






SOCIAL MEDIA Startersgids

Social media - handleiding

Inhoud

Inleiding	3
Webcare = delen en volgen	4
Social media kanalen	5
 Facebook.....	5
Link naar Facebook	5
Kom in actie.....	5
 LinkedIn.....	7
Link naar LinkedIn	7
Kom in actie.....	7
 Twitter.....	9
Link naar Twitter	9
Kom in actie.....	9
 Instagram	11
Kom in actie.....	11
 You Tube.....	13
Uitleg @ - Taggen	13
Uitleg # - Hashtag	13

Hoe word jij online zichtbaar?

Handleiding social media voor 'dummies'

Stel, je hebt een mooie website waar veel kennis gevonden en gedeeld wordt, maar hoe maak je die content – en dus ook jouw organisatie – zichtbaar? In dit document lees je alles over het gebruik van social media. Over de verschillende kanalen, wie deze gebruiken en hoe jij er gebruik van maakt. Doe er je voordeel mee!

Team Stérk.Brabant

Webcare = delen en volgen

Delen is belangrijk, maar vergeet niet te volgen wat je hebt gedeeld. Het volgen van reacties op je post is eigenlijk net zo belangrijk als het plaatsen van je bericht. Vergeet je te reageren, dan ontkrachtig je eigenlijk meteen je boodschap. Heb je even geen tijd om te volgen? Deel dan even niet, maar geef een like en laat het daarbij. Heb je wel de tijd? Dan is reageren op geplaatste berichten en/of berichten waarop je een reactie hebt gekregen een goede manier om zichtbaar te worden. Reacties worden namelijk door het kanaal in kwestie zéér gewaardeerd. Het geeft ook het kanaal een vorm van zichtbaarheid: een Google-crawler detecteert de beweging en zorgt voor vindbaarheid in de zoekmachine (standaard zoekwoorden en # hashtags).

Tip: werk je met een team? Reageer dan altijd persoonlijk met een ^naam achter je bericht.

#hashtags en symbolen

Reageer positief, met respect en probeer altijd te verwijzen naar jouw website of geef een bepaalde hashtag mee aan je bericht. Gebruik zo veel mogelijk #'s met standard zoekwoorden.

Smiley's/symbolen kun je er ook gewoon bij plaatsen, maar let op dat je het niet TE jolig maakt. Het gaat erom dat je gezien wordt en ook jij de ander ziet (2-richtingsverkeer).

Social media kanalen

Facebook

Doelgroep: Breed en divers, op dit moment zijn vooral 30-50 jarigen actief op Facebook. Initiatieven / sociaal ondernemingen én de persoonlijke accounts van initiatiefnemers / sociaal ondernemers

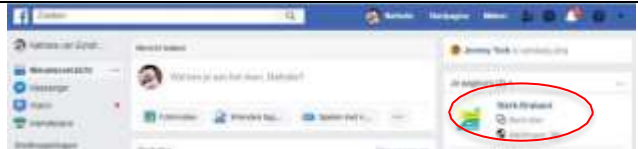
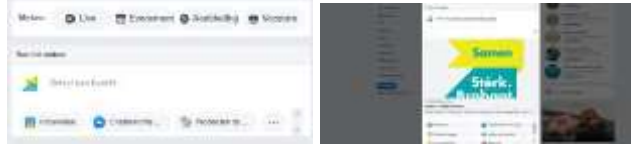
Kenmerken: Heel laagdrempelig, vooral de feelgood berichten. Berichten zijn meer gericht op emotie en het WIJ gevoel dan op het delen van de kennis. Gemakkelijk medium om in te zetten voor verhalen, films en ervaringen. Altijd teasers gebruiken en uitnodigen voor meer info naar website.

Op Facebook

1. Facebook leent zich perfect voor het delen van **verhalen**. Het is laagdrempelig en heeft een sterk "ons kent ons" gevoel. Je kan in een bericht heel gemakkelijk initiatiefnemers / volgers / betrokkenen **taggen**. Je laat emotie, passie en gedrevenheid zien door middel van quotes, foto's en korte filmpjes. Doordat je de personen tagt zal het bericht goed gedeeld worden. Want wat is er nou leuker te delen dan een positief bericht waarin een vriend/vriendin/familieelid aandacht krijgt voor zijn/haar inzet voor een initiatief?
2. Het is ook mogelijk om **evenementen** op facebook aan te kondigen. Als we info over een event plaatsen geven we altijd de link naar de website om meer te lezen en aan te melden.
3. **Waardering** is gemakkelijk te uiten door het duimpje (like) of ander emoticon aan te klikken
4. Volgers kunnen bij het bericht (de post) gemakkelijk een opmerking plaatsen. Zo krijg je op een laagdrempelige manier snel interactie. Personen/instanties kun je taggen en op die manier snel een grote groep van berichten of reacties op de hoogte brengen. Altijd uitnodigen om naar onze website te gaan voor meer informatie en online samenwerken.
5. Met pijltje delen krijg je de optie om op meerdere manieren te delen. Als je kiest voor de optie: **Delen** - dan deel je het bericht met je eigen Facebook vrienden/netwerk en heb je nog de mogelijkheid om er een opmerking bij te zetten. Vergeet dan niet de juiste # (hashtag) toe te voegen.








Kom in actie

Plaats zelf een bericht, met als afzender jouw organisatie, op Facebook

<p>Op je eigen startpagina vind je de link naar de omgeving van jouw organisatie. Klik op die link.</p>		
<p>Je kan direct beginnen met het schrijven van een nieuw bericht. Als je een url plakt dan wordt de pagina waarnaar je linkt direct getoond. Voeg een foto of video toe door op de button te klikken.</p>		

<p>Zorg voor wederkerigheid. Maak het bericht persoonlijk door met een ^ en je naam af te sluiten. Natuurlijk niet verplicht in een bericht maar zo bouw je wel mee aan het community gevoel, vertrouwen en wederkerigheid.</p>	
<p>Deel de link van je geplaatste bericht met je collega's. Klik na plaatsing op de tijd van plaatsing.</p>	
<p>Kopieer de url tot en met de ...? Plak de url in een WhatsApp bericht. Dan volgt de actie...delen maar :)</p>	

Deel zelf een bericht, met als afzender jouw organisatie, op Facebook

<p>Op de pagina van een initiatief óf op jouw startpagina zie je een bericht. Dit wil je delen op de Facebookpagina van SterkBrabant.nVoordat je op "delen" klikt pas je eerst de afzender aan.</p>	
<p>Klik op het driehoekje naast je profielfoto en kies de pagina van jouw organisatie.</p>	
<p>Pas als het icoontje ons logo aangeeft klik je op Delen. Hier kies je ..op een pagina.</p>	
<p>Voeg een persoonlijke of vakinhoudelijke tekst toe. Sluit het bericht af met ^..naam (wenselijk) en altijd met de standaard voor SterkBrabant gebruikte hashtags. #!!</p>	
<p># Hashtags standaard Je kan ook nog # op thema of inhoud toevoegen. Bv. #Corona, #eenzaamheid #dementie #ouderen #..... Dit vergroot onze vindbaarheid.</p>	
<p>Deel de link van je geplaatste bericht met je collega's. Klik na plaatsing op de tijd van plaatsing.</p>	
<p>Kopieer de url tot en met de ...? Plak de url in een WhatsApp bericht. Dan volgt de actie...delen maar :)</p>	



Doelgroep: (sociaal) ondernemers, onderwijs, overheid en initiatiefnemers van burgerinitiatieven. Leeftijd ca. 25 t/m 55 jaar. Gericht op acquisitie en het delen van kennis en ervaringen.

Kenmerken: LinkedIn wordt vooral gebruikt als online visitekaartje en voor het onderhouden van zakelijke contacten. We kunnen ons hier richten op de warme acquisitie. Ons doel is traffic naar onze website. Het delen van de kennis staat voorop. Maar het geven van pluimen (taggen van kennispartners) en het uitnodigen voor meer interactie zijn belangrijke acties op dit kanaal. Geef ^persoonlijke reacties op/met inhoud en blijf de interactie volgen (bij webcare).

Op LinkedIn

1. LinkedIn is een belangrijk sociaal medium wat zich richt op kennis en inhoud. Je kan je waardering uiten door een icoontje te kiezen: duim / interessant, klappen / gefeliciteerd, hartje / geweldig, lampje / verhelderend, gezichtje / nieuwsgierig.
2. Je plaatst er uitnodigingen voor evenementen en deelt er de nieuwsbrief en teasers van video's met de link naar onze site om daar de volledige artikelen te lezen en video's te bekijken.
4. Het is belangrijk dat je inhoudelijke documenten/artikelen deelt met een persoonlijke uiting van waardering of interesse.

Kom in actie

Plaats zelf een bericht, met als afzender jouw organisatie, op LinkedIn

<p>Op je eigen startpagina vind je, in de linkerkolom, de link naar de omgeving van jouw organisatie. Klik op die link.</p>	
<p>Je kan direct beginnen met het schrijven van een nieuw bericht.</p>	
<p>Als je een url plakt dan wordt de pagina waarnaar je linkt direct getoond. Soms is het getoonde beeld van een pagina niet heel sprekend. Je kan het gemakkelijk aanpassen door op het pennetje te klikken en een andere foto van je computer te uploaden.</p>	
<p>Als je op volgende klikt kom je weer op het begin scherm. Je kan de URL verwijderen. De link wordt bewaard. Begin met het schrijven van je bericht.</p>	
<p>Maak het bericht persoonlijk door met je SterkBrabant handtekening af te sluiten. Zo bouw je mee aan het</p>	

<p>community gevoel en je geeft meteen de link naar onze website voor meer info of contact.</p>	
<p>Vergeet ook hier niet de standaard hashtags én op thema / inhoud toe te voegen. Bv. #Corona, #eenzaamheid #dementie #ouderen #..... Dit vergroot onze vindbaarheid.</p>	
<p>Deel de link van je geplaatste bericht met je collega's. Klik na plaatsing op de 3 puntjes en kies de optie; Link naar bijdrage kopiëren. Plak de url in een WhatsApp bericht. Dan volgt de actie...delen maar :)</p>	

Deel zelf een bericht, met als afzender jouw organisatie, op LinkedIn

<p>Op jouw startpagina zie je een bericht wat je wil delen met de volgers van jouw organisatie op LinkedIn.</p> <p>Klik op Delen.</p> <p>Klik op het driehoekje bij je naam om een ander account te selecteren.</p>	
<p>Begin met schrijven van een persoonlijk of vakinhoudelijk bericht. Sluit af met je jouw organisatie handtekening of ^naam. Vergeet niet te taggen (@...) en voeg hashtags (#sterkbrabant) toe. Klik op plaatsen.</p>	
<p># Hashtags standaard Je kan ook nog # op thema of inhoud toevoegen. Bv. #Corona, #eenzaamheid #dementie #ouderen #..... Dit vergroot onze vindbaarheid.</p>	
<p>Deel de link van je geplaatste bericht met je collega's. Klik na plaatsing op de 3 puntjes en kies de optie; Link naar bijdrage kopiëren. Plak de url in een WhatsApp bericht. Dan volgt de actie...delen maar :)</p>	



Doelgroep: Breed en divers, nadruk op media, snelle info halen en brengen. 25 t/m 65 jaar



Kenmerken: Op Twitter plaats je in 140 tekens jouw gedachte, oproep, idee, nieuws, link, weetje of actie. Handig om te triggeren en door te linken naar site. Zoeken op # en volgen van trends. Zeer vluchtig medium. Gebruiken door een korte teaser te geven en uitnodigen voor meer info op website.

Op Twitter

1. Op Twitter kun je veel **informatie halen**. Het zijn allemaal korte berichten met vaak een link naar meer informatie.
2. Je kan **triggeren en doorlinken** om voor meer kennis, event of interactie door te klikken naar onze community / website.
3. Je kan met de juiste tags op Twitter snel een geïnteresseerde doelgroep **bereiken en informeren**. Laat weten wat je aan het doen bent, met wie en vooral waarom. Je vertelt iets over de inhoud maar niet alles. De rest lezen ze op onze website.

Kom in actie

Plaats zelf een bericht, met als afzender jouw organisatie, op Twitter

Log in bij Twitter	Of maak een account
<p>Begin met de link naar waar je wilt verwijzen. Zo zie je meteen hoeveel tekens je nog over hebt.</p>	
<p>Schrijf een kort bericht. Hoeven niet altijd volzinnen te zijn, je hebt 140 tekens (of dat wat er over is na plaatsing van URL).</p> <p>Voeg altijd een afbeelding of stukje video toe. Dit verhoogt de zichtbaarheid. Twitter is vluchtig. Je moet opvallen.</p> <p>Vergeet niet de hashtags toe te voegen. Ook op thema; #samensterk wordt tijdens de coronacrisis bijv. veel gebruikt. Als het enigszins relevant is maak dan gebruik van bestaande actuele hashtags; het verhoogt de vindbaarheid.</p> <p>De @... is ook hier om een persoon</p>	

<p>Klik na plaatsing op de tijd van plaatsing. Kopieer de volledige URL, plak de url in een WhatsApp bericht. Dan volgt de actie...delen maar :)</p>	
--	--

Deel zelf een bericht op Twitter en tag jouw organisatie

<p>Als je Twitter een eigen account hebt kun je dit koppelen met het account van jouw organisatie. Zo kun je makkelijk switchen, net zoals op Facebook.</p> <p>Rechtsonder op de pagina zie je het V icoontje. Klik daarop en kies; Een bestaand account toevoegen. Vul je naam en wachtwoord in en de accounts zijn verbonden.</p> <p>Let nu wel goed op welk account actief is voordat je gaat reageren.</p>	
<p>Uit je waardering voor de tweet/actie door op het hartje te klikken.</p>	
<p>Wil je zonder commentaar delen met je netwerk kies dan het icoontje met de 2 pijltjes en kies Retweeten. Het bericht wordt dan direct gedeeld als persoonlijke uiting zonder bericht aan jouw volgers.</p>	
<p>Wil je een eigen tekst bij de bestaande tweet zetten kies dan het icoontje met de 2 pijltjes en kies Retweeten met reactie. Je krijgt nu zelf 140 tekens om je waardering/motivatatie toe te uiten. @ is taggen en vergeet de #. niet. :)</p>	
<p>Met beantwoorden reageer je direct naar de zender. Let op: dit is voor iedereen zichtbaar en anderen kunnen daar weer op reageren.</p>	
<p>Met het bakje/pijltje krijg je de volgende mogelijkheden. Enveloppe = DM.. direct message aan tweeteigenaar Bladwijzer = zet je het bericht op je pagina URL kopie = handig om te delen op ander media</p>	
<p>Achter de zwart gedrukte naam van de zender staat de Twitternaam. @.... gebruik deze om te taggen. En....denk aan de # Hashtags. :) Zie mooi voorbeeld bericht van Gabie.</p>	



Doelgroep: Vooral jongeren tussen de 15 en 30 jaar. Gericht op emotie door beeld. Vol influencers

Kenmerken: Instagram is bekend om het delen van beeld en de hashtags (#...) die gebruikt worden om meer zichtbaarheid te creëren en gevonden te worden op zoektermen die voor jouw onderwerp relevant zijn. Doorlinken naar gedeelde content gaat via; Link in bio. Alleen in het profiel (bio) kun je een link plaatsen. Deze link verwijst naar een pagina op onze website. Deze is alleen zichtbaar via die specifieke link, hier leest de bezoeker de gedeelde content en kan later doorklikken naar de website.

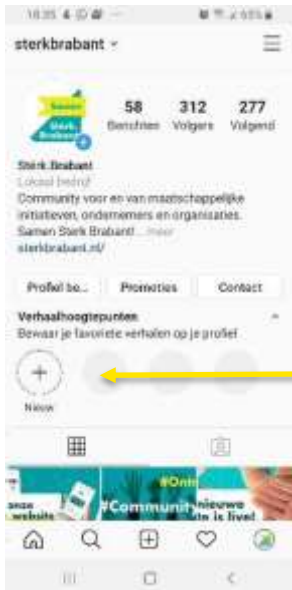


Op Instagram

1. Op Instagram deel je een verhaal/emotie/passie aan de hand van foto's en (live)filmpjes. Je probeert de foto het verhaal te laten vertellen.
2. Hashtags horen bij Instagram. Maximaal 30 hashtags zijn toegestaan maar ik zou adviseren om er maximaal 15 te gebruiken. Wees creatief en denk breed. (#verzinhetmaar #houhetonderwerpcentraal #laagdrempeligmethumor).
3. Verbind en betrek geïnteresseerden door ze te taggen (@naam @initiatief).
4. Voordat je de foto plaatst krijg je nog de keuze om het bericht ook op een ander kanaal te delen. Als je zelf Facebook hebt komt hier vaak een technische verwarring. Deel je jouw organisatie post dus alleen op Instagram en niet ook op Facebook, Twitter of Tumblr.
5. Uit je waardering door op het hartje te klikken of plaats een korte reactie.
6. Bekijk regelmatig de reacties op je geposte foto's door "jouw" initiatieven en like ze door het mini-hartje aan te klikken.
7. Wil je verwijzen naar een bericht wat op onze website staat, vermeld dan in je bericht: *Link in bio. De gebruiker weet dan dat ze naar ons profiel op instagram moeten gaan om daar de link naar de pagina aan te klikken. De Link in bio pagina is een verborgen pagina op jouw website.

Kom in actie

Plaats zelf een bericht, met als afzender jouw organisatie, op Instagram

<p>Instagram is van Facebook. Dus als je een Instagram account hebt kun je het gemakkelijk linken met jouw organisatie. Klik op het V icoontje.</p>	
<p>Kies account toevoegen. Account + wachtwoord</p>	

<p>Je bent nu verbonden. Huisje = startpagina Vergrootglas = zoeken bv op # Plusje = plaatsen nieuwe foto Hartje = wie heeft er allemaal geliked Logo = naar eigen pagina</p> <p>Het lastige van Instagram is dat je een foto altijd vanaf je telefoon moet uploaden. Dus als je foto op je computer staat; mail naar jezelf. Open mail met telefoon, maak screenshot en snij de foto uit.</p>	 <p>Dit plusje is om hoogtepunten in op te slaan. Zo kun je stories opslaan en een verhaal creëren</p>
<p>Selecteer een foto uit je galerij. Je kan de foto vergroten/verkleinen of met een filter bewerken. Maar dat hoeft allemaal niet.</p> <p>De @... is ook hier om een persoon of onderneming te taggen.</p>	 <p>Hier kun je de mogelijkheid kiezen om meerdere foto's tegelijk te selecteren.</p>
<p>Schrijf je bericht. Tag het initiatief of organisatie en gebruik hashtags, veel hashtags.</p> <p>Linken naar een andere site kan helaas niet. Als je vermeld Link in bio dan komen ze op onze site uit op een aparte pagina. Gebruik deze term alleen als je naar een artikel of video verwijst.</p> <p>Personen kun je hier taggen maar je kan het ook in het bericht doen.</p> <p>Kies hier dus niet voor nog een social media kanaal, de koppeling werkt niet altijd goed</p>	



YouTube is een website zonder winstoogmerk waar iedereen filmpjes (vlogs) kan uploaden, bekijken en delen.

Op You Tube

1. Hier plaats je video's over jouw initiatief/bedrijf.
2. Je kunt je netwerk vragen of ze zich willen abonneren op jouw YouTube kanaal, dat vergroot je bereik én vanaf 100 abonnees krijg je een persoonlijke URL [- youtube.com/\[naam organisatie\]](https://www.youtube.com/[naam organisatie]). Deze url is gemakkelijk en professioneel te delen

Uitleg @ - Taggen

Als je iemand tagt, maak je een link naar zijn of haar profiel. Het bericht waarin je iemand tagt, kan ook worden toegevoegd aan de tijdlijn van die persoon. Zo kun je een foto taggen om aan te geven wie op de foto staat of een statusupdate plaatsen om aan te geven met wie je bent en om te verbinden.

Uitleg # - Hashtag

Een hashtag is een woord of zin met als prefix het #-leesteken, een woord dus inclusief het hekje als voorvoegsel. Door deze combinatie wordt een bericht eenvoudig gevonden. Hashtag worden gebruikt op verschillende social media websites.

Hashtags voor jouw organisatie

Als je zoekt op bijv. #sterkbrabant krijg je alle berichten waarin deze # is toegevoegd. Wil je dus **gevonden worden op internet**, voeg dan bij ieder bericht "jouw" # toe. Check voordat je een # bedenkt en verbindt aan je project/initiatief/organisatie/evenement eerst op Twitter en Instagram of de # al niet in gebruik is.