

Toolkit

'LinkedIn en Facebook'



Hoe je nieuwe klanten werft en bestaande
klanten behoudt via social media



Toolkit 'LinkedIn en Facebook'

Social media: de ene persoon is er dol op, de ander reageert terughoudend. De enthousiastelingen weten dat er grote (commerciële) effecten te behalen zijn. Door doelgericht berichten te plaatsen, actief te reageren en klanten te prikkelen om contact met je op te nemen. Ook de minder enthousiaste geluiden zijn niet zo vreemd. Social media is een relatief nieuwe manier om contacten te leggen en houden met klanten. Het meest voorkomende bezwaar is dat er veel tijd mee gemoeid is. Onder het mom "Ik moet ook nog werken", worden social media daardoor niet altijd constructief ingezet. Heel jammer, want het is een van de krachtigste marketingmiddelen om jouw business verder tot bloei te brengen. En vergeet niet: marketing is ook werk. Heel belangrijk werk zelfs, want zonder een goede marketingstrategie maak je het jezelf onnodig lastig als het gaat om klanten werven en behouden.

Deze toolkit helpt je om:

- Jouw zakelijke social media-profielen aantrekkelijk en vindbaar te maken.
- De juiste berichten te plaatsen om nieuwe klanten aan te trekken.
- Met social media bestaande klanten te verleiden om klant te blijven.
- Veel positieve effecten te bereiken met een beperkte tijdinvestering.
- Social media als doeltreffend onderdeel van marketing en verkoop in te zetten.

Laat je verleiden om online zakelijk onweerstaanbaar aantrekkelijk te worden. Professioneel, doeltreffend en authentiek. Want juist dan trek je ideale klanten aan!

Daniëlle de Jonge – ontwikkelaar van deze toolkit



Daniëlle de Jonge is expert op het vakgebied 'klanten vinden en houden', ondernemer en auteur. Met een praktische, eigentijdse en inspirerende aanpak helpt zij – samen met haar team – bedrijven om zakelijk onweerstaanbaar aantrekkelijk te zijn. Zij weet ondernemers en (sales)professionals te prikkelen om zich onderscheidend te profileren en op die manier klanten te werven en te behouden.

Van de business e-bag, toolkits en inspirerende workshops tot VIP-dagen, maatwerktrajecten en een intensief vijfstappenprogramma om zakelijk zeer succesvol te zijn: voor ieder doel en budget is er een geschikte ondersteuning. Alle diensten en producten zijn volledig afgestemd op de vijf eigenschappen van zakelijk onweerstaanbaar aantrekkelijk zijn:

1. Onderscheidende kracht: waarin ben je als bedrijf opvallend anders, welke waarde bied je aan klanten en welke uitstraling kies je voor jouw branding.
2. Aantrekkelijk aanbod: met welke diensten en producten trek jij klanten aan.
3. Verkoopplan en marketingkalender: wat wil je bereiken en welke doelgerichte stappen ga je zetten om dat te realiseren.
4. Zichtbaarheid: hoe zorg je er voor dat je – offline en online – zichtbaar bent voor klanten.
5. Marketing- en verkoopactiviteiten: op welke doeltreffende wijze ga je nieuwe klanten werven en bestaande klanten behouden.

Wekelijks schrijft Daniëlle praktische blogs, vlogs en podcasts over marketing, sales en acquisitie op www.danielledejonge.nl. Ook op diverse social media deelt zij praktische verkooptips. Artikelen van haar hand zijn te vinden bij een aantal zakelijke media, online en offline. Zij publiceerde de bestsellers 'Verleid de klant', 'Human2Human: de nieuwe klantrelatie' en 'Extreem klantgericht'.

Twitter [@danielledejonge](https://twitter.com/danielledejonge)

Facebook [Klantgerichtheid](https://www.facebook.com/Klantgerichtheid)

LinkedIn [Danielle de Jonge](https://www.linkedin.com/company/danielle-de-jonge)

YouTube [Danielle de Jonge](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Social media succesvol inzetten

De huidige tijd vraagt er om dat je ook op social media aanwezig bent. Er aan beginnen en de mogelijkheden onvoldoende benutten is zonde. Sterker nog: het kan zelfs tegen je gaan werken als je online niet de uitstraling hebt die bij jou en jouw bedrijf past. Wetende dat Google en de social media-sites dikke vrienden zijn, kun je ook meteen bedenken dat profielen snel naar boven komen in zoekopdrachten. Waar het om gaat is de vraag: wil je social media voor jouw business daadwerkelijk effectief inzetten en ben je bereid om de juiste stappen daarvoor te zetten?

Social media integreren in de totale marketing

Er zijn tientallen manieren om jouw zichtbaarheid te vergroten. Bij elke vorm van marketing is het aan te raden om het geheel te integreren in alle uitingen. Zo gaat het ook met social media: laat zien dat je er bent! Ter inspiratie:

- Plaats de icoontjes van social media op de website van jouw bedrijf.
- Plaats in iedere e-mailhandtekening de icoontjes of directe link naar de profielen.
- Brochures, flyers, rolbanners, vlaggen en andere uitingen: plaats er icoontjes op.
- Publiceer je? Zet er dan naast de website een link naar jouw sociale media bij.
- Nieuw visitekaartje? Laat er meteen de icoontjes, QR of links op vermelden.
- Vertel het! In gesprekken kunt u anderen er op attenderen dat u interessante informatie deelt via social media.

7 essentiële tips

1. **Communiceer**

Social media – de naam zegt het al – is sociaal: communiceren met elkaar is cruciaal. Alleen maar zenden en geen contact zoeken wordt zeer zeker niet gewaardeerd.

2. **Deel kennis**

Anderen zijn dol op tips en adviezen en je toont ermee aan dat je een expert bent.

3. **Persoonlijke versus privé berichten**

Maak verschil tussen persoonlijke informatie ('toolkit over social media aan het volgen') en privé-informatie ('zin in een patatje'). Privé past niet bij de zakelijke inzet van social media.

4. **De website van jouw bedrijf**

Plaats in profielen altijd een link naar de website van jouw bedrijf. Daar wil je mensen immers naar toe trekken.

5. **Kies voor een herkenbare stijl**

Vraag een vormgever om de profielen te stylen in de bedrijfsstijl. Je laat zien dat je oog hebt voor detail en blijft consequent in alle uitingen.

6. **Hou je profielen actueel**

Zorg dat profielen up to date zijn. Loop de informatie minstens twee keer per jaar door en bepaal of het nog aansluit bij jouw gewenste uitstraling.

7. **Registreer**

Kies je voor de inzet van enkele social media? Leg dan op de overige media wel je (bedrijfs)naam vast, zodat iemand anders deze niet kan gebruiken.

LinkedIn

Grote kans dat je al actief bent op LinkedIn. Het is niet voor niets een van de populairste netwerksites in zakelijk Nederland. Wellicht heb je zelfs al klanten geworven via dit kanaal. Voor beginnende en meer gevorderde gebruikers van LinkedIn gaat deze toolkit in op:

- Een aantrekkelijk en vindbaar profiel.
- Jouw online netwerk.
- Zichtbaarheid.
- Groepen.
- Het bedrijfsprofiel.

Een aantrekkelijk en vindbaar profiel

Een krachtig profiel heeft verschillende voordelen. Je presenteert jezelf – en daarmee jouw bedrijf – op professionele wijze. Je laat zien wie je bent, wat jouw achtergrond is en waarin jouw expertise ligt. Alle reden dus om er even goed voor te gaan zitten en jouw profiel gedegen vorm te geven. Heb je al een persoonlijk profiel op LinkedIn? Doorloop de stappen dan om te kijken hoe je jezelf nog beter kunt presenteren.

Tip! Heb je al een LinkedIn profiel dat je met onderstaande tips verder gaat professionaliseren? Voorkom dan dat al je contacten elke kleine wijziging meteen te zien krijgen. Via 'Setting' zet je de 'Activity Broadcasts' uit, waardoor er niet direct meldingen worden gemaakt. Vergeet niet dit na afloop weer aan te zetten!

Als eerste ga je aan de slag met het bovenste deel van het profiel. Datgene wat vrijwel iedereen leest als ze op jouw pagina terecht komen. Een goede eerste indruk is dus heel belangrijk!

Aan de slag!

Maak of doorloop jouw LinkedIn-profiel. Let op de volgende punten:

- **Profielfoto**

Een (professioneel) genomen foto waarop je gezicht goed zichtbaar is en met een rustige achtergrond.

- **Headline**

Kies voor een prikkelende titel met jouw kenmerkende eigenschappen. Bedenk: dit is wat mensen zien als jouw profiel in (zoek)overzichten naar boven komt.

- **Schrijf – eventueel samen met collega's – de samenvatting voor jouw profiel.** Kies voor een mix van bedrijfsinformatie, het aanbod en de manier van werken en jouw persoonlijke expertise.

- **Public URL**

Pas deze aan, zodat alleen je naam zichtbaar is. Deze URL gebruik je bijvoorbeeld in jouw e-mailhandtekening, op je visitekaartje of op de bedrijfswebsite.

- **Websites**

Voeg minstens twee websites toe. Bijvoorbeeld: bedrijfswebsite, een pagina met referenties van klanten, blog, de Facebookpagina van jouw bedrijf, etc. Kies voor een benaming die meteen duidelijk maakt wat voor site het is.

- **Overige gegevens**

Zet interesses en contactgegevens in je profiel. Vergeet je verjaardag niet, je kunt er zomaar leuke felicitaties door krijgen.

Het middendeel van je profiel bevat als het ware de onderdelen van een curriculum vitae. Het geeft de basis van jouw deskundigheid aan:

Aan de slag!

- **Werkervaring:** omschrijf relevante ervaring en geef kort weer wat typerend voor het bedrijf is.
- **Vaardigheden:** je kunt maximaal 50 vaardigheden invoeren, kies wat specifiek op jou van toepassing is om de lezer een snel overzicht van jouw capaciteiten te geven.
- **Opleidingen:** vermeld de relevante opleidingen en cursussen die je hebt gevolgd.

Naast alle belangrijke gegevens heb je de mogelijkheid om extra onderdelen te installeren. Hiermee toon je nog meer informatie voor de lezers van jouw profiel. Bovendien is het visueel aantrekkelijk om enkele applicaties toe te voegen. Bekijk de mogelijkheden:

Aan de slag!

Voeg de secties en toepassingen van jouw keuze toe om je profiel extra aantrekkingskracht te geven. Let in ieder geval op:

- **Secties:** loop het complete aanbod van secties door en bepaal welke je wilt toevoegen aan jouw profiel.
- **Toepassingen:** bekijk welke voor jou interessant zijn en installeer deze.
- **Verplaats de verschillende onderdelen van je profiel.** Kies de volgorde waarbij de meest aantrekkelijke informatie bovenin het profiel staat. Zo neem je de lezer aan de hand mee door alle interessante zaken die je wilt delen.

Tip! Boven in de rechterkolom van de startpagina zie je een grafische weergave van jouw profiel met daarbij het percentage dat aangeeft of het profiel compleet is. Heb je geen 100%, dan geeft LinkedIn automatisch de tips hoe je dat alsnog kunt bereiken. Check dit iedere maand, omdat er steeds nieuwe mogelijkheden zijn voor profielen.

Jouw online netwerk

Je profiel is compleet: tijd om jouw online netwerk te onderhouden en uit te breiden. Voor het zoeken naar personen heeft LinkedIn een aantal mogelijkheden:

- Automatisch

Om te beginnen kun je automatisch contacten selecteren uit Outlook, Gmail of ander e-mailaccounts. Hiervoor kies je de optie 'connecties toevoegen' in het menu 'contacten'.

- Zelf zoeken

Een andere mogelijkheid is het zelf zoeken van personen. De meest eenvoudige manier is door de naam van een persoon in te vullen in het zoekveld rechts bovenin het scherm. Weet je niet precies wie je zoekt? Kies dan voor de optie 'geavanceerd' die naast het zoekveld staat. Hier zoek je op tal van criteria zoals bedrijfsnaam, functie, etc.

- Tips van LinkedIn

LinkedIn geeft altijd tips van mensen die je mogelijk kent. Op de startpagina zie je rechts bovenin een blok met aanbevelingen. Klik je 'meer' dan verschijnt er een flink aantal personen die voor jou interessant kunnen zijn om te benaderen.

- Groepsgenoten

Wanneer je actief bent in Groepen dan kun je ook daarin zoeken naar personen met wie je in contact wil komen. Elke groep heeft een overzicht van leden waar je eenvoudig doorheen bladert.

- Het netwerk van jouw netwerk

Tot slot is het vaak zinvol om de contacten van jouw contacten te bekijken. Wanneer je in het profiel van een van jouw contacten kijkt, is het mogelijk om te klikken op de lijst met personen die aan hem of haar gelinkt zijn. Hier zitten vaak waardevolle bedrijven tussen met wie je graag in contact wil komen.

- Personen die interesse in jou hebben getoond

Op de startpagina van LinkedIn zie je in de rechterkolom hoeveel mensen jouw profiel bekeken hebben. Bekijk dit elke week. Is de persoon interessant om toe te voegen aan jouw netwerk, leg dan meteen contact en stuur een uitnodiging.

Aan de slag!

Nodig mensen uit voor jouw netwerk. Haal daarbij ALTIJD de standaard tekst 'Ik wil u graag toevoegen aan mijn professionele netwerk op LinkedIn' weg en geef er een persoonlijk tintje aan. Ter inspiratie:

- Hallo Johan, leuk dat we elkaar troffen bij de netwerkbijeenkomst afgelopen maandag. Ik nodig je graag uit voor mijn LinkedIn netwerk. Tot ziens! Hartelijke groet, Caroline
- Goedendag meneer Karelse, uw bedrijf trok mijn aandacht bij het lezen van zakenmagazine Top Business. Graag spreek ik met u eens verder over mogelijkheden voor samenwerking. Hartelijke groet, Frans de Boer
- Geachte mevrouw Van Trier. Op LinkedIn zag ik uw profiel en mijn aandacht werd direct getrokken door uw expertise. Interessant, omdat een groot deel van mijn klantenkring zich net als u begeeft in de accountancy. Ik wissel graag eens van gedachten om te zien in hoeverre mijn kennis kan bijdragen aan uw bedrijfsvoering. Hartelijke groet, Jurgen de Smit | business developer
- Beste Pieter, we zijn beiden lid van de LinkedIn Groep 'Duurzaam ondernemen' . Graag nodig ik je uit om te linken. Als je het op prijs stelt, mail ik je graag een artikel toe dat ik recent heb gepubliceerd over ontwikkelingen in de branche waarin je werkzaam bent. Hartelijke groet, Diana

Doorloop je mapje met visitekaartjes of je digitale relatiebestand. De LinkedIn-uitnodiging is ook een uitstekende manier om inactieve contacten nieuw leven in te blazen.

Tip! Laat je introduceren door een bestaand contact. Hoe meer contacten je hebt, hoe groter de kans dat je via iemand gelinkt bent aan de persoon met wie je in contact wil komen. Wanneer je iemand zoekt en er staat naast diens naam '2^{de}' dan betekent dat, dat er slechts één persoon tussen jou en de ander staat in het netwerk.

Zichtbaarheid

Effectief netwerken – zowel online als offline – betekent dat je met regelmaat contact hebt met anderen. Als je op het netvlies blijft staan, denkt iemand sneller aan je als er behoefte is aan jouw expertise. LinkedIn biedt een bijzonder handige manier om dit te realiseren: de Status Update.

Op de startpagina zie je bovenin het scherm het invoerveld voor de updates en het plaatsen van uitgebreidere artikelen. Daarnaast kies je zelf voor wie het bericht zichtbaar mag zijn: iedereen of alleen jouw contacten. Met de knop 'deel' zet je de update online, waarna het bij jouw contacten op de homepage verschijnt. Zij hebben vervolgens de mogelijkheid om het bericht te 'liken', er op te reageren of te delen met hun contacten. Jouw interessante update kan op die manier als een olievlek over LinkedIn verspreiden.

Wil je effect behalen met het plaatsen van updates, op die manier klanten aantrekken en de contacten met je bestaande netwerk versterken? Plaats dan wekelijks een nieuw bericht. Onderwerpen ter inspiratie:

- Nieuwe ontwikkelingen binnen jouw bedrijf.
- Waar ben je mee bezig: cursussen volgen, bijzondere activiteiten, etc.
- Artikelen die jij of een van je collega's hebben geschreven.
- Tips over jouw vakgebied.
- Artikelen of nieuwsberichten die jouw expertise raken.
- En meer relevante en actuele onderwerpen.

Aan de slag!

Schrijf vier updates die je de komende maand gaat plaatsen. Probeer er zo vaak mogelijk een link bij te zetten, dat geeft extra respons.

Groepen

Groepen bieden een meerwaarde in het online netwerken op LinkedIn. In een groep zitten gelijkgestemden. Bijvoorbeeld binnen jouw vakgebied, maar ook gericht op een bepaalde branche of regio. Er zijn honderden groepen te vinden, het loont de moeite om er aandacht aan te schenken en voor jou geschikte groepen te vinden.

Via het zoekscherm rechts bovenin het scherm geef je aan waar jouw interesse naar uitgaat. Zoals: verkopen, ondernemen, techniek, Amsterdam, etc. Klik op de groep van je interesse en lees de beknopte samenvatting en het doel van de groep. Lid worden kan vervolgens met een klik op de knop. Sommige groepen zijn besloten (je ziet dit aan het hangslot dat bij de groepsnaam staat), de groepsmanager bekijkt dan eerst of je binnen de doelgroep van leden past.

Ben je eenmaal lid van een groep, dan wordt het logo automatisch in je profiel zichtbaar. Wil je dit liever niet? Dan schakel je het via de groepsinstellingen eenvoudig uit. Bij deze instellingen geef je ook aan hoe vaak je een speciale e-mail wil ontvangen met informatie die in de groep gedeeld is. Meestal is eenmaal per week voldoende om op de hoogte te blijven.

Aan de slag!

Selecteer vijf groepen waarvoor jij je wilt aanmelden. Maak onderscheid tussen vakinhoudelijke groepen, groepen waar jouw doelgroep zich bevindt en groepen die een persoonlijke interesse weerspiegelen.

Tip! Niet alle groepen zijn even actief en ook niet alle groepen blijken uiteindelijk aan te sluiten bij jouw behoefte. Om het online netwerken op deze manier wel effect te laten hebben is het verstandig om allereerst vier groepen te kiezen, waarvan je denkt dat ze bij je passen. Vervolgens volg je gedurende een maand wat de activiteiten binnen de groep zijn. Kijk wekelijks naar de vragen en discussies, het niveau, de reacties, et cetera. Bevalt het je, word dan zelf ook actief. Past de groep niet, selecteer dan weer een andere.

Het bedrijfsprofiel

Naast persoonlijke profielen biedt LinkedIn de mogelijkheid om een bedrijfsprofiel aan te maken. Dit kan alleen als je ook een persoonlijk profiel hebt, je wordt dan de beheerder van deze pagina. Het aanmaken van een dergelijke pagina is aan te raden. Het geeft je

meer ruimte om je bedrijf te presenteren. Bovendien zet je jouw verschillende diensten en producten op aparte pagina's. Geïnteresseerden volgen de bedrijfspagina, zodat zij automatisch updates krijgen van nieuwe diensten, ontwikkelingen of nieuwsberichten. Ook is het voor hen mogelijk om referenties te geven. In het speciale gedeelte over de producten en diensten is het plaatsen van filmpjes een van de opties om extra aantrekkelijk te zijn.

Aan de slag!

Welke vier producten/diensten van jouw bedrijf wil je in het bedrijfsprofiel onder de aandacht brengen?

Facebook-bedrijfspagina

De Facebook-bedrijfspagina is een bijzonder sterke aanvulling op jouw bedrijfswebsite. Door de kracht van Facebook is je pagina snel vindbaar, heb je een andere manier van communiceren als aanvulling op de inhoudelijke informatie van de bedrijfswebsite en je hebt de mogelijkheid om direct met klanten en geïnteresseerden te communiceren. In toenemende mate kiezen bedrijven er voor om juist de Facebook-pagina onder de aandacht te brengen in communicatie-uitingen. In advertenties en advertorials staat bijvoorbeeld steeds vaker een verwijzing naar [www.facebook.com/\[naambedrijf\]](http://www.facebook.com/[naambedrijf]). Op de Facebook-pagina word je dan op de originele website van het bedrijf geattendeerd.

Voor beginnende en meer gevorderde gebruikers van Facebook gaat deze toolkit in op:

- Een aantrekkelijke en vindbare pagina
- Hoe kom je aan 'likes'?
- Het creëren van meer 'likes' op de pagina

Een aantrekkelijke en vindbare pagina

Een bedrijfspagina op Facebook koppel je bij voorkeur aan een persoonlijke pagina van jezelf of een van je collega's. Wil je geen persoonlijke pagina, realiseer je dan dat je met de bedrijfspagina minder mogelijkheden hebt. Eventueel maak je een persoonlijke pagina aan, die je vervolgens inactief houdt. Je gebruikt dan alleen de bedrijfspagina.

Via <http://www.facebook.com/pages> klik je op 'een pagina maken'. Klik op het vlak 'Bedrijf, organisatie of instelling' en vul de gevraagde gegevens in. Facebook loopt graag een aantal stappen met je door, deze kun je voor het gemak overslaan en er later invulling aan geven. Je bent nu beheerder van de bedrijfspagina geworden. Daardoor is deze ook zichtbaar in jouw persoonlijke profiel in de linkerkolom. Hier klik je door naar de bedrijfspagina om er berichten op te plaatsen.

Aan de slag!

- In het scherm voor informatie vul je alle gevraagde gegevens in. De meeste aandacht gaat daarbij uit naar de onderdelen: over, beschrijving, missie en producten. Denk aan de zoekwoorden waarop je gevonden wilt worden en schrijf wervend en actief.
- Het deel 'over' verschijnt onder de omslagfoto op de pagina en is daarmee voor iedereen direct zichtbaar. Zet hier daarom altijd een url naar de bedrijfs website in.
- Het logo plaats je in het vlak voor de profielfoto. Als je logo rechthoekig is, vraag jouw vormgever dan een vierkante variant te maken. Zo voorkom je dat het logo vervormt of maar deels zichtbaar is.
- De omslag is een ware eyecatcher van de pagina. Plaats een foto of laat een speciale omslag maken die naadloos aansluit bij de uitstraling die jij met jouw bedrijf nastreeft.
- Voeg apps toe om bijvoorbeeld een bedrijfsvideo te presenteren. De vele apps zoek je via de menuknop pagina bewerken, informatie bijwerken en vervolgens in de linker kolom de keuze apps.

Welke berichten trekken 'likes'?

Een pagina met veel 'likes' heeft vaak ook veel interactie met de personen die de pagina volgen. Zij reageren op berichten of plaatsen zelf informatie op de pagina, referenties bijvoorbeeld. Plaatst iemand een bericht? Check dan of je dit zichtbaar laat zijn op de pagina en reageer er altijd op. Als is het maar een bedankje.

Het is verstandig om minimaal 1 keer per week zelf een bericht op de pagina te plaatsen. Onderwerpen ter inspiratie onderwerpen:

- Ontwikkelingen van je bedrijf en de producten of diensten.
- Klant of leverancier aan het woord, bijvoorbeeld in een filmpje.
- Stel vragen. Ook: wat willen de bezoekers graag op de Facebook-pagina zien?
- Uitnodigingen voor seminars, klantendagen of workshops.
- Foto's of video's van bijeenkomsten, lezingen en meer.

- Medewerker of team in de schijnwerpers.
- Links naar specifieke onderdelen van uw website.
- Publicaties.
- Organiseer wedstrijden of hou enquêtes.
- Promoties van jouw dienstverlening of producten.

Tip! Beeldmateriaal trekt altijd de meeste aandacht en vergroot de kans op reacties.

Aan de slag!

- Omschrijf zes concrete onderwerpen / berichten die je in de aankomende maand op de Facebook-bedrijfspagina gaat plaatsen.

Tip! Facebook geeft de mogelijkheid om berichten vooraf in te plannen. Hiermee bespaar je tijd en werk je alvast vooruit in de tijd als het gaat om berichten met informatieve inhoud. Veel berichten zijn vaak al enkele weken van te voren te plaatsen. Op deze manier zet je berichten ook terug in de tijd op de tijdlijn. Handig als je voor het eerst een bedrijfspagina aanmaakt en al wel wat inhoud er op wilt zetten.

Hoe kom je aan 'likes'?

Hoe meer 'likes', hoe groter de kans dat er steeds meer bijkomen. Mits je voldoende berichten plaatst die relevant zijn voor jouw doelgroep. Daarnaast is het van belang om er op te letten dan mensen reageren op jouw berichten. Zorg dus altijd voor waardevolle inhoud.

Hoe krijg je 'likes'? Onder andere op deze manieren:

- Zelf benaderen. Kies uit drie opties:
 1. Via de e-mailcontactpersonen uit je eigen database. Je koppelt het mailadres aan Facebook en er wordt automatisch gezocht naar personen om uit te nodigen. Je beslist zelf wie daadwerkelijk de uitnodiging ontvangt.
 2. Vrienden met wie je via jouw persoonlijke profiel bent gekoppeld, kun je een uitnodiging sturen om ook jouw bedrijfspagina te 'liken'.
 3. Met een klik op de knop deel je de pagina in jouw persoonlijke tijdlijn.

- Via integratie
Plaats de icoontjes en/of direct links in je e-mailhandtekening, op de bedrijfswebsite en in LinkedIn. Integreren van social media in alle uitingen is een must. Plaats daarnaast een Status Update en een aantal tweets over de pagina.
- Vertel
Zeg tegen anderen dat je een Facebook-bedrijfspagina hebt en vraag hen om je te 'liken'. Vertel erbij wat ze kunnen verwachten aan berichten en maak het op die manier extra aantrekkelijk om jouw bedrijf te gaan volgen.
- Zichtbaarheid
Onder publicaties, bij reacties op fora, in advertenties, op het 'Bedankt'-scherm na een lezing: overall laat je de Facebook-link verschijnen.

Tip! Ook collega's kunnen de vrienden van hun persoonlijke profiel uitnodigen om de bedrijfspagina te 'liken'. Maak hen voor één dag beheerder en vraag hen de uitnodigingen te versturen. Zo werk je in korte tijd aan het verkrijgen van veel 'likes'.

Tijdbesparende tips

De vele mogelijkheden en toepassingen van LinkedIn en Facebook zijn zeer interessant voor bedrijven. Als vast onderdeel van marketing en verkoop zelfs onontbeerlijk. Tegelijkertijd is het uiteraard zaak om er voldoende tijd in te investeren, zodat je er uit haalt wat er voor jou in zit. Half voltooide of verouderde profielen en 'actuele informatie' die dateert van maanden geleden helpen je niet bij het succes en een professionele uitstraling.

In de kern geldt: doe het goed of doe het niet. Beginnen met een doeltreffende opzet van social media kost in eerste instantie tijd. Ga voor het opstellen van een goed LinkedIn profiel uit van circa 1 uur, voor Facebook circa een half uur. Vervolgens reserveer je wekelijks tijd om deze online-activiteiten te onderhouden. Het plaatsen van berichten, uitnodigen van contacten, volgers opzoeken en communiceren zijn vaste onderdelen op je to-do lijst. Maak daarnaast gebruik van het programma Hootsuite en checklists om maximale tijdswinst te boeken.

Hootsuite

De techniek helpt je voor een groot deel met het besparen van tijd. Bijvoorbeeld de website www.hootsuite.com. Dit programma is een echte social media-manager. Niet alleen heb je snel overzicht in alle social media activiteiten, je hebt ook de mogelijkheid om berichten op LinkedIn en Facebook in te plannen. Voor de komende dagen, weken, maanden of zelfs jaren. Al met het gratis account heb je alle tools in handen om van jouw online acties een succes te maken.

Checklists

Een tweede grote tijdsbespaarder is het gebruiken van checklists. Praktische overzichten die je tijdens jouw dagelijkse of wekelijkse social media-momenten afvinkt. Zo weet je

zeker dat je niks vergeet en je hoeft vooraf niet na te denken over wat je allemaal moet doen. Het enige waar je nog mee bezig bent is nadenken over de inhoud van berichten die je gaat plaatsen. Schakel voor de inhoud voor zover mogelijk ook collega's in, ieder heeft immers waardevolle informatie om te delen. Enkele voorbeelden van checklists tref je onderstaand, pas deze naar eigen inzicht aan. De genoemde activiteiten doe je wekelijks.

Checklist LinkedIn

- Status Update plaatsen
- Ingaan op ontvangen uitnodigingen
- Reageren op ontvangen berichten
- Nieuwe uitnodigingen versturen aan mensen die je hebt leren kennen
- Nieuwe contacten zoeken
- Check wie jouw profiel heeft bekeken, eventueel benaderen
- Groepen checken op interessante discussies en reageren
- Zelf een discussie starten in een groep
- Update Bedrijfsprofiel plaatsen

Checklist Facebook

- Nieuwsitem
- Artikel van jezelf of jouw bedrijf
- Artikel van externe vakexpert of uit de media
- Link naar recente nieuwsbrief
- Klant aan het woord
- Relevante artikelen en ontwikkelingen
- Commerciële berichten met link site

Wanneer je de social media-activiteiten eenmaal onder de knie hebt, wordt het een 'way of life'. Installeer apps op je mobiele telefoon of tablet om ook op onverwacht rustige momenten actie te ondernemen. Wanneer je per week maximaal twee uur tijd investeert in alle acties, behaal je al volop positieve resultaten.



Verdiep je verder in social media, bepaal je doelen en maak je eigen checklists. En vergeet vooral niet te genieten terwijl je online jouw activiteiten aan het verzilveren bent!