

Etiquette op social media voor een goede persoonlijke online dialoog

voor de (zelfstandig) professional

Wat doe je *wel* en *niet* op:



Beste lezer,

Fijn dat je de moeite hebt genomen om dit gratis ebook te downloaden, je zult ook regelmatig tips over social business per email ontvangen. Ik ga ervan uit dat je in je dagelijkse werk op een of andere manier bezig bent met social media. Met dit ebook wil ik je gratis een aantal inzichten aanreiken, zodat je in beweging komt om te starten met het gebruik van social media a.d.h.v. een aantal richtlijnen voor o.a. LinkedIn, Twitter, Facebook en Pinterest. Meer informatie over hoe ik jou kan helpen, vind je op

www.alexida.nl

Veel leesplezier.

Hartelijke groet,

Alexis van Dam

Versie: 1

Datum: 4 februari 2014

[Creative Commons License:](#)



Alexida

Alexis heeft sinds 2009 zijn eigen bedrijf Alexida en helpt organisaties en zelfstandig professionals om:



Sociale netwerken te gebruiken om business te genereren [social media training, social media profiel optimalisatie, content strategie]

Zich te profileren vanuit één geïntegreerde online strategie om zo de dialoog aan te gaan met de beoogde doelgroep [advies en implementatie van social business strategie]

De dialoog te starten binnen de organisatie om zich te ontwikkelen naar een social business.

Een online web te creëren waarin de beoogde doelgroep wordt verleid [Website realisatie, koppeling en optimalisatie van social media profielen]

Met behulp van (online) tools slimmer, effectiever en efficiënter samen te werken [training in gebruik van tools zoals: Yammer, Wunderlist, Google Docs etc]

Slimmer te werken met informatie en deze inzichtelijk te maken [training in technieken zoals: mindmapping]

ALGEMENE REGELS

Het mooie van social media is dat er nergens echt staat wat wel of niet mag. Er zijn natuurlijk boeken en handleidingen volgeschreven over hoe je diverse social media kanalen zou moeten gebruiken. Zoals in het echte leven, zijn er ongeschreven regels voor social media in het algemeen maar ook voor social media kanalen in het bijzonder.

*Dit is versie 1 van de social media richtlijnen.
Zoals met zoveel op internet, is het geen definitieve versie.
Als je tips, suggesties of aanvullingen hebt, stuur deze s.v.p.
aan oplossing@alexida.nl. Dan verschijnen deze in
de volgende versie.*

Hoofdregel: Gebruik je gezond verstand!

Social media verschilt niet veel van communiceren in het echte (zakelijke) leven; het verschil is dat hetgeen je daar zegt of laat zien voor (veel meer) mensen inzichtelijk is en dat het voor een zeer lange tijd vindbaar blijft. Daarnaast is het ook nog gekoppeld aan jouw (personal) online brand.

1. Geef meer dan je ontvangt

Social media gaat voor een (belangrijk) deel over delen en veel minder over ontvangen. Wanneer men relevante content (bericht, foto, etc) deelt, zal men eerder geneigd zijn je te volgen.

2. Voeg waarde toe, wees creatief en uniek

Unieke posts en creatieve vondsten vindt men leuk om te delen. Net zoals in het zakenleven gaat het om het toevoegen van waarde. Een retweet van een tweet is goed. Mocht er ruimte zijn, voeg er dan je eigen visie aan toe.

Stel jezelf altijd de vraag: *“Als ik dit nu niet plaats, wat missen mijn volgers dan?”*

3. Wees eerlijk, open en transparant

Net zoals in het echte leven, wees eerlijk. Social media heeft gezorgd voor aanzienlijk meer openheid en transparantie. Denk eens aan LinkedIn. Vroeger wist men maar zeer beperkt binnen professionele omgevingen wie in netwerken van anderen waren. Nu is het allemaal inzichtelijk geworden. Daarmee is het ook zeer moeilijk geworden om onjuistheden vol te houden.

4. Investeer in tijd om kwalitatief goede relaties op te bouwen

Iedereen begrijpt het belang van het opbouwen van een kwalitatief goed netwerk van relaties. Net zoals je goed omgaat met je klanten/ werknemers/ stakeholders in de echte wereld, zo doe je dat ook online. Investeer in het opbouwen van deze relaties. Op langere termijn zal dit zich terugbetalen.

5. Social media gaat over pull en niet push communicatie

In plaats van social media als massa zend-middel te gebruiken – denk aan tv/ radio/ krant/ tijdschrift - gebruikt men social media veel meer als pull instrument. De gebruiker gaat zelf op zoek naar relevante content of conversaties.

6. Beschouw kritiek als positief

Kritiek is (h)eerlijk. Beschouw iemand die (online) kritiek geeft als iemand die het beste met jouw bedrijf voor heeft. Hij/ zij neemt namelijk de tijd om jou te informeren over hoe jouw bedrijf/ dienst/ product beter kan presteren/ acteren. Gebruik deze input en creëer daarmee een betere dienst of product!

7. Wees aardig, echt en menselijk

Net zoals in de normale omgang, wees menselijk! Reageer, als een persoon, een mens. Niemand zit te wachten op geautomatiseerde berichten van iemand/ een organisatie die alleen zichzelf belangrijk acht.

SPECIFIEKE REGELS

Facebook

✓ Niet je eigen post 'liken' op je eigen profiel danwel je eigen (zakelijke) pagina.

✓ Deel niet alles van je (zakelijke) pagina door op je persoonlijk profiel; er is een reden dat een aparte pagina is aangemaakt.

✓ Facebook wordt door veel mensen beschouwd als een privé sociaal netwerk. Om deze reden past het niet om heel erg zakelijk te communiceren. Pas je tone of voice aan voor berichten op Facebook.

✓ Geen foto's van fans/ klanten/ medewerkers taggen zonder dat je voorafgaand toestemming hebt gevraagd.

✓ Ga niet zomaar om likes vragen. Posts met foto's en video's zorgen voor meer likes en interactie. Wanneer de content goed is, komen de likes vanzelf.

✓ Beantwoord altijd vragen en opmerkingen op een post.

✓ Plaats niet op 1 dag diverse berichten, beter is om deze te spreiden. Gebruik hiervoor de schedule-tool op je Facebook-pagina.

✓ Verwijder geen negatieve reacties, probeer die persoon in een chat gesprek te spreken om na te gaan wat er aan de hand is.

✓ Als je je fans om input vraagt, gebruik dit tot verbetering van jouw producten/ diensten. Laat de verbeteringen dan ook zien.



LinkedIn

- ✓ Wordt geen lid van een Group om direct jezelf/ jouw producten/diensten te verkopen.
- ✓ Respecteer het zakelijke karakter van het netwerk.
- ✓ Volg Company Profiles van bedrijven waarin je echt geïnteresseerd bent.
- ✓ Maak een verzoek om een connectie aan te gaan persoonlijk.
- ✓ Val geen mensen lastig met het verzoek om aanbevelingen (recommendations) tenzij daar een grond voor is. Het beste is om in een persoonlijk gesprek te vragen om een aanbeveling.
- ✓ Abonneer je experts uit jouw vakgebied en deel interessante artikelen met jouw netwerk. Je wordt dan beschouwd als iemand die relevante content deelt met anderen. Tevens heb je een contactmoment.
- ✓ Doe mee aan de conversatie binnen Groups (stel vragen en/ of beantwoord vragen van anderen). Anderen zien dat jij bereid bent om mensen te helpen en welke expertise je hebt.
- ✓ Deel relevante content via je Company Profile, Group of in je Activity Stream. Deze content kan b.v. een interessant artikel/ onderzoek zijn over jouw vakgebied. Natuurlijk behoren daar ook je eigen artikelen bij. Houd een balans aan tussen eigen content en andere content.



Pinterest

✓ Voordat je een pin plaatst of repinned, check of de link naar de bron correct is.

✓ Doseer de hoeveelheid pins, niemand zit te wachten om 50 pins van jou achter elkaar te zien. Beter is om iedere dag 1 keer in te loggen en 1 Pin te plaatsen dan op 1 dag heel veel Pinnen te plaatsen, je stream stroomt dan letterlijk over.

✓ Balanceer tussen eigen materiaal pinnen versus materiaal van anderen (currated content).

✓ Omschrijf je pins goed (werkt goed voor Zoekmachine Optimalisatie) en geeft je volgers duiding waar de pin over gaat.



Twitter

✓ Stuur geen automatische direct message (DM) of een normaal bericht naar nieuwe volgers; je ontkracht hiermee meer dan dat je ermee wint.

✓ Stuur een relevante welkomst tweet waarbij bijvoorbeeld ingaat op een overeenkomstige interesse, kennis- of werkgebied.

✓ Misbruik Twitter niet om alleen maar eigen materiaal te zenden, deel ook materiaal van anderen en ga vooral ook de dialoog aan.



- ✓ Let op dat je niet alleen eigen content van je website deelt. Teveel zelfpromotie wordt als een afknapper ervaren.
- ✓ Potentiële volgers bekijken je timeline en letten daarbij op of je mentions plaatst en interactie aangaat; zo niet dan is jouw twitterprofiel alleen maar een zendmachine terwijl het om dialoog gaat.
- ✓ Deel content van jouw volgers en opinieleiders uit jouw branche via retweets.
- ✓ Als een boodschap echt niet past binnen 140 tekens, maak het niet te cryptisch, maak dan twee tweets en refereer aan de andere.
- ✓ Twitter leent zich ideaal om een verhaal te vertellen in kleine stukjes boodschap; maak daar slim gebruik van.
- ✓ Twitter is een kanaal bij uitstek om de dialoog aan te gaan; gebruik het daarvoor. Het is geen massamediaal zendkanaal.
- ✓ Beperk het aantal hashtags (#...) per tweet; 1 à 2 hashtags verhoogt de interactie. Tweets met meer hashtags zijn lastiger om te lezen. Bedenk dat Twitter een snel medium is dat vaak mobiel wordt bekeken (niet altijd optimale leesomstandigheden).
- ✓ Denk ook goed na wat je tot een hashtag maakt, niet alles heeft zin om een hashtag van te maken, bovendien leest het ook nog eens minder prettig.
- ✓ Gebruik hashtags om aan te haken op een trend of om deel te nemen aan een bredere dialoog.
- ✓ Wees creatief om slimme pakkende hashtags te verzinnen; check altijd even of iemand anders jouw bedachte hashtag niet (recentelijk) heeft gebruikt.
- ✓ Gebruik geen trucs om zo veel mogelijk volgers te krijgen; het gaat om kwaliteit en niet alleen om kwantiteit.

Mijn aantekeningen...

Wat heb ik geleerd?

Wat ga ik zeker oppakken?

Waar moet ik mij nog meer in verdiepen?

Meer tips...

Wil je op de hoogte blijven van nieuws en ontwikkelingen? Laat het weten via: oplossing@alexida.nl



www.alexida.nl



<https://www.facebook.com/alexida.communications>



<https://twitter.com/alexisvandam>



<https://plus.google.com/+AlexisvanDam/>



<http://www.linkedin.com/in/alexisvandam>



0624 633 028/ Skype: alexisvandam



oplossing@alexida.nl

Deel dit ebook:

