Een strategie voor de sociale media opzetten

23-02-2017 11:52



Als je alleen voor je lol op de sociale media publiceert, is het relatief eenvoudig: iedere keer dat je iets leuks of naars meemaakt of ergens een mening over hebt, schrijf je een berichtje. Als je zakelijke ambities hebt, is het ingewikkelder: de uitingen moeten in lijn zijn met de rest van je bedrijfsmatige communicatie en uiteindelijk moeten ook de sociale media bijdragen aan het bedrijfsresultaat. Dat betekent dat er een strategie moet zijn voor het inzetten van sociale media.

Communicatie via de sociale media kan net zo planmatig plaatsvinden als via de traditionele media. Het is goed om vooraf te bedenken wat je wilt bereiken (communicatiedoelstellingen), welke boodschappen daar het best aan bijdragen, hoe die boodschap vormgegeven moet worden, welke boodschap op welk medium geplaatst wordt, wat de timing wordt, hoe je feedback vergaart en verwerkt en hoe je omgaat met positieve en negatieve feedback. Een helder plan is geen garantie voor succes: de reacties van mensen op mediaberichten, zeker op sociale-mediaberichten, blijft enigszins onvoorspelbaar, maar zonder plan werken is hoe dan ook een groter risico.