social media manager? Na het doorlopen van de eerste stappen van het stappenplan (die ook nu al tot het gebruikelijke takenpakket van een allround P&O'er behoren), worden de profielen op de diverse fora aangemaakt en gebruikersnamen veilig gesteld. In overleg met de organisatie wordt content geplaatst en gereageerd op berichten van anderen. Er wordt voor gezorgd dat u in beeld komt bij de gewenste doelgroep. Protocollen worden opgesteld in overleg met een eventuele OR, en er vindt integratie met andere communicatiemiddelen plaats. Er zijn vele activiteiten mogelijk, alles is afhankelijk van uw wensen en ideeën!

Meer weten? Mail naar [info@stappeno.nl](mailto:info@stappeno.nl) of bel 06-1316 2430.

Deze nieuwsbrief is een uitgave van Stappeno. Heeft u vragen of opmerkingen over onderwerpen in deze nieuwsbrief, neem dan telefonisch contact op met Liesbeth van Asselt op 06 1316 2430 of mail naar [info@stappeno.nl](mailto:info@stappeno.nl).

Hoewel de uiterste zorg is besteed aan de inhoud van deze uitgave, wordt geen aansprakelijkheid aanvaard voor onvolledigheden/onjuistheden, noch voor de gevolgen van activiteiten die worden ondernomen op basis van deze uitgave.

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande toestemming worden vermenigvuldigd of overgenomen.