

Inspiratieboek voor

facebook®

BERICHTEN

&

Adverteren

brainy!nl®

Voorwoord

Hoi, laat dit overzicht een inspiratiebron voor je zijn en je ideeën geeft om meer uit je Facebook en andere sociale media posts te halen. Veel opties zijn ook geschikt voor bijvoorbeeld Instagram.

De inspiratie voor al deze opties heb ik zelf opgedaan tijdens mijn ontdekkingsreis door de vele sociale media. Ik heb goed gekeken naar wat andere ondernemers deden en wat daarvan werkte.

Vele websites met tips en trucs hielpen mijn bedrijf ook aan nieuwe mogelijkheden van adverteren, klantbinding en zeer goede interacties.

Als je er zin in hebt lees je het gehele document door en ga je aan de slag. Wellicht werkt het gemakkelijker om telkens een paar ideeën door te lezen en er een uit te voeren.

Blader eventueel eerst door de inhoudsopgave, aan het einde van dit boek, en kijk of er opties bij staan die je meteen aanspreken en kunt uitvoeren. Dat is vaak al een goede start.

Bereid je in elk geval goed voor als je echt wilt dat de interactie met je publiek gaat slagen. Natuurlijk kun je beginnen door een van de opties als test uit te proberen. Maar als je echt aan de slag gaat bereid dan minimaal een half jaar aan berichten vooruit. Je zal zien dat tijdgebrek vaak de boosdoener is van het vroegtijdig staken van je project en dan is alle inspanning in één klap verloren. Berichten via de Facebook bedrijfspagina kun je op datum en tijdstip inplannen!

Communiceer altijd goed naar je publiek. Als je een tijdje niet meer wil posten, vertel dat dan gewoon. Geef aan dat je druk bezig bent met een nieuwe productlijn of dienst en dat daar nu alle aandacht naar uit gaat en dat je over een tijdje weer terug komt met al het nieuws daarover.

Hoe vaak moet je posten? Dat hangt af van wat jou publiek gewent is en hoeveel interactie een bericht veroorzaakt. Maar één maal per dag kan makkelijk. Probeer wel altijd op een vast tijdstip de berichten te plaatsen, zodat de volgers weten wanneer ze iets kunnen verwachten.

Veel leesplezier en succes.

Hein Meijer

Vanwege de lengte is de inhoudsopgave naar het einde van dit naslagwerk verplaatst.



#1. Deel resultaten en andere cijfers

Getallen springen vaak uit een tekst en zijn daarom perfect om te gebruiken in een Social Media post. Resultaten uitgedrukt in cijfers van onderzoeken of cijfers over je business zijn vaak erg interessant voor je volgers. Daarom is het delen van data op social media erg effectief. Probeer spraakmakende data te vinden en leg je lezers uit waarom deze data zo interessant is.

Data vinden klinkt vaak lastiger dan het is. Overal is namelijk data beschikbaar, het is aan jou om er interessante gegevens van te maken. Vertel mensen wat ze kunnen leren van de data die jij met ze deelt zodat jouw volgers er ook echt iets aan hebben! Je hoeft niet veel data te delen. Soms is één statistiek al genoeg om een interessant verhaal over te vertellen!

Voorbeeld

Festival Zand wijdt een hele post aan het feit dat ze dit jaar 25.000 bezoekers hebben. Een leuke statistiek voor volgers en de perfecte kans om je evenement gewoon nog een keer te promoten!

**Strandfestival ZAND** met Elisa van Oudheusden en 9 anderen.
27 augustus om 17:19 · 🌐

25.000 BEZOEKERS VOOR NEGENDE EDITIE STRANDFESTIVAL ZAND

Almere, 27 augustus 2016 – De negende editie van Strandfestival ZAND heeft vandaag 25.000 bezoekers getrokken. Het festival op het Almeerderstrand raakte in juni al uitverkocht, een nieuw verkooprecord. Vanwege het zomerse weer besloot een groot deel van de bezoekers om al vroeg naar het festivalterrein te komen om daar te genieten van het strand en optredens van onder meer Lil Kleine & Ronnie Flex, Nielson, Douwe Bob... Meer weergeven



 Leuk  Reactie  Delen

   556 Populairste reacties ▾

20 keer gedeeld

#2. Verzin een onderschrift

Een makkelijke manier om interactie te creëren is door het posten van een zogenoemde 'Verzin-een-onderschrift-foto'. Zoals de naam al doet vermoeden is het doel van de foto dat jouw volgers een leuk onderschrift bedenken. Wat goed werkt is een grappige foto, dit maakt mensen al aan het lachen voordat ze het onderschrift hebben gezien. En dat maakt het alleen nog maar leuker om de andere onderschriften te lezen.

Voorbeeld

De dierentuin uit Dublin plaatste deze foto in de zomer met de opdracht om een leuk onderschrift te bedenken. De foto kreeg meer dan 200 reacties en meer dan 500 likes en dat zonder dat ze zelf al te veel moeite hebben hoeven doen. Deze manier van content creatie is super makkelijk doordat je het moeilijke gedeelte over laat aan andere (in dit geval je volgers)!



#3. Deel een audio post waarin je kort een blogbericht bespreekt

Sommige onderwerpen verdienen een lang blogbericht, maar niet al jouw volgers hebben de tijd/zin om dat hele bericht te lezen. Wat je kunt doen om deze mensen toch tegemoet te komen is het bericht even kort samen te vatten in een audiobestand - een soort mini-podcast aflevering. Het mooie hiervan is dat je een groter publiek aanspreekt zonder dat je een heel nieuw artikel moet schrijven! Verder is het natuurlijk fijn dat je van ieder blogbericht dat je maakt eigenlijk twee verschillende posts kunt maken! Ook kun je mensen via de audio overtuigen om toch het hele artikel te lezen.

Voorbeeld

Je hebt een lange tekst geschreven over de 25 voordelen van Joomla!. Voor sommige volgers is dit een super interessant artikel, namelijk voor mensen die een website willen bouwen maar geen idee hebben welk systeem zij hiervoor willen gebruiken. Andere volgers hebben nog nooit van Joomla! gehoord en weten dus niet waar dit artikel over gaat en zullen het artikel skippen (ook al zijn ze misschien wel geïnteresseerd in het maken van een website).

Neem een kort audiobericht op waarin je dit artikel bespreekt. Mensen die twijfelen of ze het bericht willen lezen komen er zo gemakkelijk achter of ze het bericht interessant vinden. Je schrikt luisteraars misschien ook wel af om het artikel te lezen, maar grote kans dat ze anders helemaal niks hadden gedaan met het artikel en nu heb je ze alsnog een klein beetje kunnen informeren!

#4. Deel je blogberichten op Facebook

De makkelijkste content die je krijgt op Facebook is het delen van je blogberichten. Iedere keer als je een blogbericht schrijft post je dit bericht op Facebook. Zo simpel is het. Schrijf drie of vier korte zinnen waarin je vertelt waar het artikel over gaat en link in het Facebook bericht de link van het blogartikel. Zorg ervoor dat je blogbericht een leuke afbeelding heeft zodat die afbeelding ook op Facebook komt te staan.

Voorbeeld

Zoals je kunt zien deel ik zelf ook altijd mijn blogberichten op Facebook. Met een goede foto vallen je berichten goed op in de tijdlijn! Met de zinnetjes tekst die ik in mijn post heb geplaatst 'tease' ik mijn volgers en geef ik meteen aan wat het onderwerp van het artikel is.



#5. Zet een 'debat' op en gebruik jouw blog voor argumenten voor en tegen

Een goede manier om engagement met je volgers te krijgen is door een discussie te starten. Mensen denken hierdoor na over een onderwerp dat jij aandraagt en doordat er vaak veel mensen reageren op een debat-post krijg je snel veel 'exposure'. Het moeilijke van een discussie is dat je niet wil dat het escaleert tot een lelijk gevecht waarin de twee kampen elkaar gaan aanvallen met lelijke woorden en beledigingen. Dit kun je voorkomen door een standpunt in te nemen dat misschien wel controversieel lijkt maar eigenlijk helemaal niet zo controversieel is. Belangrijk hierbij is dat je weet wie je volgers zijn. Zo is in Nederland een discussie over wapenbezit vaak erg eenzijdig omdat het merendeel van de Nederlanders hier tegen is, maar in Amerika ligt dit onderwerp een heel stuk gevoeliger!

Je kunt bij dit Facebook bericht ook een linkje plaatsen naar je blog waarin jij wat voor- en tegenargumenten over het discussieonderwerp uiteenzet. Hierdoor kun je het debat wat meer leiden maar doordat je beide kanten belicht blijf je toch objectief.

Voorbeeld

Wait But Why (een blog over vanalles en nog wat) stelt hier de vraag of het goed of slecht is dat we in de toekomst baby's misschien wel genetisch kunnen manipuleren waardoor we 'Designer Babies' zouden kunnen krijgen. Het artikel waarnaar gelinkt wordt geeft een korte samenvatting van wat het onderwerp precies inhoudt en laat het vervolgens aan de lezers over om een discussie op te zetten. Zolang je een onderwerp kiest dat niet te gevoelig ligt, krijg je een interessante discussie waar je zelf misschien ook nog wel wat van kunt leren.

Wait But Why
28 augustus om 15:10 · 🌐

New Dinner Table: Couples today are able to examine groups of embryos they produce and select one based on its traits, and we're getting closer to a time when it may be commonplace for couples to tweak the DNA of a single embryo in order to change or enhance the traits of their future child. Are these developments good?

Vertaling bekijken

Baby Designer

Please circle your choice

Eyes: Brown Blue Hazel
Hair: Brown Red Blond Dyed Blond
Height: Tall Short Medium
Intelligence: Pretty Smart Very Smart Book Smart Street Smart
Talents: Music Sports Movie Quotes Finding Good Parking Spots
Personality: Nice Mean Sassy Fine After You Get To Know Him

Are designer babies a good thing? | The Dinner Table
In the future, we'll have increasing power over embryos. Is that a good thing? Read the discussion on Wait But Why's weekly Dinner Table forum.
WAITBUTWHY.COM

👍 Leuk 💬 Reactie ➦ Delen

👍 🤔 🍕 🍷 231 Populairste reacties ▾

26 keer gedeeld

Schrijf een reactie...

No need to panic. Gene editing techniques are quite advanced but still far short of "embryo tweaking" people often see in science fiction movies. And better genes simply don't make a better person.

For now, IMHO, it's a wonderful tool to screen and avoidance of genetic disorders that would cripple the life of the child.
Vertaling bekijken

Vind ik leuk · Beantwoorden 👍 34 · 28 augustus om 15:43

➡ 3 antwoorden

#6 Maak handige tip lijstjes

Een goede manier om meer mensen naar jouw website te sturen is met behulp van lijstjes. Mensen houden gewoonweg van lijstjes, iedereen is altijd op zoek naar hoe het beter, makkelijker of sneller kan. Op het moment ben je zelf ook een tiplijst aan het lezen, dus je merkt dat het wel degelijk mensen interesseert. Er bestaat binnen jouw branche zeker een vraag van mensen hoe zij dit het beste, het snelste of het makkelijkste kunnen doen. Geef hier antwoord op door mensen een handige tiplijst te geven. Kan je het zo snel niet verzinnen, maak dan gebruik van het internet en zoek hier op wat mensen binnen jouw branche willen weten. Gebruik vervolgens jouw expertise hoe ze dit kunnen oppakken.

Het is daarnaast belangrijk dat je een goede titel gebruikt zodat mensen gelijk weten wat ze kunnen verwachten, een voorbeeld is '10 manieren om snel af te vallen'.

Voorbeeld

Een voorbeeld is Smartrepair. Zij hebben een artikel op de website staan met 5 tips voor een snellere smartphone. Iedereen heeft wel eens irritaties omdat de smartphone niet meewerkt en gewoonweg traag is. Door hier op in te spelen zijn voor mensen benieuwd naar de tips.

De titel is kort en het Facebook bericht geeft niet te veel informatie weg. Hier is bewust voor gekozen zodat mensen sneller op de link klikken. Het is daarnaast belangrijk dat de link ook wordt weergegeven in het bericht zodat men precies weet waar ze het gehele artikel kunnen lezen.

Zolang je maar een relevant lijstje hebt die veel vragen binnen jouw branche beantwoord kan het voor meer websitebezoekers zorgen.



#7 Hoe kan ik je helpen?

De 'hoe ik je kan helpen' post heeft een aantal voordelen. Allereerst kom je erachter wat de behoeftes zijn van jouw doelgroep. Ze geven antwoord op de vraag en naar aanleiding van het antwoord weet jij precies wat jouw doelgroep wilt weten.

Daarnaast is dit type post enorm handig wanneer jij in gesprek wilt gaan met een potentiële klant. Door te reageren toon je interesse en weet degene die een reactie heeft geplaatst dat er ook werkelijk wat wordt gedaan met zijn of haar reactie. Geef aan dat je luistert naar jouw klanten en maak het persoonlijk! Wie weet ontmoet jij hierdoor wel jouw volgende betalende klant.

Voorbeeld

Wij bij Brainy.nl passen regelmatig ook deze strategie toe! Op die manier weet je precies waar de pijnpunten zitten van een klant en kan je dit voor hen oplossen. Want wanneer jij een oplossing biedt voor hun problemen zullen ze vaker jou gaan benaderen voor problemen en kan jij ze wellicht binden als betalende klant!

How to

Maak een 'hoe kan ik je helpen' post zo persoonlijk mogelijk. Zorg ervoor dat je uitlegt waarom je meer informatie wilt. Mensen geven niet snel hun mening of vragen op het internet, omdat iedereen dit kan zien. Daarnaast is het belangrijk dat je ook laat weten wat er met de informatie gedaan wordt.

Je kan het zien als het afgeven van een e-mailadres, dit doet ook niet zomaar iedereen omdat dit persoonlijk is. Een e-mailadres wordt ook pas gegeven wanneer iemand er iets voor terug krijgt. Een mening of een antwoord dus ook, laat zien wat jij er mee gaat doen en wat anderen er aan hebben.



brainy.nl

Gepubliceerd door Hein Meijer [?] · 7 september ·

Grijp jij de positieve kansen van de AVG?

De nieuwe privacywet biedt heel veel kansen voor je bedrijf. Er wordt vaak tegenaan gekeken als 'last' en 'veel werk' of 'moeilijk'. Een ding is zeker, je moet met je bedrijf voldoen aan de regels die de AVG je oplegt.

In dit artikel vertel ik exact wat je kan doen om de voordelen van de AVG te benutten.

<https://www.avgcontact.nl/.../grijp-jij-de-positieve-kansen-v...>



#8 Definitie post

Een definitie post is een kort bericht waar jij uitleg geeft over een bepaalde term of zinnen binnen jouw branche of een andere betekenis weggeeft wat van belang is.

Dit is enorm interessant wanneer jij in een branche zit wat nog niet heel bekend is, zo kan jij anderen kennis laten maken met jouw wereld. Bij de branche van brainy.nl is het namelijk enorm interessant om te laten zien wat 'Podcasting' precies is of uitlegt wat een 'webinar' is. Voor brainy.nl klinkt een webinar niet nieuw, alleen een klant kan bijvoorbeeld niet weten dat een webinar een veelgebruikte term is voor een live online training. Leg de taal van jouw branche dan uit bij jouw klanten.

How to

Gebruik termen die van belang zijn binnen jouw branche en die je regelmatig gebruikt of voorbij ziet komen. Door mensen kennis te maken met jouw branche zullen ze jou ook beter begrijpen en wordt de drempel lager om kennis te maken met jouw organisatie. Zij zullen namelijk beter begrijpen waar jij het over hebt.

Extra tip!

Een definitie post kan daarnaast ook voor meer websiteverkeer zorgen. Schrijf bijvoorbeeld een uitgebreid artikel over een bepaalde term en leg hierin uit wat er precies mee wordt bedoeld en in welke situaties het voorkomt.

Laat in een bericht goed zien wat de betekenis is van een bepaalde term en geef daarna de mogelijkheid om in een blogbericht meer informatie te lezen wanneer men dat wil.

#9 Facebook Carrousel

De carrousel advertentie van Facebook is de manier om meerdere beelden in een bericht te zetten, uiteindelijk kan je hierdoor een sterk verhaal communiceren. In een bericht op de tijdlijn van Facebook wordt 1,5 foto (oftewel dia) weergegeven. Op die manier ziet men dat er nog meer dia's zijn. Men kan vervolgens naar rechts scrollen om andere beelden weer te geven.

Storytelling is een enorm krachtig middel om potentiële klanten aan jouw merk, product, service of dienst te binden. En dit kan enorm goed met de Facebook carrousel. Zo biedt de carrousel optie van Facebook verschillende mogelijkheden. Wij zetten graag een aantal voorbeelden op een rijtje :

1. 5 voordelen om...

Wil jij duidelijk maken dat het gebruiken van jouw dienst of product voordelen oplevert? Laat dit dan zien in beeld en som de voordelen op. Elk voordeel kan worden weergegeven met een foto en eventueel begeleidende tekst.

2. Testimonials

Laat verschillende testimonials zien, laat per foto zien wat er over werd gezegd en link naar de goede pagina.

3. Overzicht blogberichten

Blog jij regelmatig en heb jij verschillende blog categorieën? Voor elke blog categorie kan jij een 'dia' maken voor de carrousel. Per foto kun jij verschillende blogberichten laten zien en een aangepaste link achter zetten. Op die manier heb jij een overzicht van jouw blog categorieën op Facebook. Je kan ook al jouw blog categorieën opsommen en laten zien waar jouw kennis ligt!

4. Video serie

Maak verschillende screenshots van video's en laat zien dat jij video's hebt. Leg jij bijvoorbeeld in video's uit hoe iets geïnstalleerd of toegepast moet worden? Laat zien op Facebook dat jij hier verschillende video's voor hebt.

5. Producten

Met de Facebook carrousel kun jij laten zien welke producten jij aanbiedt. Bied jij verschillende producten, diensten en services aan? Laat het zien met bijvoorbeeld productfoto's.

Voorbeeld

Een voorbeeld is Smartrepair, zij gebruiken de Facebook carrousel om te laten zien welke apparaten zijn allemaal repareren. Wanneer je op een bepaalde reparatie klikt ga je automatisch naar de landingspagina van dat type apparaat reparatie. Door de goede bestemmings-URL weer te geven maak je het voor de klant zo makkelijk mogelijk om weer te geven waar ze naar op zoek zijn. Wanneer ze het niet snel kunnen vinden zullen zij al snel de website afsluiten, kies daarom voor een goede bestemmings-URL!

The image shows a Facebook post from the page 'Smartrepair'. The post was published by 'Manouk van Dalm' on January 12th. The text of the post reads: 'WE SIMPLY MAKE PEOPLE HAPPY! Klik op jouw reparatie!'. Below the text is a carousel of two images. The first image shows a cracked smartphone screen with the text 'VOOR SMARTPHONE,' and the Smartrepair logo. Below this image are two checkmarks: '✓ Klaar terwijl u wacht' and '✓ Ophaalservice'. The second image shows a tablet with the text 'TABLET' and a right arrow. Below this image are two checkmarks: '✓ 12 maanden garantie' and '✓ Ori'. Below the carousel, it says '1.048 bereikte personen' and there is a 'Bericht promoten' button. At the bottom, there are icons for 'Leuk', 'Reactie', and 'Delen', followed by a list of people who reacted: 'Believe Achieve Receive, Xander de Bueger en 61 anderen'. It also says '4 keer gedeeld' and 'Nog 3 reacties weergeven'.

Smartrepair
Gepubliceerd door Manouk van Dalm [?] · 12 januari · 🌐

WE SIMPLY MAKE PEOPLE HAPPY!
Klik op jouw reparatie!

VOOR SMARTPHONE,
SMARTREPAIR
✓ Klaar terwijl u wacht ✓ Ophaalservice

TABLET
✓ 12 maanden garantie ✓ Ori

1.048 bereikte personen [Bericht promoten](#)

👍 Leuk 💬 Reactie ➦ Delen

👤 Believe Achieve Receive, Xander de Bueger en 61 anderen [Chronologisch](#)

4 keer gedeeld

Nog 3 reacties weergeven

#10 Laat jouw klant een stuk tekst schrijven over jouw product/diensten

Wanneer je tevreden klanten hebt is dat natuurlijk super mooi. Mensen die enthousiast zijn over je product of dienst delen graag hun ervaringen. Waarom zou je die ervaring niet delen met al je volgers?

Vraag om een enthousiaste klant een klein stukje tekst over een product of dienst van jou te schrijven op Facebook. Facebook heeft hier een speciale review sectie voor. Super makkelijk dus. Let wel op, je zult ook negatieve reacties krijgen. Bedenk van tevoren goed hoe je hierop gaat reageren want het is schadelijk als je niet reageert op negatieve berichtjes!

Voorbeeld



Naar aanleiding van een van mijn webinars heeft een klant een review achtergelaten op mijn pagina. Dat verdient een natuurlijk een vind-ik-leuk! Dit bericht kan vervolgens gedeeld worden op de Facebook tijdlijn van de bedrijfspagina.

#11 Schrijf een recensie

Mensen kunnen reviews over jouw bedrijf schrijven, maar jij kunt zelf natuurlijk ook reviews schrijven! Heb je een nieuw product in gebruik? Schrijf er een review over! Vertel waarom jouw nieuwe computer/fiets/softwarepakket/thee de beste (of slechtste!) in zijn soort is. Natuurlijk is het goed als hetgeen wat je recenseert relevant is aan je business. Hierdoor is de recensie namelijk ook interessant voor je volgers.

Voorbeeld

3voor12 schrijft over een optreden van James Blake op Lowlands 2016. Doordat dit natuurlijk uiterst relevant is voor het publiek van 3voor12 krijgt het ook verschillende likes, reacties en wordt de recensie zelf gedeeld. Dit voorbeeld is misschien wat voor de hand liggend maar als bedrijf kun je over veel verschillende dingen een recensie schrijven. Wees creatief!



#12 Tel af naar een evenement

Heb je een evenement georganiseerd dat binnenkort plaatsvindt of neem je deel aan een evenement dat interessant is voor je volgers? Deel op Facebook een countdown. Op bijvoorbeeld 100 dagen voor je evenement plaats je een bericht met: 'Nog maar honderd dagen tot ... '. Andere dagen die interessant zijn voor je volgers zijn bijvoorbeeld 1 maand, 1 week en zeker niet te vergeten 1 dag! Op deze manier creëer je buzz rondom je evenement maar help je mensen ook herinneren aan je evenement en kun je misschien nog wel wat extra bezoekers krijgen voor je event!

#13 Zet een wedstrijd op

Winnen is altijd leuk. Een prijsvraag voor je volgers opzetten zal dus waarschijnlijk ook leiden tot veel respons vanuit je follower-base maar het is wel belangrijk hierbij dat je iets weggeeft dat ook echt interessant is voor je volgers en dat het in verhouding staat voor wat mensen moeten doen om in aanmerking te komen voor de prijs. Als je vraagt dat mensen je post delen, liken en reageren en als prijs slechts een goedkope paraplu weggeeft, dan zul je niet veel reacties krijgen. Geef je echter een laptop weg in ruil voor een like, dan zul je veel meer respons krijgen!

Voorbeeld

Hoe beter de prijs, hoe meer respons. De weggeefactie van SWOOP was een groot succes, mede doordat de prijzen echt niet mis waren! Zorg ervoor dat mensen iets moeten doen bij een weggeefactie zodat je als bedrijf ook nog wat voordeel haalt uit de actie. Zo is het liken van een Facebook post een goede manier om meer naamsbekendheid te krijgen (doordat een geliked bericht ook op de tijdlijn van andere mensen komt).

**SWOOP**
14 juli · 🌐

Heb jij het SWOOP team afgelopen zondag gespot bij de Open Dag van FC Utrecht? Samen met FC Utrecht verloot SWOOP op 6 augustus, de eerste wedstrijddag (FC Utrecht – PSV), diverse prijzen!

- 📱 iPad Air
- 📱 iPhone 6
- 👕 Gesigneerd FC Utrecht shirt
- 🎫 2 VIP-tickets FC Utrecht

Wil jij kans maken? De actie loopt tot en met 5 augustus! Bekijk dan snel de voorwaarden : <https://www.swoop.nl/blog/open-dag-fc-utrecht/>



SWOOP ON TOUR BIJ FC UTRECHT!

SWOOP.NL

 Leuk  Reactie  Deeln

#14 'Ken je deze nog'-post

Nostalgie is een bijzonder iets, het verlangen naar vroeger is bij veel mensen erg sterk. Inspelen op dit gevoel is vaak een goed idee. Door mensen te laten herinneren aan deze tijd roep je een goed gevoel op. Wanneer je je bedrijf linkt met een product dat dit nostalgische gevoel oproept, link jij je bedrijf ook met dit positieve gevoel! Het fijne van dit type post is, is dat het vrij eenvoudig toe te passen is. Kies iets uit je eigen branche wat vroeger hip was maar nu echt niet meer. Ben je een kapper? Kies een oldschool kapsel. Zit je in de games? Kies een arcade klassieker. Zit je in de autobranche? Kies een oud auto-model dat vroeger populair was.

Voorbeeld

Wederom een voorbeeld van SWOOP, een telefoon gerelateerd bedrijf. In deze succesvolle (meerdere!) campagne vraagt het bedrijf wie vroeger ook een bepaald type telefoon had. Veel mensen liken de foto, maar ook veel mensen taggen elkaar om het gevoel van nostalgie te delen.



#15 Creëer een evenement

Een evenement creëren is de ideale manier om te zien welke mensen gaan en wie er geïnteresseerd is. Daarnaast kan je ook heel makkelijk genodigden op de hoogte houden van veranderingen van het evenement of nieuws.

Voorbeelden

De evenement optie van Facebook kun je op verschillende manieren inzetten, namelijk:

1. Een opening

Ben jij pas verhuisd met jouw bedrijf of open je een nieuwe vestiging? Laat dit dan weten en nodig al jouw fans uit. Je kan ze voor een evenement namelijk allemaal uitnodigen, erg leuk omdat dan mensen een digitale uitnodiging van jouw krijgen. Zorg er dan wel voor dat er voldoende informatie over het evenement zelf op de evenementpagina staat.

Als voorbeeld een evenement van Creative Cosmetics, zij nodigen iedereen uit om naar de opening te komen van hun nieuwe pand! Hartstikke leuk omdat je in het evenement berichten kan delen van wat mensen kunnen verwachten.



2. Een challenge

Bij een evenement voor een challenge is het belangrijk dat de begindatum goed staat en er zo veel mogelijk mensen worden uitgenodigd om mee te doen. Vervolgens kan je op de pagina van het evenement mensen inspireren, motiveren en informatie geven over de challenge. Zo zou je bijvoorbeeld een '21 dagen gezond eten' challenge beginnen waar je in het evenement de voedingsschema's deelt, mensen motiveert of vraagt of mensen ergens hulp bij nodig hebben. Op die manier wordt het een kleine community waar mensen elkaar gaan motiveren en controleren of iedereen wel mee doet! Hartstikke leuk om te doen maar ook zeker een ideale manier om nieuwe klanten te ontmoeten.

Als voorbeeld de '30 day plank challenge' van Vormlab, het evenement startte elke keer in het begin van de maand. Vervolgens kon je op de evenementenpagina de gehele maand informatie, motivatie en inspiratie vinden.



3. Een feest

Een evenement wordt veel gebruikt voor feesten van verschillende kroegen en clubs. Voor jou dus een ideale manier om te zien hoe veel er zijn uitgenodigd en om te zien hoeveel mensen er werkelijk komen.

Ter inspiratie Losjes, een concept uit 's-Hertogenbosch wat feesten organiseert. Voor elke feestje creëren zij een evenement waar zij vervolgens alle informatie delen zoals de line-up, timetable, kaartverkoop en nog veel meer handige informatie.



4. Een kortingsperiode

Voor een kortingsperiode of een eenmalige optie is een evenement gebruiken als aankondiging ideaal. Op die manier kun je er ook achter komen hoeveel mensen werkelijk gebruik gaan maken van de korting.

Een voorbeeld is 'Late night shopping 's-Hertogenbosch'. Winkeliers zijn hier tot laat open voor de drukke periodes van kerst. Een hartstikke leuk initiatief waar mensen ook

andere mensen kunnen uitnodigen. Op die manier verspreidt het evenement zich razendsnel!



25 NOV Late night shopping 's-Hertogenbosch

Openbaar · Georganiseerd door Late night shopping 's-Hertogenbosch

★ Geïnteresseerd + Gaat ✉ Uitnodigen ▼ ...

#16 Maak een cartoon

Ben jij creatief en kun jij goed tekenen of aan het werk met Photoshop, InDesign of Illustrator? Maak dan een cartoon en post elke dag een nieuw deel van het verhaal. Een ideale manier om volgers constant op jouw pagina te krijgen wanneer ze de rest van het verhaal willen weten.

Wil je het nog spannender en interactiever maken? Laat het einde van het verhaal dan open en laat jouw Facebook fans het einde verzinnen. Hang hier eventueel een actie aan vast om de mensen die reageren ook werkelijk te belonen. Met een simpele grap of interessant verhaal kan jij al snel likes verdienen waardoor jouw bedrijfspagina al snel meer zichtbaarheid zal gaan krijgen. Daarnaast kan de interactie er voor zorgen dat jij in contact komt met een nieuwe klant!

How to

Maak voor iedere dag een afbeelding wat je plaatst op jouw tijdlijn, de beste afmetingen voor een Facebook afbeelding is 1200 x 628 pixels. Promoot de eerste afbeelding flink en laat hier ook weten wat Facebook fans de komende dagen kunnen verwachten van jou. Op die manier weten mensen waarom jij afbeeldingen plaatst en dat er een verhaal achter zit.

Plan iedere keer rond dezelfde tijd de afbeelding in zodat mensen precies weten wanneer het verhaal verder gaat. Post een uur van tevoren een berichtje dat het verhaal bijna weer start om op die manier mensen te 'triggeren' om naar jouw Facebook pagina te gaan. Maak daarnaast het einde nog spannender door jouw Facebook fans het einde te laten bepalen, dit kan zorgen voor meer interactie, dus meer likes en reacties ;)

#17 Een meme velt op, kan viral gaan en erg grappig zijn!

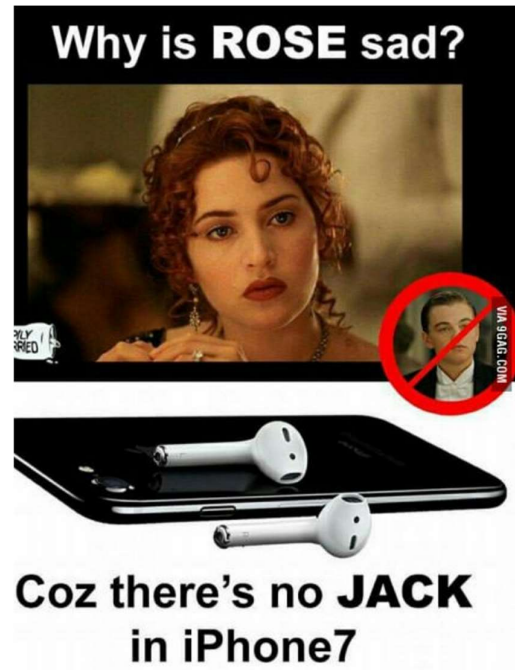
Een meme is een afbeelding die vaak terugkeert maar iedere keer net in een ander jasje. Door in te spelen op de huidige memes kan jouw Facebook post viraal gaan! Bij een meme is het belangrijk dat het onderwerp actueel is of enorm populair. Mensen herkennen zichzelf of de situatie gelijk waardoor zij snel op een meme-post gaan reageren en liken.

Voorbeeld

9GAG is een voorbeeld waar je naar kan kijken. Regelmatig komen hier memes voor die inspelen op een actualiteit. Een voorbeeld is dat van de iPhone 7 release. Een grote schok voor velen was dat er geen audio jack in zat, dit hield ook in dat de oortjes voortaan draadloos zijn. Jack en Rose van de Titanic wordt dan ook voor gebruikt voor de meme.

How-to

Wil jij graag ook een meme maken met jouw eigen tekst of afbeelding? Er zijn voldoende websites waar jij een meme kan maken, een voorbeeld van de een website vind je [hier](#). Zoek je liever een andere site, zoek dan op 'meme generator'.



#18 Live een presentatie, workshop of college geven, zet een webinar op

Een webinar is een evenement op het internet waar alleen online publiek aanwezig is. Voor verschillende webinars moet men zich alvorens inschrijven om een presentatie bij te wonen. Het is hartstikke leuk om een webinar op te zetten om bijvoorbeeld een presentatie te geven, een workshop te geven of zelfs college. Alles kan op afstand en de volger heeft alleen een computer en internetverbinding nodig.

Wanneer jij live een presentatie, workshop of college geeft kan je dit delen op Facebook. Allereerst om te laten zien dat je het doet en als tweede om inschrijvingen te verzamelen voor een training.

Voorbeeld

Het is belangrijk dat je uitgebreid uitlegt wat men allemaal kan verwachten op de training en dat de inschrijflink er duidelijk in staat.

How to

Zet voor jezelf duidelijk op papier wat er allemaal besproken gaat worden in de online training. Maak hier een kloppend en leesbaar verhaal van en plaats het op jouw tijdlijn. Zorg ervoor dat de links er goed in staan.

Kies daarnaast voor een persoonlijke foto, de training is immers live en op die manier weten zij precies wie degene achter de stem is. Daarnaast wordt het berichtje op deze manier ook persoonlijker.

#19 Geef een reactie op blogs of artikelen en schrijf hierover

Deel jouw mening over een blog, artikel of andere Facebook post in een Facebook post! Voordat mensen zaken willen doen willen zij eerst de persoon leren kennen voordat ze daar geld aan gaan uitgeven, dit is dan ook een grote stap. Laat anderen kennis met jou maken om ervoor te zorgen dat deze stap kleiner wordt.

Zie jij bijvoorbeeld een interessante post wat binnen jouw branche past? Deel de post en schrijf in een bericht er bij waarom je hem deelt of wat je ervan vindt. Ditzelfde geldt voor gedeelde blogberichten of artikelen.

Wanneer je een interessant artikel hebt gelezen op een website en je wilt dat delen met jouw reactie, schrijf dan het bericht en deel de link waar zij het artikel kunnen lezen. Het is enorm waardevol om jouw kennis te delen.

Het is enorm leuk om te zien wat anderen er ook van vinden, op die manier weet je of jij met jouw potentiële klanten op 1 lijn ligt. Vraag daarom ook in de post wat anderen ervan vinden en of ze een reactie willen achterlaten. Vervolgens is dit enorm waardevol omdat je met die persoon in gesprek kunt komen door op zijn of haar reactie te reageren. Op die manier kom je misschien wel in gesprek met jouw volgende betalende klant ;).

#20 Maak korte en opvallende introductie filmpjes als introductie

Filmpjes doen het erg goed op Facebook, dus probeer goede redenen te bedenken om een filmpje te schieten. Filmpjes hoeven niet gemaakt te worden met een dure en professionele camera, de camera van je telefoon kan al genoeg zijn. Een introductiefilmpje kan van alles introduceren: een nieuwe collega, een nieuw product of bijvoorbeeld een nieuwe winkel.

Voorbeeld

Dit is een video waarin Nike haar nieuwe loopschoen introduceert. Video's van een groot bedrijf als Nike zijn natuurlijk super professioneel, maar ook minder professionele video's doen het erg goed op Facebook. Vertel kort iets over je product en link naar de pagina waar mensen meer over je product kunnen vinden. Super makkelijk om je nieuwe product onder de aandacht van Facebookers te brengen.



#21 Schrijf controversiële posts

Op internet bestaat er een gezegde 'Als je het juiste antwoord niet kan vinden, moet je het verkeerde antwoord online zetten'. Hiermee wordt bedoeld op het feit dat mensen vaak andere mensen verbeteren als ze een fout maken. Een controversiële post hoeft niet een post te zijn die fout is, maar wel een post met een onderwerp waar mensen verschillende meningen over hebben. Met het posten van een dergelijk artikel is de kans groot dat je een discussie kunt opzetten.

Voorbeeld

Geef een mening over een onderwerp waar de meningen over verdeeld zijn om zo reacties te ontlokken uit je volgers. Neem bijvoorbeeld het volgende bericht:

"Facebook verzamelt gegevens over mij over het hele web en ook via mijn telefoon. Ik vind het niet zo erg want hierdoor krijg ik betere advertenties. Wat vind jij? Is dit een goede ontwikkeling?"

Als je dit bericht op je Facebook-pagina zet krijg je gegarandeerd de reactie van iemand die het hier totaal niet mee eens is omdat zo Facebook zijn/haar privacy schendt.

Dat is perfect! Zo creëer je interactie.

#22 Laat zien welke voordelen klanten kunnen halen uit jouw producten

Soms zijn producten complexer dan de meeste mensen denken. Laat in een video zien wat jouw product allemaal kan en geef tips en tricks voor het gebruik van jouw product. Natuurlijk kun je dit ook in de vorm van een artikel doen, maar een video is vaak praktischer voor je klanten.



Everything You Need To Know About The Nike FuelBand

dannyboylive

4 jaar geleden • 228.372 weergaven

If you have any questions regarding this Nike product that I didn't cover in the video feel free to leave a comment below!

De perfecte tijd om een how-to video te lanceren is tijdens de lancering van je product. Mensen die je product al in huis hebben krijgen zo een duidelijke handleiding van wat je precies met je product kunt doen. Op deze manier hou je je huidige klanten tevreden.

Maar misschien nog wel belangrijker, met een instructievideo kun je erg makkelijk nieuwe klanten winnen. Doordat je in je video precies uitlegt wat je allemaal kunt doen met je product, zien mensen meteen wat er allemaal mogelijk is met je product en dat dit alles natuurlijk super makkelijk is. De voordelen van jouw product springen als het goed is echt uit je video. Wanneer mensen een video met alle voordelen van jouw product op Facebook voorbij zien komen, zal jouw doelgroep als het goed is helemaal overtuigd raken van jouw product.

#23 Maak een Facebook Canvas

Facebook Canvas is een advertentie mogelijkheid die het mogelijk maakt om verhalen te vertellen en producten uitgebreid laat zien. Het is een grote advertentie met verschillende advertentiemogelijkheden van Facebook in één, denk aan een video en carrousel advertentie. Met Facebook Canvas komen verhalen tot leven op mobiel.

Hoe ziet een Facebook Canvas eruit?

Een Facebook Canvas kan worden opgebouwd uit 8 onderdelen. Alle 8 onderdelen worden onder elkaar weergegeven. Hierdoor kan jij een compleet verhaal vertellen op Facebook. Facebook Canvas is enorm mobielvriendelijk, 80% van alle Facebook gebruikers gebruiken Facebook op een smartphone. Facebook Canvas is dan ook een ideale advertentie!

De onderdelen zijn:

1. Kop met logo
2. Schermvullende afbeelding
3. Tekstblok
4. Een button met een link
5. Een afbeeldingen carrousel
6. Een video
7. Schermvullende afbeelding wat gekanteld kan worden
8. Productoverzicht

De Facebook canvas wordt getoond wanneer een Facebook-gebruiker op de advertentie klikt. Een Facebook Canvas moet gebouwd worden in Canvas Builder. De Canvas Builder vind je op je bedrijfspagina. Hier staat een voorbeeld van een Canvas, met behulp van dit voorbeeld kun jij goed zien wat er allemaal nodig is en hoe het wordt vormgegeven.

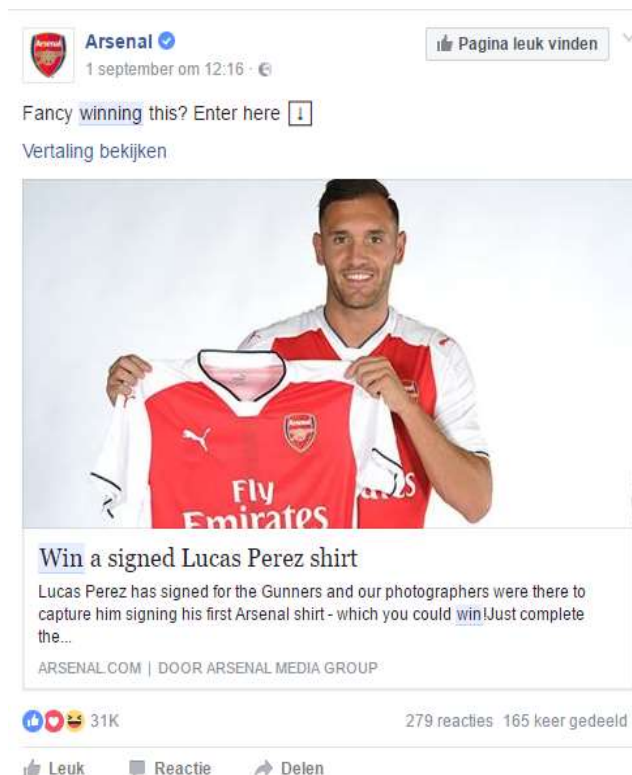
#24 Zet een prijsvraag op

Winnen is altijd leuk! Veel mensen doen graag mee met een winactie, zeker wanneer je (bijna) niets hoeft te doen om kans te maken op de prijs! Zet op je Facebook een prijsvraag/win-actie op waarmee mensen een leuke prijs kunnen winnen. Een prijs hoeft jou vaak relatief niet heel veel geld te kosten. Doordat je je prijs verloot onder potentiële klanten is iedereen geïnteresseerd in het winnen van een van jouw producten (of diensten!).

Hoe jouw prijsvraag precies in elkaar steekt is helemaal aan jou. Allereerst, welke/hoeveel prijzen je weggeeft kun je zelf kiezen. Hoe meer/Hoe waardevollere prijzen hoe meer mensen mee zullen doen met je prijsvraag. Wanneer je een super waardevolle prijs weggeeft zul je veel mensen aantrekken, maar onderschat de kracht niet van 10 of misschien wel 100 kleinere prijsjes!

Het tweede aspect wat er bij een prijsvraag komt kijken is de handeling van de gebruiker om deelnemer te worden aan de prijsvraag. Ook hierin kun je erg creatief zijn. Een simpel voorbeeld is dat mensen meedoen aan de wedstrijd door een like op een bepaald bericht achter te laten. Natuurlijk kun je gebruikers ook vragen om een zo leuk mogelijke reactie te plaatsen onder het bericht. Dit kun je ook weer verder trekken door mensen te vragen een zo leuk mogelijke foto onder je bericht achter te laten als reactie.

Let op: er zijn grenzen aan wat je mag verlangen van gebruikers om deel te nemen aan je actie. Zo mag je niet vragen om het delen van een bericht of het liken van je pagina en mag je niet vragen dat mensen zichzelf of andere moeten taggen in een foto of bericht. Alhoewel deze regels bestaan, houdt niet iedereen zich er aan. Vaak heeft dit geen gevolgen, maar Facebook staat in het recht om actie te ondernemen tegen pagina's die zich niet aan haar regels houden.



#25 Laat je collectie of producten zien

Binnen Facebook kun jij jouw collectie of producten laten zien. Dit kan op twee manieren:

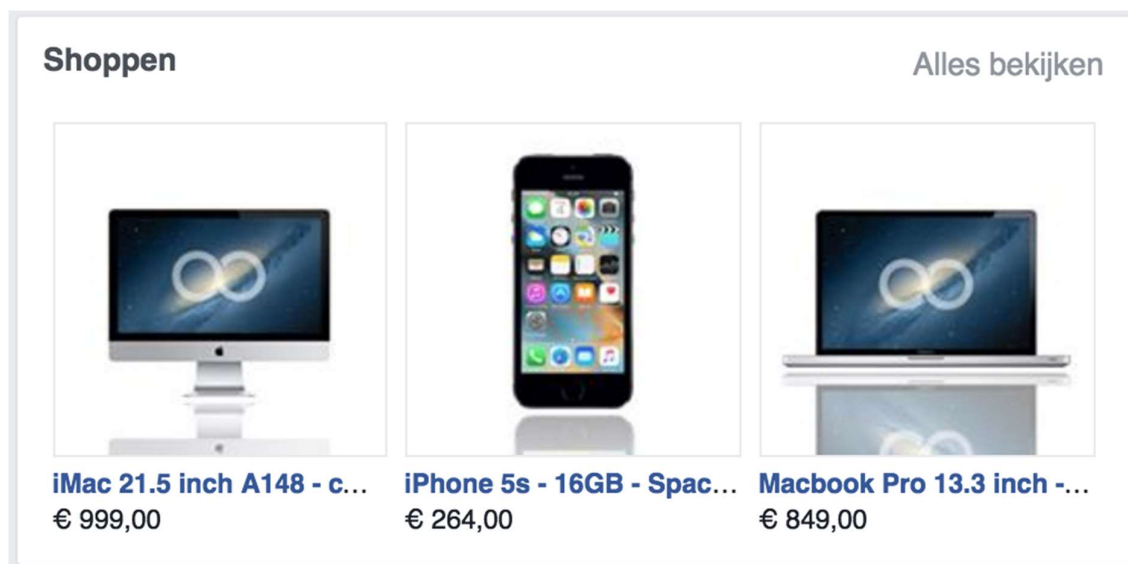
1. Met een Facebook Carrousel

De Facebook Carrousel is een goede manier om jouw collectie te laten zien. Hier kan jij namelijk per dia een ander product kiezen en vervolgens de URL achter elke dia naar de goede landingspagina sturen. In tip 9 zijn de mogelijkheden uitgelegd inclusief het stappenplan van hoe je een Facebook Carrousel opzet.

2. Met het winkelgedeelte van Facebook

Facebook heeft een winkelgedeelte voor bedrijfspagina's. Hier kun je producten toevoegen met alle informatie die ook op een website staat. Denk aan prijs, omschrijving, specificaties en de link waar je het uiteindelijk kan kopen.

Een voorbeeld van wie hier gebruik van maakt is SWOOP. Zij bieden bijvoorbeeld de hardlopers aan op Facebook in een winkelgedeelte. Het winkelgedeelte kan je vinden bij tabs. De producten worden ook nog eens duidelijk in de tijdlijn van de bedrijfspagina weergegeven.



#26 Analyseer onderzoeken en deel jouw bevindingen

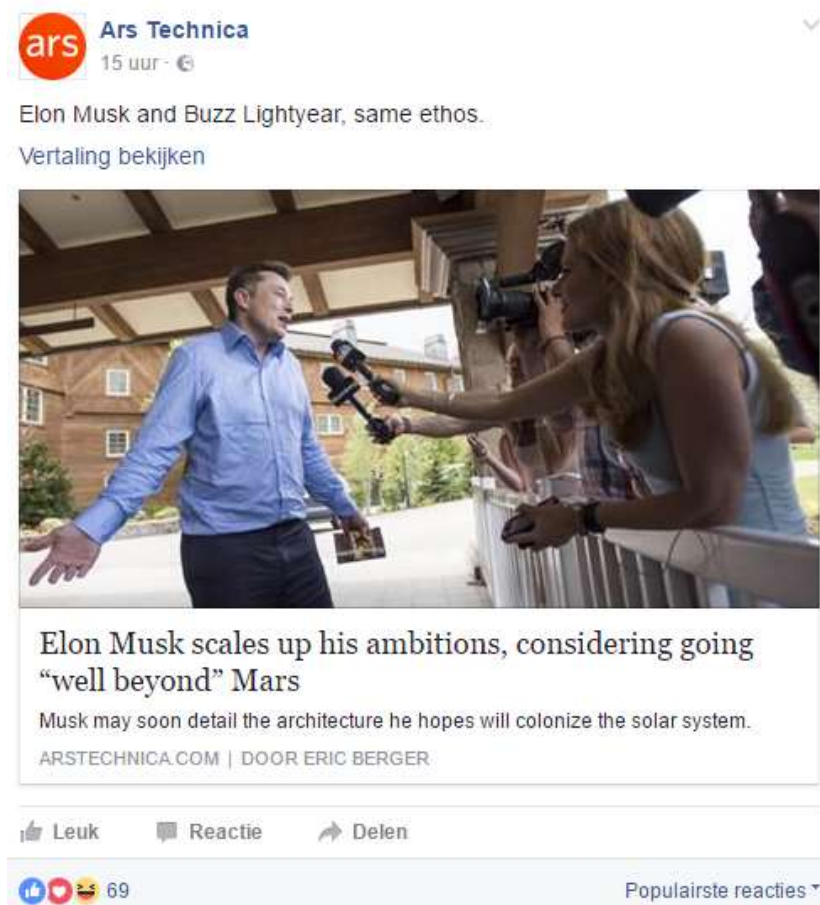
Wordt er binnen jouw branche regelmatig onderzoek gedaan naar bepaalde producten, diensten, services of andere onderwerpen? Analyseer ze zelf en bekijk wat voor invloed het heeft voor jou. Vervolgens kun je deze bevindingen delen in een Facebook post en vragen wat anderen ervan vinden, wat de visie van hen is of wat ze van jouw analyse vinden.

Door te vragen om een reactie zal je meer interactie krijgen op jouw Facebook pagina. Daarnaast zijn reacties en likes enorm waardevol wanneer je meer bereik wilt met jouw Facebook bedrijfspagina. Vervolgens kan je op deze manier heel goed zien hoe jouw klanten denken over ontwikkelingen in de markt. Deze informatie is enorm nuttig wanneer je wilt inspelen op de behoeften van de klant en van twijfelende klanten betalende klanten wilt maken.

#27 Schrijf over een invloedrijke persoon binnen jouw branche

Ben jij nog niet zo bekend binnen jouw branche, maar zitten er al wel grote spelers tussen waar jij iets over wilt delen? Doe dit dan! Denk aan quotes van deze invloedrijke personen of bijvoorbeeld blogberichten. Door dit te delen laat je zien dat je invloedrijke personen binnen jouw branche zeker in de gaten houdt. Op die manier kun je vertrouwen wekken bij potentiële klanten.

Daarnaast kan je andere pagina's / personen taggen in het bericht. Wie weet pakt diegene dat op en zal dan ook reageren op jouw post. Dit kan voor een enorme 'boost' zorgen op jouw Facebook bedrijfspagina.



#28 Zet iemand in het zonnetje

Zet wekelijks of maandelijks iemand in het zonnetje, denk bijvoorbeeld aan een 'volger van de week'. Andere mensen vinden het altijd hartstikke leuk om opgemerkt te worden. Daarnaast zal het bericht enorm snel opgepakt worden door de persoon die jij in het zonnetje hebt gezet en kom je in contact met personen die jou nog niet kennen.

Je zou ook een klant van jou in het zonnetje kunnen zetten. Heb jij bijvoorbeeld een bakkerij en komt wekelijks dezelfde klant brood bij je kopen? Maak er een foto van en plaats deze met een persoonlijk bericht op Facebook. Beloon daarnaast diegene met een korting. Er zullen veel aanvragen volgen wanneer anderen in het zonnetje gezet worden, omdat zij ook wel geïnteresseerd zijn in een korting ;).



#29 Stel je medewerkers voor

Een leuke actie, die niet alleen leuk is voor je volgers maar ook voor je bedrijf, is het voorstellen van collega's. Heel simpel gezegd: in een Facebook-bericht laat je een van je medewerkers zichzelf voorstellen aan je Facebook volgers. Dit heeft verschillende positieve effecten.

- Je volgers leren je medewerkers kennen, omdat al je volgers in contact komen met je medewerkers.
- Je volgers krijgen te zien welke functies er allemaal binnen jullie bedrijf zijn. Hierdoor krijgen ze een beter beeld van het bedrijf en krijgen ze meer respect voor wat er zoal gebeurt binnen jullie business.
- Je medewerkers krijgen een speciaal plekje in de spotlights. Niet alleen voor je volgers, maar ook voor je medewerkers is het leuk om eens iets van zich te kunnen laten horen (zeker voor medewerkers die normaal geen klantcontact hebben).
- Je maakt je bedrijf wat menselijker door de personen achter je bedrijf een gezicht te geven.

Het fijne van dit soort berichten is dat je er gemakkelijk meerdere tegelijk kunt maken. Kies van iedere afdeling binnen je bedrijf een persoon uit en laat diegene iets over zichzelf binnen het bedrijf schrijven. Kijk natuurlijk wel of dit soort berichten werken voor jouw bedrijf en volgers, want mocht er totaal geen respons komen, is het misschien niet slim om dit soort berichten door te zetten. Echter worden deze berichtjes vaak toch positief ontvangen ;).

Voorbeeld

Naam: Freek de Vries

Leeftijd: 34

Functie: Baliemedewerker

Hallo Facebook! Vandaag is het mijn beurt om me voor te stellen aan jullie. Zoals jullie hierboven al kunnen lezen, ik ben Freek en sta op jullie te wachten als jullie de winkel binnen komen. Ik ben hier voor al jullie vragen en opmerkingen. Vaak zijn het vragen die ik zo kan oplossen, maar soms zit er wel eens een heel aparte vraag bij. De vreemdste vraag die ik ooit heb gehad is: "Verkopen jullie ook wasmachines waarmee ik geld kan witwassen?". Een leuk grapje zou je zeggen, maar die klant die dit vroeg had wel wat weg van Heisenberg ;) Hopelijk tot binnenkort in de winkel!

#30 Promoot anderen

Deze vorm van content lijkt veel op de vorige tip over het in de spotlight zetten van je medewerkers. In deze vorm van content schrijf je namelijk ook niet over jezelf als bedrijf, maar over anderen. Dit keer niet over je medewerkers, maar over andere bedrijven. Nu hoor ik je al denken, waarom zou ik in godsnaam een Facebook-bericht schrijven over andere bedrijven?

Klopt, het is ook best wel een beetje vreemd om niet over jezelf te schrijven. Gelukkig betekent over een ander bedrijf schrijven niet altijd dat je je klanten doorverwijst naar een concurrent. Dit doe je door het bericht simpelweg niet over je concurrentie te laten gaan.

Waar je dan over schrijft? Nou, dat mag eigenlijk ieder ander bedrijf zijn. Zorg er wel voor dat er een connectie is tussen jouw bedrijf en het bedrijf waar je over schrijft. Zo kun je over een klant van je schrijven in het geval dat jullie business B2B is, of schrijf je over een bedrijf dat jullie ergens mee helpt (bijvoorbeeld als leverancier).

Waar je precies over schrijft is vaak niet zo heel belangrijk, maar je moet er wel voor zorgen dat je het andere bedrijf niet boos maakt. Schrijf dus geen onaardige dingen over een bedrijf waardoor jullie relatie kan verslechteren. Logisch toch? ;)

Extra handige tip: wil je het andere bedrijf laten weten dat je over hen hebt geschreven, tag ze in het bericht!

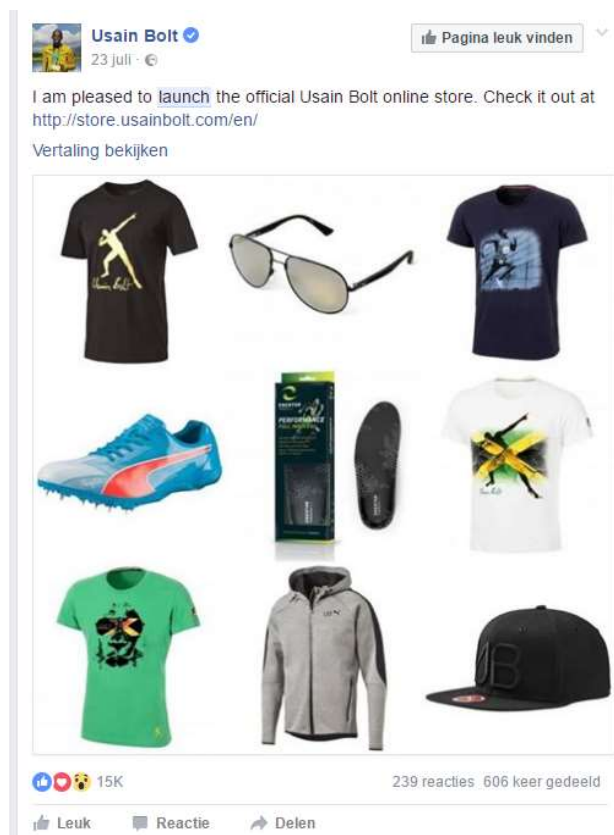
#31 Bundel blogposts met hetzelfde onderwerp bij elkaar!

Een tip die niet zozeer voor content zorgt, maar er wel voor kan zorgen dat je content beter gelezen wordt, is het bundelen van je blogposts. Door een speciale pagina te maken met alle blogposts van één onderwerp kunnen lezers makkelijk gerelateerde artikelen vinden. Je kunt natuurlijk ook een nieuw artikel schrijven waarin je linkt naar alle voorgaande blogberichten over hetzelfde onderwerp. Nadeel hiervan is wel dat je dit handmatig moet aanpassen terwijl een overzichtspagina vaak erg makkelijk te maken is m.b.v. je CMS.

#32 Lanceer nieuwe producten/diensten

Lanceer je binnenkort een nieuw product? Laat dit aan iedereen weten via Facebook! Een nieuw product (of dienst) lanceren gaat vaak gepaard met veel spanning, maar ook veel enthousiasme. En precies dat enthousiasme doet het goed op Facebook! Het lanceren van een nieuw product op Facebook kan uit verschillende onderdelen bestaan:

- **Bouw spanning op richting de lancering:** voordat je het product lanceert, kun je hier al aankondigingen van doen op Facebook. Dit kun je doen door te vertellen dat er binnenkort een nieuw product komt en wat dit product zo uniek maakt.
- **Lanceer het product:** laat je volgers weten dat je een nieuw product hebt. Maak een video waarin je je product laat zien of schrijf een goede post waarin je je product presenteert.
- **Verschaf nazorg:** op Facebook kun je gemakkelijk nazorg leveren voor je nieuwe product. Schrijf een FAQ en beantwoord alle vragen die je binnenkrijgt via je bedrijfspagina.



#33 Schrijf een artikel gerelateerd aan een feestdag

"Elke dag is een reden voor een feestje, elke dag dus ook vandaag!" En alhoewel er echt niet op iedere dag een taart aanwezig zal zijn om iets te vieren, kun je op bijna iedere dag wel een speciale dag vieren. Zo heb je een feestdag voor het getal Pi, het praten zoals een piraat en voor fast food.

Nu zul je je afvragen, wat moet ik hier mee?

Nou, als bedrijf is er vast een feestdag die relevant is voor jullie! Zoek die dag uit en schrijf er een mooi stukje over. Typ op 19 september bijvoorbeeld alsof je een piraat bent, want dan is het International Talk Like a Pirate Day. Op 12 mei maak je een limerick van je Facebook post want dan is het Limerick-day.

Is er binnenkort een speciale dag en kun jij die dag linken met je eigen bedrijf? Grijp deze kans dan met twee handen aan. Door in te spelen op een relevant item kun je zomaar ineens veel exposure krijgen wanneer jij een goed artikel schrijft.

Ook kun je inspelen op 'normale' feestdagen als Kerstmis, nieuwjaar en bijvoorbeeld prinsjesdag. Wens iedereen een gelukkig nieuwjaar op 1 januari en maak een mooie nieuwjaarsactie of lanceer een nieuw product op 1 januari!

Alle speciale dagen van het jaar: <https://www.daysoftheyear.com/>

De Nederlandse "inhaak kalender" <http://inhaakkalender.nu/>

#34 Een gedetailleerde en uitgebreide post over een onderwerp binnen jouw branche

Het voordeel van Facebook in vergelijking met Twitter is dat je niet verbonden bent aan een maximaal aantal tekens. Je kan zoveel informatie delen als je zelf wilt. Deel gedetailleerde en uitgebreide berichten op Facebook. Denk aan stories, verslagen of een deel van een blogbericht.

Een lange post werkt eigenlijk hetzelfde als een blogbericht; gebruik een aantrekkelijke titel en zorg met de eerste zinnen van het verhaal dat de Facebook-gebruiker de rest van het Facebook-bericht wil lezen. Want een lange post wordt na 5 regels afgebroken.

Het is daarnaast belangrijk dat je het bericht op een goede tijd inplant. Doe dit dan ook in de ochtend, veel mensen pakken het eerste hun smartphone wanneer ze opstaan. Ze kijken het nieuws, of er file staat en wat er allemaal gepost is op Facebook. In de vroege ochtend hebben ze normaliter wel tijd om een lang Facebook-bericht te lezen. Daarnaast zal het bericht ook heel de dag op Facebook staan voor de late actieve Facebook-gebruikers.

#35 Beste 'tool' binnen jouw branche delen

Elke branche kent verschillende 'tools' om bepaalde werkzaamheden makkelijk te maken. Denk bijvoorbeeld aan een programma dat makkelijke omslagfoto's maakt of een programma dat snel analyses maakt. Deel de handige 'tool' die jij gebruikt in een Facebook post. Mensen zullen dit dan snel oppakken en jou dankbaar zijn voor het handige hulpmiddel. De volgers van jouw pagina zullen dan meer geïnteresseerd zijn in wat jij te vertellen hebt, omdat je hen ook echt waarde biedt. Dit is goed voor volgende posts die jij gaat delen, denk aan posts waar je producten deelt en laat zien welke services je aanbiedt!

How to

Vaak is een 'tool' nieuw voor anderen. Deel in de Facebook post dus voldoende informatie waarom de 'tool' voor jouw branche zo handig is. Laat daarnaast ook zien hoe je deze gebruikt en deel jouw ervaringen. Vergeet ook de link niet waar men de 'tool' kan downloaden of gebruiken.

#36 Crowd source post

Zoek jij of ken jij iemand die nog financiële middelen nodig heeft? Deel dan jouw project in een Facebook post en laat zien hoe ze jou kunnen steunen. Met Facebook kan het bereik van jouw bericht enorm stijgen waardoor meer mensen te zien krijgen waar jij allemaal mee bezig bent. Een crowdsourcing project delen op Facebook is dan ook een goede manier.

How-to

Een Facebook bericht kan uit enorm veel tekens bestaan. Pak dit moment om het verhaal te delen en beschrijf in het bericht goed hoe anderen kunnen steunen. Let er wel op dat alleen de eerste vijf regels maar worden weergegeven in een Facebook bericht. Zorg er dus voor dat het begin aantrekkelijk genoeg is om de rest van de post te lezen. Vertel bijvoorbeeld iets over je project en deel de vorderingen.

#37 Deel een video, presentatie of infographic

Maak het jouw klanten en potentiële klanten makkelijk en deel processen in een video, presentatie of in een infographic. Maar een video, presentatie of infographic hoeft je niet altijd zelf te maken. Wanneer je dit wel doet, kost dit veel tijd of je moet het uitbesteden.

Zoek eens rond op het internet, ik weet zeker dat je hier iets vindt wat interessant is binnen jouw branche. Deel deze berichten, zodat jij waarde creëert voor je volgers.

Voorbeeld

Een voorbeeld van DutchCowboys. Zij hebben een infographic gemaakt met logo's van bekende merken. Een zeer interessante infographic dat gebruikt kan worden voor bijvoorbeeld communicatiebureau's.



#38 Beantwoord de veelgestelde vragen binnen jouw branche

Vaak hebben veel klanten vragen over jouw producten of dienst. Via internet kun je gemakkelijk veel mensen helpen met het beantwoorden van die vragen. In plaats van iedereen afzonderlijk een antwoord te geven aan de telefoon of via de e-mail is het natuurlijk veel makkelijker en minder tijdrovend om in één keer zo veel mogelijk vragen van klanten te beantwoorden.

Veel gestelde vragen, of Frequently Asked Questions (FAQ) in het Engels, zijn vragen die jij van meerdere klanten krijgt en waarvan jij denkt dat ook andere klanten hier antwoord op willen hebben. Maak een artikel over deze vragen en geef duidelijke antwoorden. Hoe completer en duidelijker je dit artikel maakt, hoe minder vragen je zult krijgen van klanten, waardoor je uiteindelijk meer tijd overhoudt om je business te runnen.

Het schrijven van een FAQ is niet alleen handig om vragen voor je klantenservice te voorkomen, maar het is ook een bron voor Facebook posts. Een goed voorbeeld hiervan is een FAQ gerelateerd aan het nieuws. Zo is het een goed idee om de lancering van een nieuw product te voorzien van een FAQ om zo veel vragen te voorkomen. Link deze FAQ op Facebook om mensen te voorzien van antwoorden.

 **appletips.nl**
17 augustus · €

Pagina leuk vinden

macOS Sierra brengt Siri naar de Mac, maar er is veel meer. Lees er alles over in de appletips macOS Sierra [FAQ](https://www.appletips.nl/mac-os-sierra-faq/)
<https://www.appletips.nl/mac-os-sierra-faq/>



FAQ: Kom alles te weten over macOS Sierra
Alle vragen over macOS Sierra worden beantwoord in deze handige [FAQ](#), kom meer te weten over de nieuwe software voor de Mac!

APPLETIPS.NL

  8

1 reactie

#39 Houd veranderingen voor jouw branche bij

Veranderingen in je branche zijn niet alleen interessant voor jou, maar vaak ook voor jouw klanten. Zit je in de telefoon branche? Schrijf dan bijvoorbeeld een artikel over de nieuwste technologie van het laatste model iPhone. Zorg ervoor dat je in ieder geval de volgende vragen beantwoordt: Wat maakt deze technologie nou zo bijzonder? Waarom is dit interessant voor klanten? Wat betekent deze technologie voor de toekomst van jouw branche?

Dit soort artikelen moet je zien als een soort achtergrondartikel op het huidige nieuws. In plaats van dat je rechtstreeks het nieuws meldt (wat je ook zeker moet doen, maar dan wel in een ander artikel!), doe je een stapje naar achter en bekijk je het grotere geheel rondom de verandering. Soms is je conclusie dat een verandering echt super bijzonder is voor je branche, maar het kan ook erg interessant zijn om te melden dat een verandering waarschijnlijk helemaal geen invloed heeft op je branche. Waarom is die verandering dan toch gaande? Probeer hier antwoord op te geven en geef aan waarom jij denkt dat de verandering geen game-changer is.

#40 Laat de klanten weten wat slim is en wat niet, oftewel TO DO's en NOT TO DO's

Een handleiding voor het gebruiken van een product of dienst van jouw bedrijf kan erg waardevol zijn voor klanten. Nu hoeft een handleiding echt niet een saai artikel te zijn waarin jij allerlei veiligheidsvoorschriften en garantieclaims bespreekt. Maak er een lekker 'spicy' artikel van door er een To Do lijstje van te maken. Of gooi het juist over een andere boeg en schrijf een Not To Do lijstje.

In een To Do lijstje geef je mensen tips over hoe zij jouw product kunnen gebruiken. Heb je een koffiezetapparaat als product? Vertel mensen hoe ze de perfecte koffie maken met behulp van jouw apparaat. Verkoop je rugzakken? Vertel dan hoe mensen de rugzak ideaal kunnen inpakken door gebruik te maken van alle vakjes en functionaliteiten in de rugzak. Verkoop je frikandellen? Schrijf een artikel over 10 verschillende recepten met frikandel of sauzen die perfect bij een frikandel passen.

Een Not To Do list is een lijstje met dingen die klanten juist niet moeten doen. Ook dit hoeft geen saai artikel te zijn. Zo kun je dit artikel bijvoorbeeld een beetje een

mythbusters stijl geven. Verkoop je deodorantbussen? Laat mensen zien waarom het niet slim is om de deo naar een open vlam te spuiten of op een kampvuur te gooien. Verkoop je een houdbaar product? Laat dan zien hoe jouw product eruit ziet na 1 dag, 1 week en 1 maand over de datum.

In plaats van alleen grappige Not To Do's kun je natuurlijk ook over wat meer serieuze onderwerpen praten. Vertel mensen waarom ze jouw product op een andere manier moeten gebruiken dan de meeste mensen doen om zo het optimale uit jouw product te halen. Deze tips (zowel de To Do's als de Not To Do's) kun je allemaal verwerken in één of twee artikelen. Vervolgens kun je deze tips afzonderlijk gebruiken als basis voor een Facebook bericht dat linkt naar deze artikelen. Uit een lijst met tien tips kun je bijvoorbeeld drie verschillende dagen een nieuwe To Do kiezen en die gebruiken voor je Facebook berichtje van die dag.



MAKER Homeware

16 september om 22:04 · 🌐

We like to put our bake bakeware to good use, and these tips help!
<https://www.makerhomeware.com/product-category/bakeware/>

Vertaling bekijken



Top 10 Baking Tips. - Sallys Baking Addiction

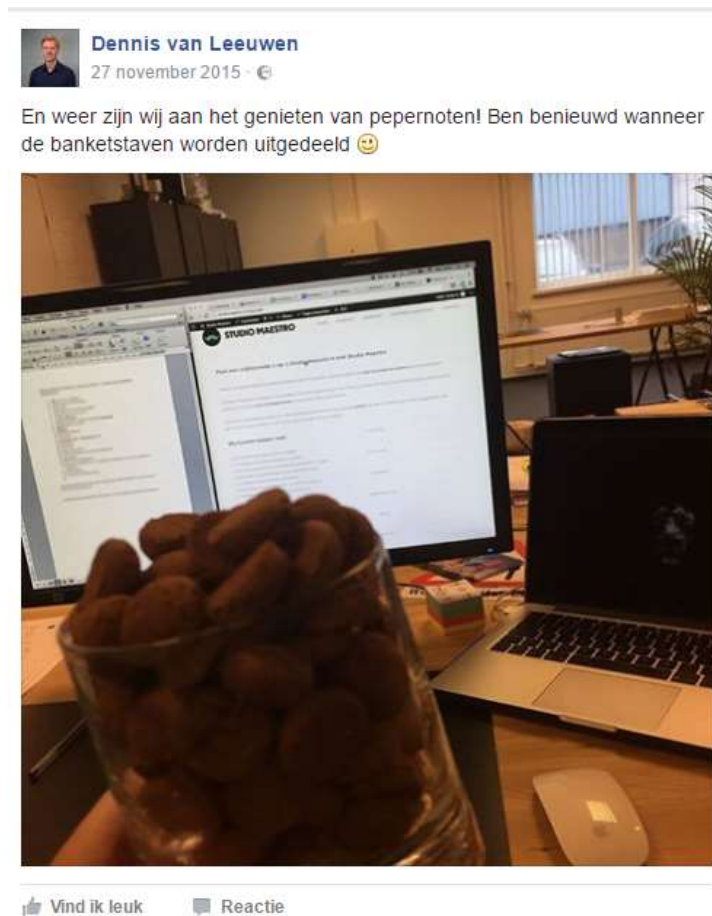
Here are my top ten baking tips to help you become a better, more knowledgeable baker!

SALLYSLYBAKINGADDICTION.COM

#41 Laat zien wat jullie doen in de middagpauze en creëer interactie

Een gemakkelijke manier om aan content te komen is door met de wereld te delen hoe jullie middagpauze eruit ziet. Maak een foto van die taart die de jarige job heeft meegenomen of plaats de uitslag van de tafel voetbalwedstrijd online. Misschien kun je zelf een video maken van de grappenmaker die altijd iedereen met een glimlach de kantine uit laat gaan.

Deze vorm van content is vaak vooral interessant voor B2B bedrijven, maar kan ook zeker gebruikt worden in een B2C setting. De reden hiervoor is dat je met dit soort berichten vaak mensen aanspreekt die ook aan het lunchen zijn tijdens het werken. Verder geef je met dit soort berichten een gezicht aan je bedrijf. Laat zien dat jullie het leuke bedrijf zijn waar het niet alleen belangrijk is dat jullie werk verrichten, maar waar ook gezelligheid is.



#42 Wees een bron van informatie met whitepapers

Een whitepaper (oftewel een witboek) is een artikel geschreven met als doel informatie te verspreiden over een bepaald onderwerp. Doordat de focus op het verspreiden van informatie ligt en niet op het maken van reclame voor een product, worden whitepapers over het algemeen gezien als een goede bron van informatie. De reden voor bedrijven om een whitepaper te schrijven is het verbeteren van de status van het bedrijf.

Een goed voorbeeld van een whitepaper is deze lijst met content tips. Klanten gebruiken deze lijst daadwerkelijk en halen hier nuttige informatie uit. Dit terwijl er in deze lijst geen reclame gemaakt wordt voor een bepaalde dienst of product.

Een whitepaper hoeft echter niet altijd een tiplijst te zijn. Je kunt ook een lopend artikel schrijven over een bepaald onderwerp relevant aan jouw business, of je geeft een handleiding voor bij jouw product of iets dergelijks. Natuurlijk kun je in je whitepaper wel je logo terug laten komen, zodat mensen jouw bedrijf linken met de kennis die je verspreidt;

#43 Maak een foto-album

Foto's doen het erg goed op Facebook. Visuele content zegt nu eenmaal veel meer dan een lap tekst. Maak hier gretig gebruik van door een fotoalbum te uploaden. Een foto album kun je over verschillende onderwerpen maken.

Heb je een evenement? Huur een fotograaf in of schiet zelf wat plaatjes, zodat je deze later op Facebook kunt zetten. Een paar professionele foto's van een evenement geven jouw bedrijf direct een professionele uitstraling!

Lanceer je een nieuw product? Maak foto's van verschillende versies van je product en vanuit verschillende hoeken. Plaats je product voor een leuke achtergrond of maak een foto terwijl jouw product in gebruik is.

Wil je mensen een kijkje geven in de 'keuken' van jouw product? Maak foto's van het productieproces van je best verkopende producten om mensen zo te laten zien hoeveel werk (en liefde!) er in het maken van je product gaat zitten.

Dit soort foto's kun je mooi groeperen in een fotoalbum en plaatsen op zowel je website als op Facebook. Zorg er wel voor dat je foto's niet van de allerlaagste kwaliteit zijn. Niets is namelijk zo lelijk als een foto waar je de pixels met het blote oog kunt tellen.

#44 Verander je omslagfoto

Je omslagfoto is een belangrijk onderdeel van je Facebook profiel. Het is namelijk vaak het eerste en meest opvallende onderdeel dat mensen zien wanneer ze jouw profiel openen. Zorg er daarom voor dat je omslagfoto up-to-date is. Het is erg zonde om je digitale visitekaartje niet optimaal te gebruiken. Je kunt je omslagfoto gebruiken als een plek om een mooie foto te plaatsen, maar je omslagfoto is meer!



Facebook adverteren?

Stein

brainy.nl

Korte training:

- advertentie ontwerpen
- doelgroep bepalen
- Facebook pixel
- funnel bouw
- leads genereren

Als voorbeeld bekijken we mijn omslagfoto. Op mijn omslagfoto maak ik namelijk promotie met als doelgroep de lokale middenstand van Stein.

Zoals je kunt zien is mijn omslagfoto dus veel meer dan gewoon een plaatje. Het is mijn visitekaartje. Drie onderdelen zijn belangrijk in een omslagfoto.

1. Zorg ervoor dat mensen weten wie je bent en wat je doet.
2. Geef aan hoe mensen je kunnen bereiken of hoe ze meer informatie kunnen vinden.
3. Roep mensen op om iets te doen (zoals je volgen op andere social media).

PRO TIP: De omslagfoto kan ook een (korte) video zijn.

De omslag video plaats je net als een omslag foto, maar de video moet wel aan een aantal vereisten voldoen;

- Het moet een eigen video zijn waar je zelf auteursrechten op hebt.
- Zorg dat je omslagvideo voldoet aan de Facebook paginavoorwaarden. Omslagvideo's mogen niet bedrieglijk of misleidend zijn en geen inbreuk maken op het auteursrecht van anderen.
- **De omslagvideo voor je pagina moet een afmeting van ten minste 820 x 312 pixels hebben. Upload voor de beste resultaten een omslagvideo met een afmeting van 820 x 462 pixels.**
- De omslagvideo voor je pagina moet een lengte tussen 20 en 90 seconden hebben.
- Als je later besluit om je omslagvideo te verwijderen, wordt de video niet automatisch verwijderd en is deze nog steeds beschikbaar in de videobibliotheek van je pagina.

#45 Wees persoonlijk, P2P, mensen doen zaken met mensen

P2P(person-to-person)-communicatie is anders dan normale bedrijfscommunicatie, omdat je nu niet als bedrijf spreekt met een klant, maar als persoon. Dit heeft als voordeel dat je veel persoonlijker bent. Mensen doen namelijk veel liever zaken met andere personen dan met andere bedrijven.

Ook op Facebook kun je je bedrijf wat persoonlijker te maken. Laat zien waar je werkt door een foto van het kantoor te posten op Facebook of laat je werknemers zich voorstellen. Verder kun je de teksten die je schrijft ook persoonlijk houden. Door 'Ik' of 'Wij' te gebruiken in plaats van 'BedrijfsnaamX' creëer je een persoonlijke setting. Verder kun je je werknemers bij naam noemen in Facebook posts. Allemaal kleine trucjes die je pagina net wat meer persoonlijkheid geven!

#46 Maak een nieuwsbrief

Nieuwsbrieven kent iedereen wel, maar toch zijn er nog genoeg bedrijven die een nieuwsbrief nog niet (optimaal) gebruiken. In een nieuwsbrief deel je informatie die gerelateerd is aan de afgelopen periode en kondig je nieuws aan voor de komende periode. Met een nieuwsbrief houd je dus mensen op de hoogte van de ontwikkelingen rondom jouw bedrijf.

Een nieuwsbrief kun je natuurlijk heel gemakkelijk op Facebook delen. Plaats een link naar de online versie van je nieuwsbrief. Licht in je Facebook bericht een onderwerp uit je nieuwsbrief toe. Om ervoor te zorgen dat je link er mooi uit ziet op Facebook is het slim om een mooie grote foto aan de bovenkant van je nieuwsbrief te plaatsen, zodat deze op Facebook wordt gebruikt.

Content tips voor in je nieuwsbrief:

- Updates over je bedrijf die relevant zijn voor je lezers
- Updates over je producten/diensten
- Nieuws uit je branche
- Aankomende evenementen die interessant zijn voor je lezers
- Bijzonderheden, zoals een jubileum of prijs
- Een ludieke rubriek (om de nieuwsbrief een beetje luchtig te houden)

#47 Geef jouw potentiële klant handvatten, hulp is altijd fijn!

Potentiële klanten zijn vaak een erg belangrijke doelgroep om aan te spreken. Toch zijn dit een van de lastigste mensen om aan te spreken als bedrijf. Vaak weet je niet zo goed wie jouw potentiële klanten zijn. Je hebt geen e-mailadres waar je een mailtje naar kunt sturen of andere contactgegevens om die mensen te bereiken. Als je gratis wat hulp geeft (in ruil voor een e-mailadres bijvoorbeeld) creëer je je eerste contact met deze mensen.

Deze hulp kan in verschillende vormen voorkomen. Zo kun je mensen helpen door kennis te delen over je producten of diensten. Ook kun je mensen helpen bij het opzetten van bepaalde zaken gerelateerd aan jouw business.

Verder kun je bijvoorbeeld mensen aanbieden om even gratis mee te kijken naar hun problemen. Zo kun je als webdeveloper een gratis website scan aanbieden waarin je kort even wat puntjes doorneemt die verbeterd zouden kunnen worden op de website. Ben je een schilder? Geef mensen een tool waarmee ze kunnen berekenen hoe duur het zou zijn om hun muren te schilderen, een snel-offerte dus.

#48 Vier je mijlpalen!

Bestaat je bedrijf binnenkort 5 jaar? Lanceer je binnenkort een nieuw product? Open je binnenkort een nieuwe winkel? Heb je 1.000 Facebook likes? Of vier je binnenkort een andere mijlpaal? Laat het je volgers weten via Facebook.

Mede dankzij jouw volgers op Facebook ben je uitgegroeid tot het bedrijf dat je nu bent. Wat is er dan mooier om dit samen met deze mensen te vieren.

Wanneer je een mijlpaal bereikt, kun je heel gemakkelijk op Facebook een berichtje plaatsen waarin jij vertelt dat je die specifieke mijlpaal hebt behaald. Schrijf hier een leuk verhaaltje bij waarin je je volgers ook wat achtergrondinformatie geeft over hoe je dit hebt bereikt.

Je kunt bij je feestje natuurlijk ook nog cadeautjes uitdelen. Zo kun je bijvoorbeeld voor een bepaalde tijd een (online) product gratis weggeven om zo je mijlpaal te vieren.



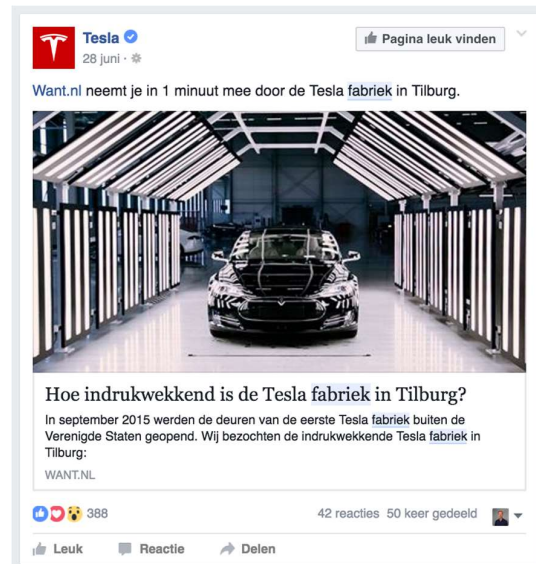
#49 Laat zien wat jij of jouw bedrijf allemaal 'achter de schermen' doet

Facebook is een sociaal platform waar mensen elkaar ontmoeten. Wat je dus altijd in je achterhoofd moet houden is dat je contact zoekt met mensen en ook graag zaken wilt doen met mensen. Laat hen dan ook kennis maken met jou persoonlijk in plaats van jouw bedrijfslogo, bedrijfspand en producten.

Deel activiteiten van jouw bedrijf en laat zien waar jij mee bezig bent. Hierdoor leren mensen jou beter kennen en zien ze precies waar jij mee bezig bent. Wanneer ze het gevoel hebben dat ze jou beter kennen, is de drempel lager om contact met jou op te nemen.

Voorbeeld

Tesla heeft een video met een rapportage over de Tesla fabriek in Tilburg. Hartstikke leuk voor autoliefhebbers hoe deze auto wordt geproduceerd. Het merk Tesla komt sterk in de video naar voren waardoor je de auto's van Tesla nog leuker gaat vinden. Een ideale manier om te laten zien waar jouw bedrijf allemaal mee bezig is.



#50 Maak gebruik van infographics, cartoons en grafieken om iets in een oogopslag duidelijk te maken

Wil jij een verhaal duidelijk maken in een oogopslag? Maak dan gebruik van een infographic, cartoon of grafiek! Op die manier kun jij snel duidelijk laten zien wat je bedoelt en wat je wilt delen. Je kan het op een grappige manier doen of op een serieuze manier. Dat is net jouw insteek en hoe jouw Facebookpagina is opgericht.

Veel materiaal kan je zo vinden op het internet. Dat houdt in dat je het zelf niet hoeft te zoeken of te maken, dit scheelt je veel tijd. Deel vervolgens de post of sla de afbeelding op.

Paco heeft hier iets over geplaatst.

HOE WERKT 'T?

STAP 1
REGISTREREN
Aanmelden kan je op gratis
opdrachten op SurveyStudent
of via Facebook, Twitter,
LinkedIn of een account
maken!

STAP 2
BEANTWOORDEN
Elkmaal antwoordend moet
je 10 credits verdienen
aan jouw survey te kunnen
publiceren. Per survey krijg
je 10 credits.

STAP 3
SURVEY PLAATSEN
Druk je 10 credits hebt
wordt het je jouw survey
publiceren. De 10 credits
worden automatisch van je
saldo afgeschreven.

STAP 4
OPNIEUW PLAATSEN
Heb je nu 10 credits nog niet
geenings ingesloten?
Plaats jouw survey nog een
keer later!

SURVEYSTUDENT
GEEN GEDOE, GEEN KOSTEN, GEWOON SNEL

Survey Student
9 juni 2015 · 🌐

👍 Pagina leuk vinden

Hoe werkt SurveyStudent nou eigenlijk? Ok, fair enough, nog niet duidelijk genoeg misschien! Hier een vette infographic die hopelijk wat vraagtekens wegneemt.

Nog steeds vragen? Check onze FAQ: www.surveystudent.nl/faq/

#51 Schrijf een recensie over een product of dienst binnen jouw branche

Een recensie delen binnen jouw branche is leuk omdat je jouw mening mag delen waar anderen zeker op gaan reageren. Op die manier leer jij jouw klanten beter kennen en wie weet raak jij dan in gesprek met jouw volgende betalende klant.

Een recensie is persoonlijk, maar hou altijd wel rekening met jouw klanten. Niet iedereen kan een eerlijke mening waarderen waardoor jij klanten kan verliezen. Denk dus goed na wat je deelt in een recensie.

Voorbeeld

De nieuwssite NU.nl deelt regelmatig recensies over films en boeken. Ze zijn leuk om te lezen omdat er een kleine samenvatting wordt gegeven. Daarnaast is het einde altijd erg open om ook nog een eigen mening te vormen.

Doe dit dus ook in jouw eigen post om op die manier een reactie te ontlokken bij andere Facebook gebruikers.



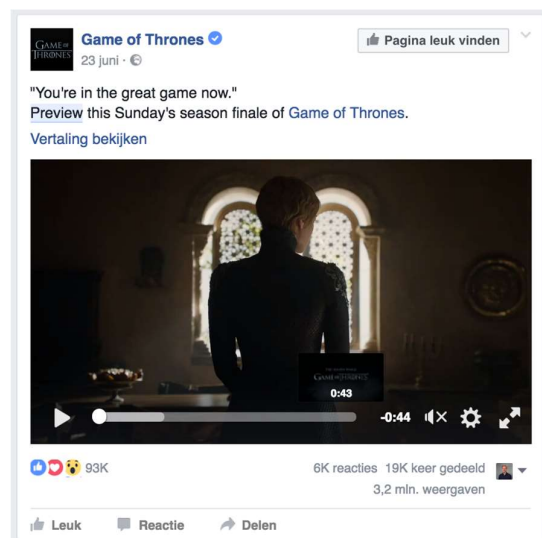
#52 Deel een preview

Ben jij druk bezig met het lanceren van een nieuwe service of product? Deel dit dan dagen van tevoren op Facebook. Maak Facebook gebruikers nieuwsgierig naar jouw volgende product of dienst.

Maak de preview spannend, denk aan het delen van een video of een foto met een zogeheten 'sneak peek'. Wat ook altijd leuk is om te vragen wat men verwacht als ze een deel van een product hebben gezien. De reacties zijn gaaf om binnen te krijgen en hierop te reageren. Wie weet kom jij ook wel op een nieuw idee!

Voorbeeld

Een voorbeeld is Game of Thrones, een serie dat hoogstwaarschijnlijk veel mensen kennen. De nieuwe serie was nog niet uit maar de geruchten gingen al rond dankzij een preview van de serie. Door een kleine video te laten zien krijgen mensen al een beeld en worden ze nieuwsgierig naar het vervolg. Op die manier de ideale manier om mensen te 'triggeren' om alles in de gaten te houden. Ideaal om dit voor jouw Facebook bedrijfspagina ook toe te passen.



#53 RoundUp Post(s)

Een RoundUp post is een type bericht waar je constant een tip deelt en steeds verwijst naar hetzelfde artikel. Denk aan de lijsten met tips of weetjes dat zijn verwerkt in een artikel. Met een RoundUp post zorg je ervoor dat het verkeer naar 1 pagina enorm zal gaan toenemen.

Wanneer 1 tip de Facebook gebruikers niet kan overtuigen om de rest van het artikel te lezen, deel je een tweede tip! Hartstikke handig omdat je op die manier ook enorm veel content hebt voor Facebook.

Tip! Zorg er dan voor dat er een duidelijke call-to-action op de pagina staat. Denk aan een e-book download, een inschrijving voor een webinar, een nieuwsbrief registratie of een andere lead-actie.

#54 Elevator Pitch

Een elevator pitch is een korte presentatie waarin jij jezelf of je bedrijf binnen 60 seconden verkoopt. Het is dus belangrijk dat je een elevator pitch altijd in je hoofd hebt. Je weet nooit wanneer jij een belangrijke klant tegenkomt waar jij jezelf maar in een aantal seconden kan voorstellen. Waarom deel je deze dan ook niet op Facebook? Precies, zou je moeten doen! Want hier zitten ook veel potentiële klanten.

Wil je het gelijk goed doen? Maak dan een video waarin jij jezelf voorstelt en wat jouw bedrijf allemaal doet. Je kan een elevator pitch ook enorm goed gebruiken om producten te demonstreren, zo neemt het volgende voorbeeld een elevator pitch wel heel serieus..

Voorbeeld

Coolblue neemt de elevator pitch wel heel serieus en doet een productdemonstratie dan ook in een lift! Enorm leuk omdat je gelijk weet wat er gaat gebeuren en dat het niet lang gaat duren.

Het is belangrijk om in de eerste paar seconden de aandacht van de Facebook gebruiker te pakken. Coolblue doet dit al door te filmen in een lift!



#55 Doe mee aan een challenge

Een challenge is enorm leuk en zorgt snel voor een groot bereik wanneer de challenge aanslaat. Maar waarom doe jij niet mee aan een challenge en laat je dit zien! Deel jouw ervaringen, deel waarom jij meedoet en wie weet komen hier interessante connecties uit.

Laat op jouw Facebook pagina zien welke challenge jij aangaat en hoe de dagen gaan. Wees hier eerlijk want misschien kom jij mensen tegen die tegen hetzelfde aanlopen. Enorm interessant om met deze mensen in contact te komen en mee te sparren. Wellicht vind je een oplossing of misschien wel een nieuwe samenwerking ;)

Een challenge is vaak voor een kleine groep opgezet, hier kan jij nieuwe mensen leren kennen. En omdat jij meedoet en hier ervaringen kan delen kan jij wellicht in contact komen met nieuwe klanten. Daarnaast steek je er zelf ook een hoop mee op!



#56 Deel cijfers van jouw organisatie, laat zien dat je groeit of juist niet!

Door trots te laten zien hoe goed het gaat met je bedrijf kun je mensen inzicht geven in de stand van zaken voor je bedrijf. Als je flink aan het groeien bent, kun je bijvoorbeeld laten zien hoe je bent gegroeid. Heb je een nieuw kantoorpand? Heb je een flinke voorraad liggen die binnenkort verscheept moet worden? Heb je een nieuw product? Maak er een foto van!

Als je geen foto kunt maken van de groei omdat het niet tastbaar is, laat dan alsnog veranderingen binnen jouw organisatie zien. Vertel mensen hoe je bent gegroeid door een leuk artikel te schrijven over je bedrijf. Vertel hierin wat er allemaal veranderd is om de groei te verwelkomen en vertel hoe je in de toekomst deze groei wil doorzetten.

Gaat het echter niet zo goed met het bedrijf, dan is het ook mogelijk dit te laten zien. Hierbij moet je er wel opletten dat je een duidelijk plan presenteert om de krimp van afgelopen periode tegen te gaan zodat je komende periode weer groeit. Hiermee zul je zelf meer energie krijgen, maar kun je klanten ook motiveren om jouw product af te nemen zodat jouw bedrijf wel blijft bestaan! Veel bedrijven kiezen er echter voor om niets te delen als je bedrijf het slecht doet. Dit is natuurlijk ook zeker mogelijk, soms is het namelijk beter om niet te vertellen dat je bedrijf het slecht doet om zo geen toekomstige klanten af te schrikken.

#57 Innovaties van nieuw een product of dienst

Als je binnenkort een nieuw product gaat lanceren dan zit je goed qua content voor de komende weken. Een lancering van een product zorgt namelijk voor een hele hoop content. Die content kun je onderverdelen in 3 categorieën:

- Hype-opbouwende content
- Informatieve content
- Reclame

Hype-opbouwende content is content waarmee je volgers warm maakt voor jouw product. Dit kun je doen door mensen informatie te geven, maar zonder alles prijs te geven. Hiermee enthousiasmeer je mensen om op zoek te gaan naar meer informatie over je product. Doe dit bijvoorbeeld door een nieuw deel van je product te fotograferen zonder hier al te veel informatie bij te geven.

Ook kun je wat hype creëren door je volgers al wat eerder te betrekken bij je product, dus bijvoorbeeld door een update te geven over de status van de ontwikkeling van je nieuwe product.

Informatie content is content gericht op het verspreiden van informatie. Hieronder vallen dus artikelen waarin functies van je product worden beschreven en bijvoorbeeld verkoopinformatie.

Reclame heeft puur als doel om mensen over te halen om jouw product te kopen. Dit kan via een video, maar ook bijvoorbeeld door (gebruikers)reviews te plaatsen.

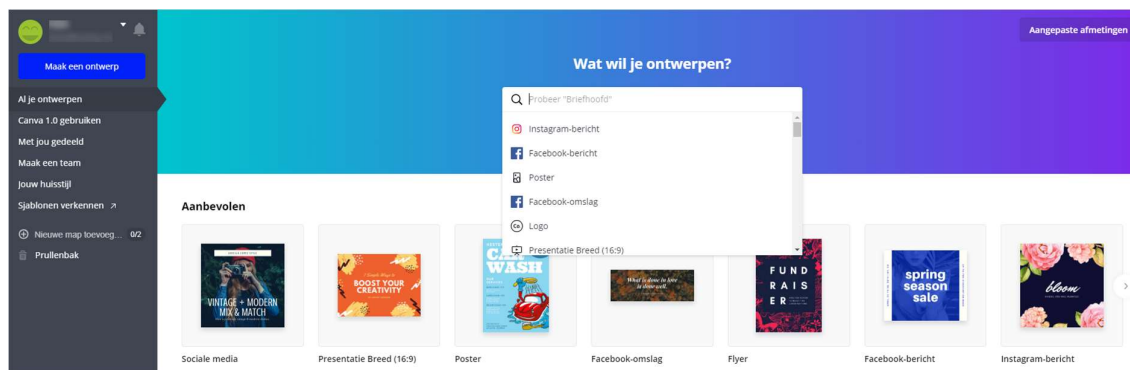


#58 Gebruik Canva.nl

Canva is een ideaal programma om beeldmateriaal te maken met jouw eigen input voor Facebook en andere social media kanalen. Canva deelt verschillende templates en afbeeldingen gratis en de mogelijkheden zijn oneindig. De enige manier om erachter te komen hoe handig Canva is, is door het te gaan proberen. En dat doe je op

www.canva.com.

Het is in elk geval een bron voor veel inspiratie!



#59 Gebruik populaire hashtags

Niet alleen op Twitter maar ook op Facebook kun je gebruik maken van hashtags. Net als bij Twitter zijn ook op Facebook hashtags van waarde wanneer je een bericht wil taggen met een bepaald woord. Als je op Facebook op een hashtag klikt, kom je op een pagina waarin alle berichten met die hashtag verzameld worden.

Hierdoor kun je jezelf in de spotlight werpen door een populaire hashtag te gebruiken. De meeste hashtags worden nog steeds via Twitter populair, dus kijk daar voor meer inspiratie voor een leuke hashtag. Verwerk de hashtag in de tekst en plaats het bericht! Nu kan jouw bericht gevonden worden op de verzamel pagina van een hashtag!

Bij veel evenementen wordt een hashtag gebruikt om op deze manier het makkelijk te maken om door alle berichten te scrollen die betrekking hebben op het evenement. Organiseer je zelf een evenement? Probeer je eigen hashtag populair te maken!



#60 Laat gastschrijvers interessante artikelen schrijven

Als je nou iemand anders je werk laat doen, dan hoef jij het niet te doen. Facebook content creëren kost vaak al genoeg tijd, dus als iemand dit voor jou zou over kunnen nemen, dan zou dit natuurlijk ideaal zijn. Met gastschrijvers is het mogelijk om mensen (vaak gratis) een stukje te laten schrijven voor jouw website/facebook.

Heb je een Facebook pagina of website waar best wel wat mensen op kijken? Dan is dit een interessant podium voor gastschrijvers. Gastschrijvers zijn mensen die voor jou een stukje tekst schrijven zodat je het op je website of Facebook kunt zetten. Gastschrijvers kunnen op deze manier hun verhaal vertellen (en misschien wat reclame maken voor hun eigen bedrijf).

Het grote voordeel van gastschrijvers is dat je zelf weinig hoeft te doen om toch content te creëren. Zorg er wel voor dat de content van de gastschrijver relevant en interessant blijft voor je volgers.

Je kunt dit ook wat extremer doen. Vraag verschillende mensen om een klein stukje tekst te schrijven met één overkoepelend onderwerp of vraag mensen een vraag te beantwoorden. Zet de stukjes tekst die je terugkrijgt onder elkaar en voilà, je hebt een artikel!



#61 Wees nuttig door interessante en waardevolle artikelen te delen

Nieuwsartikelen en achtergrondartikelen zijn er vaak al genoeg. Waarom zelf content creëren als je ook kunt linken naar andere content? Zolang jij maar waardevol bent voor je volgers is het niet erg om te linken naar content die je zelf niet hebt gemaakt.

Is er nieuws uit je branche? Grote kans dat je dat nieuws zelf leest op een website. Link het artikel dat je zelf leest via je Facebook pagina. Op deze manier deel je super makkelijk content zonder zelf veel tijd in de steken.

Kijk op nieuwswebsites of er nieuws is dat relevant is aan jouw business. Nu.nl en NOS.nl zijn twee goede voorbeelden van websites waar je nieuws kunt vinden, maar vaak is het ook geen gek idee om wat branchespecifiekere websites te volgen. Zit je in de technologie, kijk op Tweakers, verkoop je muziek? Kijk dan op websites als Oor of 3voor12. Je weet zelf zeker waar je interessante informatie kan vinden voor jouw business.

 **SWOOP**
6 uur · 🌐

Na Samsung heeft iPhone ook problemen met het nieuwste toestel van de familie.. De iPhone 7 sist!
<http://www.nu.nl/.../iphone-7-maakt-sisgeluid-bij-zwaar-gebru...>



iPhone 7 maakt sisgeluid bij zwaar gebruik
De iPhone 7 maakt een sissend geluid, als er zware processen op het toestel worden uitgevoerd.
NU.NL

#62 Toon lef en spreek een persoon of organisatie aan op een bepaalde issue

Zit jij in een branche waar kritiek wordt gewaardeerd en ben jij niet bang om lef te tonen? Laat dit dan zien in een Facebook bericht op jouw tijdlijn. Gebeurt er iets binnen jouw branche wat totaal niet kan, ben je het niet eens met wetten en rechten omdat dit niet voordelig is voor bedrijven binnen jouw branche of is er een andere issue actueel? Spreek deze personen, organisaties of bedrijven aan.

De reacties kunnen dan ook niet altijd positief zijn aangezien mensen het wel of niet eens zijn met een mening en velen zullen dit laten zien op Facebook. Hou hier dan ook rekening mee wanneer je er voor kiest om een persoon, bedrijf of organisatie aan te spreken. Wat je hier mee kan bereiken is andere mensen wakker schudden over een bepaalde kwestie en anderen bewust maken van iets actueels.

De reacties kunnen heftig zijn, alleen dit kan je zien als een mooie mogelijkheid waar je een conversie kan aangaan met een Facebook gebruiker. Op die manier creëer je een band wat wellicht veel kan betekenen in de toekomst.

How to

Wanneer jij je mening wil uiten is het belangrijk dat je alles goed en duidelijk kan uitleggen waarom jij dat vindt. Een Facebook bericht is ideaal om in het kort te laten zien wat jouw mening is en vervolgens verwijzen naar een landingspagina waar jij jouw mening onderbouwt. Het is belangrijk dat je alvorens hier goed over nadenkt voordat je besluit om iemand aan te spreken, maar het kan zeker in jouw voordeel werken.

#63 Verzin eigen en unieke quotes die van toepassing zijn op jezelf, product/service of bedrijf

Zeg jij bepaalde spreekwoorden fout maar weten jouw collega's precies wat je bedoelt of heb jij medewerkers met bepaalde zinnen die helemaal nergens op slaan maar een leuke betekenis hebben? Deel ze in een quote op Facebook.

Het is goed om Facebook persoonlijk in te zetten omdat op die manier andere mensen zich kunnen herkennen in een bepaalde situatie. De drempel wordt lager om contact te zoeken wanneer Facebook gebruikers jou of jouw bedrijf enigszins kennen. Sla dus een boek open en deel de leuke gebruiken binnen jouw bedrijf in een quote.

#64 Zet een give-away op en creëer waarde

Klanten houden van het ontvangen van gratis 'cadeautjes'. Door je klanten gratis content aan te bieden, kun je eenvoudig en snel e-mailadressen verzamelen. Dit kan je doen via een contactformulier dat eenvoudig te installeren is of via een Facebook formulier.

Het verzamelen van e-mailadressen via een website is aan te raden omdat je na een inschrijving mensen nog meer informatie kan geven over jouw producten, diensten en services. Wanneer je het via Facebook doet blijft je op Facebook waardoor je uiteindelijk geen extra verkeer krijgt naar de website.

Voorbeelden van een give-away zijn:

- E-book
- Whitepaper
- Infographic
- Checklists

Deel op jouw Facebook pagina dat jij een unieke give-away hebt. Laat dit ook zien in een omslagfoto, het uithangbord van Facebook. Op die manier lok jij meer mensen naar jouw pagina, kan je e-mailadressen verzamelen en Facebook volgers omzetten in betalende klanten voor jouw organisatie.

#65 Maak time lapse video's

Een timelapse video is een video waar meerdere beelden achter elkaar worden weergegeven. Het is een bepaalde filmtechniek waarbij er minder beelden per tijdseenheid zijn opgenomen. Dit zorgt ervoor dat de film enorm snel afspeelt waardoor bepaalde effecten zichtbaar zijn die normaal enorm traag verlopen. Denk aan het uitbroeden van een ei, het groeien van een bloem of het lopen van een schildpad.

Deze soort video's vallen enorm snel op en met wat creativiteit kan dit ook worden toegepast binnen een bedrijf. Maak bijvoorbeeld een timelapse video van de productie van het product tot aan de levering. Mensen krijgen op die manier snel een beeld van wat er werkelijk speelt binnen jouw bedrijf. Daarnaast werken snelle video's enorm goed op Facebook omdat men altijd snel door de tijdlijn heen wil scrollen. Een snelle video zal dus zeker de aandacht trekken.

#66 Deel interessante en waardevolle presentaties die binnen jouw bedrijf zijn weergegeven

Gaat het logo van jouw bedrijf veranderen, wordt er een nieuw merk gepresenteerd of gaat de dienstverlening veranderen en is daar een presentatie over gegeven binnen het bedrijf? Deel deze presentatie op Facebook. Op die manier blijven Facebook fans op de hoogte van de ontwikkelingen van het bedrijf. Ze blijven op die manier tegelijkertijd op de hoogte van de veranderingen in het bedrijf en zullen nieuwsgierig worden naar wat er nog meer gaat veranderen.

Trek dus de aandacht en laat veel van jezelf zien om Facebook gebruikers te 'triggeren' dat ze de bedrijfspagina nauw in de gaten moeten houden! Het is daarnaast slim om niet alles tegelijk weer te geven maar om het te verdelen in bepaalde Facebook berichten, zo heb je ook nog eens meer content.

#67 Liever luisteren dan lezen? Maak video's

Video's werken enorm goed op Facebook. Allereerst trekken ze aandacht op Facebook en houdt Facebook er van wanneer jij op Facebook video's plaatst. Het is enorm belangrijk om video's direct te uploaden op Facebook in plaats van video's van Youtube te delen. Facebook wil Youtube verslaan door in video's ook een grote speler te worden.

Niet alle video's doen het echter goed, vaak duren video's te lang! In de eerste paar seconden moet je met een video al laten zien waarom mensen moeten blijven hangen. Daarnaast werkt het bericht van de post ook hier goed bij. Zorg ervoor dat je al een kleine tip van de sluiters deelt in het begin van de video zodat mensen de video langer dan 5 seconden gaan kijken.

Adverteren met video's is enorm goedkoop omdat Facebook de strijd wil aangaan met YouTube. Ga dus zeker ook aan de slag met het adverteren van video's.

#68 Plaats vacatures online

Heb je vacatures binnen je bedrijf en wil je graag veel aanmeldingen? Plaats de vacature dan op Facebook! Mensen die op Facebook zitten zijn vaak niet aan het werk, dat kan komen omdat ze op het moment niet aan het werk zijn, of omdat ze geen werk hebben. Hier kun je gebruik van maken door op het platform je vacatures te promoten.

In het bericht dat je op Facebook plaatst kun je enthousiast de functie omschrijven en vervolgens kun je linken naar een pagina waarop mensen die geïnteresseerd zijn meer informatie kunnen vinden. Belangrijk hierbij is dat je mensen de mogelijkheid geeft om te reageren. Wil je dat mensen je een mailtje sturen? Zorg er dan voor dat er e-mailadres te vinden is.

**De Correspondent** ✓
6 april · 🌐

Pagina leuk vinden

Werk! Om zoveel mogelijk mensen te bereiken met ons medicijn tegen de waan van de dag, zoeken wij een socialemediastrateeg die ons fulltime wil helpen om De Correspondent bij een nieuw publiek te introduceren.



#Vacature - Word jij onze Sociale Media Strateeg?
Bekijk hier de [vacature](#) en solliciteer!
DECORRESPONDENT.HOMERUN.CO

 153

93 reacties 107 keer gedeeld

#69 Maak een fotocollage

Meerdere foto's in één keer plaatsen is op meerdere manieren mogelijk. Zoals je al hebt kunnen lezen is het een mogelijkheid om een fotoalbum te uploaden, maar tegenwoordig is het ook best wel hip om een collage te maken van je foto's.

Hiermee plaats je meerdere foto's in één foto door ze op een leuke manier te rangschikken. Om het een beetje duidelijker te maken zie je hieronder een foto:



Zo'n collage maken is makkelijker dan het lijkt, je hoeft hier namelijk geen Photoshop skills voor te hebben. Met wat simpele appjes op je telefoon kun je al makkelijk een collage maken. Typ 'Collage maker' in en je krijgt diverse resultaten! Ook via je computer kun je collages maken, op websites als easycollage.nl of photovisi.com kun je gemakkelijk en gratis aan de slag!

#70 Deel weetjes binnen jouw branche

Weetjes zijn perfect voor Social Media. Een korte tekst die interessant is trekt gemakkelijk de aandacht van mensen die over hun tijdlijn aan het scrollen zijn. Plaats een afbeelding bij het weetje als je een toepasselijke afbeelding kunt bedenken.

Weetjes kun je in de vorm van een wist-je-dat-je plaatsen: "Wist je dat kangoeroes niet kunnen springen als je hun staart in de lucht tilt?"

Ook kun je weetjes presenteren in een meer verhalende vorm of in de vorm van bulletpoints in het geval dat je meerdere foto's hebt om te presenteren.

Ten slotte kun je ook een wekelijkse dag hebben waarin je een feitje vertelt zoals een Fun Fact Friday.



#71 Promoot jouw ideeën, producten & diensten,

Natuurlijk kun je op Facebook je producten promoten! Plaats een foto van je product op Facebook en vertel waarom jouw service de beste is.

Je kunt op Facebook veel leuke dingen plaatsen maar het is echt niet verkeerd om af en toe gewoon wat directe promotie voor je producten/diensten te plaatsen. Het is zonde om reclame niet op te nemen in je contentstrategie, want ook reclame kan waardevol zijn voor je volgers. Jouw volgers zijn namelijk niet zomaar jouw volgers, ze zijn geïnteresseerd in jouw producten! Daarom is Facebook een perfecte plaats om reclame te maken voor je producten.

Je kunt je promotie in veel verschillende vormen presenteren, maar soms is het wel eens goed om gewoon je product bij naam te noemen en te vertellen voor hoeveel euro mensen jouw product in huis kunnen halen. Zo lang je er niet voor zorgt dat je te vaak dit soort reclame maakt zullen je volgers dit tolereren.

Bonus tip: maak een speciale promotie voor je producten voor mensen die via Facebook bij jouw pagina uitkomen door een speciale link te plaatsen op Facebook naar je webshop. Zo moedig je nog meer mensen aan om jouw producten te kopen naar aanleiding van een Facebookbericht.



#72 Deel je highscore van de laatste game-hype

Flappy Bird en Pokémon Go zijn slechts twee voorbeelden van een game die een enorme hype creëerden. Veel bedrijven willen graag inspelen op deze hype. Sommige deden dit wat beter dan andere.

Een makkelijke manier om in te spelen op de hype rondom zulke games is het delen van je high-score. Heb je een werknemer die wel tot de 100 kwam bij Flappy Bird? Dan was dit zeker een mooie Facebook-post waard geweest.

Zoals je merkt, de vorige alinea was in de verleden tijd en niet zonder reden. Het belangrijkste van het inspelen op een hype is namelijk de timing. Ben je een week te laat? Dan is je bericht ouderwets en is al je moeite voor niets geweest. Daarom, het zou nu ook echt niet interessant meer zijn om iets over Flappy Bird te posten (tenzij het net de verjaardag is van het spel en je weet hier creatief mee om te gaan!).

Spelletjes of hypes waarbij je geen high-score kunt halen kun je alsnog op Facebook posten. Is er een legendarische Pokémon gespot bij jouw winkel in de buurt, gooi het op Facebook en vraag mensen om hun vrienden te taggen die die speciale Pokémon nog niet hebben gevangen. Zo creëer je in een keer ook interactie!

Nu vraag je je waarschijnlijk af waarom je dit zou posten als bedrijf? Nou het antwoord hierop is simpel, het maakt je bedrijf een heel stuk persoonlijker! En je kunt ook nog een prijsje verloten onder mensen die jouw highscore weten te verbeteren om zo wat meer interactie te krijgen!



#73 Neem twijfel weg en vergelijk producten en services voor jouw potentiële klant

Heb jij enorm veel concurrentie binnen jouw branche? Laat dan zien dat Facebook gebruikers voor jou moeten kiezen. Vergelijk producten of diensten binnen jouw branche en laat simpelweg zien waarom de keuze voor jou beter is dan voor een ander. Het is verstandig om hier niet de andere speler 'zwart' te maken omdat dit vaak goedkoop en niet eerlijk overkomt. Laat anderen recensies schrijven, laat actieve bloggers/vloggers een test draaien en laat hen ook hierover schrijven.

Hoe meer recensies jij ontvangt hoe eerder jij de twijfel weghaalt bij Facebook gebruikers. Laat jouw producten of services dus vergelijken voor jouw potentiële klant. Leg feiten naast elkaar en deel deze feiten! Voordat je gaat schreeuwen dat jij de beste bent binnen jouw branche moet je het wel goed kunnen onderbouwen, succes!

**CNET** 
8 september om 1:00 · 

Pagina leuk vinden 

How the **iPhone 7** compares with the top phones on the market:
[Vertaling bekijken](#)



Apple iPhone 7 specs vs. Samsung Galaxy S7 vs. OnePlus 3 vs. Sony Xperia XZ
Here's how the new iPhone stacks up against the best phones out right now.

WWW.CNET.COM | DOOR XIOMARA BLANCO

 569

65 reacties 98 keer gedeeld

 Leuk  Reactie  Delen

#74 Maak een video van een webinar die jij hebt gegeven en deel deze waardevolle content

Heb jij pas een presentatie gegeven online en vond iedereen deze presentatie super waardevol? Dan weet ik zeker dat andere Facebook gebruikers dit ook zullen vinden. Deel daarom de opname van jouw presentatie op Facebook.

Ben jij van plan om de presentatie vaker te geven? Deel dan bepaalde fragmenten om anderen ervan te overtuigen dat zij deze training of presentatie niet mogen missen. Altijd slim om een grote training te verdelen in meerdere fragmenten, allereerst heb jij meer content voor jouw Facebook bedrijfspagina. En ten tweede kan jij gaan uittesten welk deel het beste werkt, namelijk het deel waar jij de meeste likes en positieve reacties op geeft. Het is dus ook een ideale manier om te kijken waar de verbeterpunten liggen.

#75 Ultimate Guide Posts

Tegenwoordig moet alles snel en makkelijk. Denk bijvoorbeeld aan de meubels van Ikea, de beschrijvingen zijn simpel maar je moet hier wel het geduld voor hebben. Velen how-to's maken het leven al makkelijker en zorgen ervoor dat jij niet de gehele gebruiksaanwijzing hoeft te lezen en dus tijd overhoudt voor andere leuke dingen.

Waarom deel jij dan niet een handig blogbericht waar jij een uitgebreid proces uitlegt met video's, checklists en stappenplannen? Je moet het leven van jouw volgers makkelijker maken, want wanneer jij voor hen meer tijd creëert, zullen zij voor jou tijd maken!

#76 Introductie artikelen

Introductie artikelen zijn berichten over nieuwe releases van bepaalde producten of services. Is er bijvoorbeeld een nieuw softwareprogramma dat nog erg onbekend is bij velen? Deel jouw ervaringen in een artikel en introduceer op die manier het nieuwe programma. Wanneer er iets nieuws is op de markt, is het belangrijk dat jij snel inspeelt op het nieuws. Als jij de eerste bent die het product of de service introduceert, zul jij goed in de gaten worden gehouden door Facebook gebruikers, wat ertoe leidt dat je trouwe volgers krijgt en nieuwsberichten viraal kunnen gaan.

Maar waar haal je dit nieuws dan vandaan? Vraag naar ontwikkelingen binnen jouw branche in jouw netwerk, ga op zoek naar trends of bekijk Amerikaanse blogsites. Houd alle informatie dus goed in de gaten en bouw een netwerk op waar maar een specifieke groep van op de hoogte is.

#77 Zet een parodie op van een bekend persoon of product binnen jouw branche, overdrijven mag

Een parodie trekt aandacht en zet mensen aan tot denken. Een parodie is een spottende nabootsing van bijvoorbeeld een gedicht, film, verhaal of lied. Het kan enorm grappig zijn, waardoor een Facebook post snel opgepakt kan worden. Kies daarnaast voor iets actueels of iets actiefs binnen de markt, de kans dat het dan opgemerkt wordt zal groter zijn.

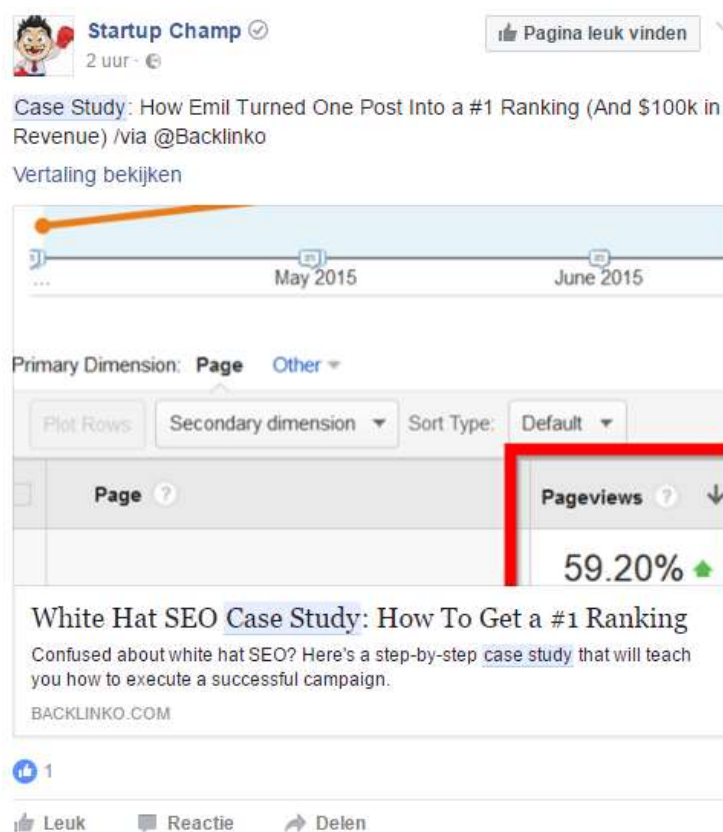
Overdrijven mag met een parodie, hoe grappiger de post, hoe beter. Daarnaast is het ook altijd leuk om er een hersenspinseltje van te maken, zodat mensen werkelijk over de parodie na moeten denken. Maak bijvoorbeeld een parodie van een product of service, laat zien hoe het wel of niet moet en trek hiermee de aandacht. Let wel op dat je het goed aanpakt en jezelf niet voor schut zet.

#78 Laat zien waar jij allemaal mee bezig bent

Met een case studie kun je mensen een goed beeld geven van de diensten die je aanbiedt. Een casestudie is een stuk tekst waarin je één specifiek voorbeeld aanhaalt waarin jij je service hebt verleend aan iemand/een bedrijf.

Bijvoorbeeld: je bent een meubelmaker en je hebt onlangs bij een bedrijf de gehele lounge voorzien van nieuwe, op maat gemaakte, meubels. Dit is een perfect voorbeeld van een oplevering waar jij een case studie van kunt maken. Maak wat foto's van de lounge, vertel hoe je aan de slag bent gegaan en vertel hoe lang het hele proces van a tot z heeft geduurd. Ten slotte kun je nog een stukje tekst laten schrijven door je klant. Die kan zijn mening geven over zowel jullie samenwerking als het eindproduct.

Je kunt je klant ook de gehele case studie laten schrijven. Geef je klant een template met wat jij graag in je case studie wilt hebben en vraag of hij deze wil inleveren (in ruil voor een kleine korting bijvoorbeeld). Zo hoeft jij minder werk te steken in de case studie, krijg je unieke teksten en kun je jezelf focussen op andere content voor Facebook.



#79 Vraag om likes

Soms is direct zijn het beste, wil je meer likes? Vraag dan om wat likes. Natuurlijk zijn er niet super veel mensen die jouw bericht (of pagina) zomaar gaan liken, maar er zijn genoeg gevallen te bedenken waarin het vragen om likes effectief is.

Bijvoorbeeld: Als mandarijnen boer plaats je een foto op je tijdlijn van een mooie mandarijnenboom en schrijf je het volgende erbij: "De mandarijnen kunnen weer geoogst worden! Like als jij ook zin hebt in een heerlijk mandarijntje!"

Op deze manier vertel je mensen direct iets over je product en zul je wat likes binnenkrijgen van mensen die van mandarijnen houden. Hoe sterker het gevoel is dat mensen hebben bij hetgeen je fotografeert, hoe meer likes je zult krijgen.



#80 Doe een voorspelling en vraag anderen of dit wel of niet uit gaat komen

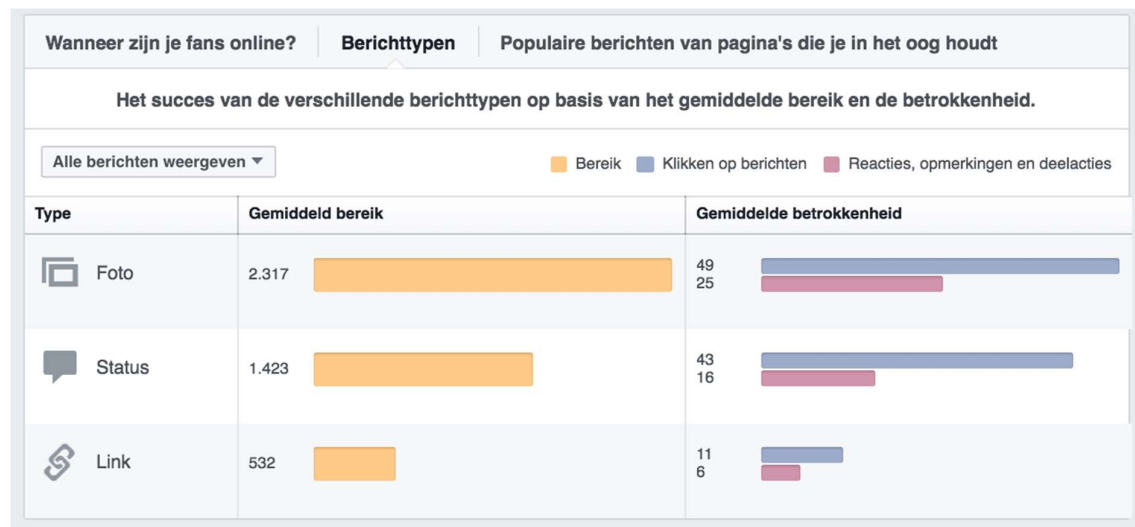
Zijn er verschillende ontwikkelingen gaande binnen jouw branche en verwacht jij een bepaalde uitkomst, maar weet je het niet zeker? Deel jouw voorspellingen op Facebook en vraag anderen wat zij ervan vinden. Een ideale manier voor meer interactie.

#81 Gebruik foto's wanneer een post moet opvallen

Er zijn verschillende typen posts, namelijk:

1. Status
2. Foto
3. Video

Bij de statistieken van een bedrijfspagina kun je zien welk type post het beste werkt bij jouw Facebook fans. Hiervoor ga je naar 'Statistieken' > 'Berichten' > 'Berichttypen'.



In de meeste gevallen werken foto's altijd beter. Zo kan je heel veel vertellen met een foto en zegt een beeld meer dan 1.000 woorden. Een opvallende foto valt op wanneer mensen scrollen op een tijdlijn. Wat het beste voor jou werkt, kun je testen. Probeer het met felle kleuren, opvallende titels of plaats mooie foto's. Het type waar je uiteindelijk de meeste likes en reacties op krijgt, werkt het beste voor jouw Facebook fans.

Bekijk allereerst dus goed welk berichttype het beste voor jou werkt door verschillende soorten content te testen.

#82 Rant Post

Een rant post is een soort post waarin jij een stukje van jouw leven deelt. Je deelt bijvoorbeeld jouw passie of woede over een bepaald onderwerp. Soms moet je even je woede kwijt over een bepaalde kwestie en ook daar kun je een artikel van maken. Leg het onderwerp even duidelijk uit aan je lezers en vertel vervolgens waarom jij je hier boos over maakt. Blijf wel beschaafd, ga dus niet vloeken of andere mensen helemaal zwart maken, maar geef mensen de mogelijkheid om zelf een oordeel te vellen op basis van jouw artikel. Zo stimuleer je ook meteen een discussie.

Je kunt dit natuurlijk ook doen over een thema waar je super positief over bent. Let dan wel op dat je niet te goedkoop reclame gaat maken over het onderwerp. Leg uit wat je meemaakt en hoe jij er tegenaan kijkt.

Voorbeeld

Op deze pagina deelt de schrijver een gebeurtenis die hem overkomen en legt hij uit hoe hij hierover denkt en hoe hij dit toepast. Deze waardevolle informatie kan opgepakt worden door potentiële klanten. Het is enorm goed om deze informatie te delen, omdat je zo laat zien welke kennis jij in huis hebt. Hou dus niet alles geheim en deel kennis!

#83 Kennis is macht!

Informatie gratis weggeven voelt de eerste keer nogal vreemd aan. Waarom zou je zoveel tijd ergens in steken om het vervolgens helemaal gratis weg te geven? Toch zul je al snel merken dat informatie weggeven helemaal nog niet zo gek is!

Hoogstwaarschijnlijk heb jij enorm veel kennis over processen binnen jouw markt, weet jij alles over ontwikkelingen en innovaties binnen de branche. Deel deze kennis eens in een bericht. Deel rapporten, zet een training op en deel voorbeelden, laat zien welke kennis jij in huis hebt.

Door te laten zien dat jij veel kennis hebt over ontwikkelingen en trends binnen jouw markt gaan Facebook fans jou beter in de gaten houden. Op die manier gaan ze jou zien als topspeler in de markt en nemen ze eerder informatie van jou aan dan van bijvoorbeeld concurrenten die dit niet doen. Zij zullen hierdoor eerder een kijkje nemen op jouw website en in contact komen met jouw producten en services die je aanbiedt. De kans op conversie groeit hierdoor enorm.

How-to

Het beste kun je kennis delen in een normaal Facebook bericht en deze vervolgens linken naar een bepaald blogbericht. Op die manier vergroot je ook de kans dat men eerder naar jouw website gaat. Laat in een Facebook post duidelijk zien welke kennis jij in handen hebt en waarom jij het deelt. Vaak denken velen wanneer er iets gratis wordt weggegeven dat er een addertje onder het gras zit. Laat dus zien waarom jij kennis deelt en dat de informatie gratis en vrijblijvend is.

#84 Like or love?

Like or love posts zijn een ideale manier om twee keuzes voor te leggen, om te ontdekken waar de voorkeur onder Facebook gebruikers naar uitgaat. Daarnaast kan een dergelijke post viraal gaan wanneer het bericht goed wordt opgepakt en veel mensen zullen reageren.

Gebruik een like or love post om onderzoek te doen onder Facebook gebruikers. Laat bijvoorbeeld twee producten zien uit het assortiment om te kijken welke het populairst is. Wil jij een nieuw bedrijfslogo en heb jij twee versies, maar weet je niet zo goed welke het beste is? Vraag het aan jouw Facebook fans!

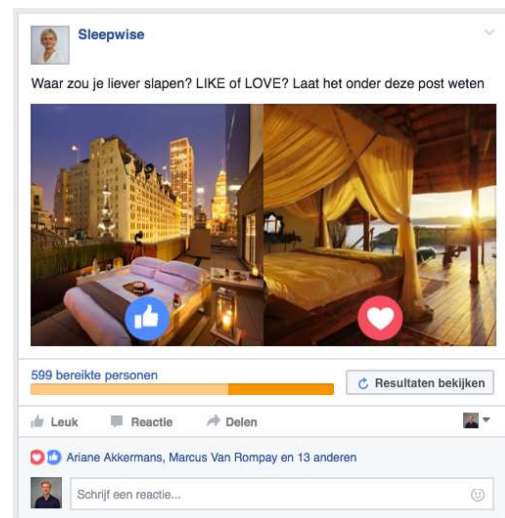
How-to

Kies twee afbeeldingen van producten, situaties of bijvoorbeeld services en zet deze afbeeldingen in 1 post. Plak ook de bekende iconen van Facebook er bij. De meest populaire iconen van Facebook zijn de 'duim' en het 'hartje'.

De afmeting van een Facebook afbeelding is 1200 x 628 pixels. Zorg er dus voor dat een afbeelding van 1 keuze minimaal 600 pixels breed is en 628 pixels hoog.

Voorbeeld

Sleepwise verkoopt bedden en accessoires in twee winkels in Antwerpen. De post laat twee bijzondere slaap situaties zien. Enorm leuk om anderen te inspireren of weg te laten dromen bij een bepaalde situatie.



#85 Vraag aan jouw volgers of zij vragen hebben en beantwoord deze vervolgens

Er zullen altijd vragen bestaan over jouw bedrijf, services, producten of diensten. Hoogstwaarschijnlijk beantwoordt de klantenservice al deze vragen en zijn ze hier veel tijd mee kwijt. Soms is het goed om zelf een vraag te stellen in plaats van alleen maar vragen van anderen te beantwoorden. Zorg er wel voor dat je geen vraag stelt waar maar een antwoord op mogelijk is. Grote kans dat je iedereen dan al kwijt bent na een reactie. Denk bijvoorbeeld aan de volgende vragen:

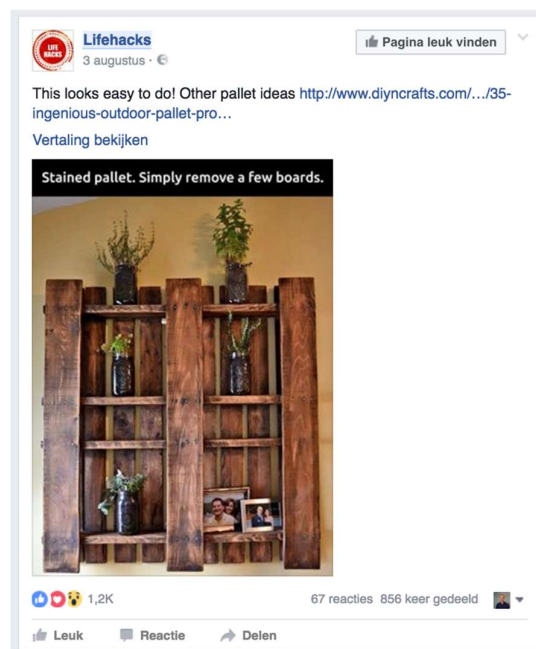
- Wat zou een leuke toevoeging zijn voor ons kantoor?
- Wat vind jij van product X?
- Welke veranderingen zou jij graag willen zien in de wereld?
- Wat is jouw lievelingskleur?
- Wat vond jij van onze productpresentatie?

Bij het stellen van deze vragen kan jij achter waardevolle informatie komen. Is een persoon enorm kritisch en wil jij daar meer over weten? Ga in gesprek met die persoon en leer elkaar beter kennen. Wie weet praat jij met de volgende betalende klant.

#86 Lifehacks

Lifehacks maken het leven makkelijker. Zo is een lifehack een tool, techniek of handigheidje om een bepaald aspect van iemands leven makkelijker en efficiënter te maken. Het zijn vaak handige dingen die gedeeld worden. Zo kom je er bijvoorbeeld achter dat een lipje van een blik verschillende problemen kan oplossen, dat een pallet nog niet eens zo onhandig hoeft te zijn of hoe je bijvoorbeeld kabels op een slimme manier weggewerkt.

Een lifehack kan een oplossing bieden voor een veelvoorkomend probleem. Maak dus een lifehack en los problemen op van jouw Facebook fans.



#87 Creëer een terugkerende rubriek

Door een terugkerende rubriek te creëren, creëer je ook een terugkerend publiek. Wanneer je wekelijks of maandelijks een bericht post over een bepaald onderwerp of een blogbericht deelt van een bepaalde categorie, krijg je een terugkerend publiek.

Let er wel goed op dat je hier consistent in bent. Wanneer je wekelijks belooft om nieuwe informatie te delen om 12:00 uur en je bent een keer een dag te laat, kan het zijn dat een deel van je publiek afhaakt. Maak daarnaast een handig overzicht van alle informatie op je website. Op die manier kan je publiek de gehele rubriek terugvinden wanneer ze een dag hebben gemist of als ze informatie terug willen zoeken. Het verkeer op je website wordt op deze manier ook gestimuleerd.

#88 SAQ

SAQ staat voor Should Ask Question. Het is een vraag waarvan jij weet dat de klant die gaat stellen, maar waar jij al antwoord op hebt gegeven. Laat zien dat jij je klant kent en wees hem of haar voor. Verras klanten met goede informatie. Wanneer zij vragen hebben maar het antwoord al weten, hoeven zij geen moeite te doen om contact met jou op te nemen. Dat is namelijk een van de grootste nadelen van bedrijven, keuzemenu's, wachtrijen en onnodige kosten. Wees de klant dus voor met een SAQ en verras hen!

#89 Gebruik content van anderen!

Content van anderen kun je altijd als inspiratie nemen voor eigen berichten op jouw Facebook tijdlijn. Maar je kan ook heel goed content van anderen gebruiken. Deel een post van een inspirerende persoon binnen jouw markt, kopieer een blogbericht dat een grote speler van jouw markt heeft gedeeld en tag diegene in het bericht.

Je kan het zo gek niet bedenken, maar vrijwel elke post van anderen kun je delen op Facebook. Denk bijvoorbeeld aan quotes, artikelen, foto's, een Facebook carrousel, Facebook video's en nog veel meer. Enorm handig wanneer je zelf even geen inspiratie hebt of wanneer je een toffe post ziet die jij ook graag wilt delen met jouw Facebook fans.

#90 Beantwoord een vraag die andere stellen op social media, forums en meer

Vragen kom je tegenwoordig overal tegen, op Twitter, LinkedIn, Instagram, populaire forums of andere websites. Noteer deze vragen voor jezelf en maak er een screenshot van. Vervolgens kan jij de vraag beantwoorden in een Facebook post. Door veelgestelde vragen te beantwoorden, gaan Facebook gebruikers jou zien als een contactpersoon waar zij terecht kunnen voor alle vragen. Het enige wat jij hoeft te doen, is goede kennis delen op het juiste moment.

Laat daarnaast zien dat jij openstaat voor het beantwoorden van eventuele vragen. Vraag simpelweg in een bericht of Facebook gebruikers vragen hebben voor jou, over jouw bedrijf, diensten of producten. Op die manier neem je ook een aantal vragen weg voor de klantenservice.

Hoogstwaarschijnlijk zullen niet alle reacties positief zijn. Denk bijvoorbeeld aan een reactie waarin iemand vraagt waar zijn of haar bestelling blijft, omdat het te lang duurt of een negatieve reactie over de service. Maar wanneer jij hier open en eerlijk op antwoordt en met een oplossing komt, zien anderen ook dat jij probleemoplossend bent. Het helpt enorm wanneer jij transparant werkt, want mensen weten dan wat ze kunnen verwachten.

#91 Neem je eigen product kritisch onder de loep

Wanneer jij producten aanbiedt, vertel je altijd waarom anderen gebruik moeten maken van het product. Mensen willen echter altijd vergelijken met andere producten. Doe dit voor de klant, zodat zij hier geen tijd aan kwijt zijn. Neem dus je eigen product kritisch onder de loep. Geef bijvoorbeeld voor- en nadelen van een product of deel een review.

Doordat een Facebook gebruiker een product niet meer zelf hoeft te vergelijken, neem je de twijfel eerder weg en geef je hen vertrouwen. Wanneer jij eerlijk bent over een product, laat je zien dat je de klant goed kent. Daarnaast is het een ideaal moment om negatieve punten te ontkrachten. Wellicht wordt een bepaald punt als negatief ervaren terwijl er juist een andere kijk voor nodig was.

Wees dus niet bang om je eigen product kritisch onder de loep te nemen!

#92 Schrijf over iets anders!

Kom je erachter dat het type bericht dat je normaal plaatst niet meer zoveel likes en reacties oplevert? Het kan zijn dat mensen je niet meer verrassend of informatief genoeg vinden en hierdoor minder actief zijn. Probeer dan snel wat anders!

Step out of your comfort zone en laat zien welke kennis jij nog meer in huis hebt. Schrijf bijvoorbeeld over een totaal ander interessant en waardevol onderwerp en test de reacties. Het is soms goed om je horizon te verbreden. Dit geldt voor jouw content planning, maar ook voor nieuwe klanten. Misschien ontmoet je nu klanten die je voorheen nooit had ontmoet. Praat bijvoorbeeld een keer niet over jouw product of bedrijf, maar over een onderwerp wat je heel leuk vindt of dat enorm actueel is.

Heb jij bijvoorbeeld een heel leuk blogbericht wat mensen totaal niet verwachten? Vertel dit dan ook in het Facebook bericht. Laat bijvoorbeeld zien waarom je het anders aanpakt en geef aan dat je graag reacties ontvangt op het artikel. Leer van de reacties en speel hier verder op in. De kennis die je hier mee werft, is enorm waardevol voor jouw content planning.

#93 Een poll!

Niks is leuker dan interactie en de mening van anderen, een poll combineert beide! Een poll is simpelweg een vraag die je stelt met een aantal antwoordmogelijkheden. Door het stellen van vragen kan jij een relatie opbouwen met een klant. Zo komt er enorm veel reactie uit een vraag!

Voorbeeld

Smartrepair vraagt op Facebook welke smartphone men zou willen hebben. De antwoordmogelijkheden zijn allemaal nieuwe toestellen, die net uit zijn of toestellen die nog niet gepresenteerd zijn. Het is een ideale manier om erachter te komen welk merk populair is onder Facebook gebruikers. Blijkt iPhone 7 enorm populair te zijn, dan is het verstandig om komende posts ook over dit merk te berichten. Zo kan je een vaste groep een tijdje vasthouden en af en toe een sales post voorbij laten komen voor de conversie.



#94 Inspireer anderen

Niets is krachtiger dan persoonlijke levensverhalen of quotes waar jij anderen mee kan inspireren. Het kan gaan om heftige verhalen, maar ook leuke gebeurtenissen die je hebt meegemaakt. Mensen zullen zich snel herkennen in een bepaalde situatie en leren jou bovendien ook beter kennen.

Wanneer mensen jou beter leren kennen is de drempel lager om contact te zoeken. Een Facebook bericht kan uit enorm veel tekens bestaan, je bent dus niet gelimiteerd tot een aantal tekens. Brand los, typ wat je van jouw verhaal wilt delen en plaats het bericht.

De beste tijd om lange posts te plaatsen is 8:00 uur. Regelmatig zijn mensen in de ochtend erg actief op Facebook en hebben wij ook meer tijd om langere posts te lezen. Dit komt omdat ze net wakker zijn en in bed of tijdens het ontbijt door hun tijdlijn aan het scrollen zijn.

#95 Zet de trend

Ben jij een echte trendspotter en weet jij alles meteen als eerste? Waarom deel je deze kennis niet op Facebook en ben jij de trendspotter koning(in)!

Voordat iets werkelijk een trend wordt, gaan er allerlei geruchten in de rondte. Een ideaal moment om met deze geruchten te peilen wat anderen ervan vinden. Zijn mensen het ermee eens, dan weet je dat de trend eerder gezet zal worden dan wanneer mensen veel kritiek hebben. Peil dus de meningen van anderen en zet de trend!

Een andere mogelijkheid is het creëren van een trend. Kun jij klanten zover krijgen om content in een bepaald (aan jouw bedrijf gerelateerd) thema te maken, dan kun jij op veel verschillende plaatsen een podium vinden. Natuurlijk kun je ook 'meeliften' op andere trends binnen jouw branche door actief mee te doen met bestaande trends. It's up to you!

#96 Celebrate

Vier verjaardagen van belangrijke mensen uit je branche. In jouw markt bestaan zeker invloedrijke personen die enorm veel invloed hadden/hebben op de ontwikkelingen en trends. Prijs deze personen en vier de verjaardagen. Maak hier een leuke post van en hang hier eventueel een leuke actie aan!

Dit gebeurt regelmatig al met nationale feestdagen, denk bijvoorbeeld aan Koningsdag of Sinterklaas. Op dat moment viert heel Nederland feest dus speel hierop in!

#97 Wat vind jij - post

Wanneer jij alles wilt weten over jouw potentiële klanten is de 'wat vind jij'- post ideaal. Dit type bericht is op verschillende manieren in te zetten, kom er bijvoorbeeld achter wat:

- mensen vinden van jouw producten
- men vindt van product releases
- men vindt van blogberichten
- en nog veel meer..

Een goede manier om dingen te testen en meer informatie te vergaren over jouw doelgroep. Maar wees bereid op negatieve feedback! Zie dit wel als een les en reageer professioneel. Er zitten op Facebook altijd mensen die een erg sterke mening hebben. Wanneer je laat zien hoe jij met kritiek omgaat, laat je gelijk zien hoe sterk je in je schoenen staat en men jou kan vertrouwen.

#98 Ben je zelf ook in beeld?

Wil jij jouw bedrijf wat persoonlijker maken, wil je sneller een 'klik' hebben met de klant of wil jij jezelf voorstellen? Laat jezelf dan zien! Het is een goede manier om jouw bedrijf persoonlijk te maken. Maar denk goed na hoe je dit wilt aanpakken, dit is natuurlijk niet handig voor ieder bedrijf. Vraag je alvorens goed af hoe jij jezelf in de markt wilt zetten.

Voorbeeld

Een goed voorbeeld is Coolblue dat regelmatig verschillende werknemers aan het woord laat. Coolblue is enorm transparant en dat maakt hen ook zo krachtig. Ze vallen hierdoor op, kunnen goed tegen kritiek en zijn niet bang om kennis te delen.

Ze laten werknemers producten presenteren, geven reviews, delen informatie, laten zien hoe zij klanten behandelen en nog veel meer. Ze maken het hierdoor enorm persoonlijk waardoor de 'klik' er met de klant snel kan zijn, of juist niet. Zo kan het ook een aantal mensen tegen gaan staan. Dit verlies moet je nemen. Denk dus van te voren goed na over hoe jij jezelf in beeld wilt zetten.



#99 Zet een podcast kanaal op

Een podcast is een super effectieve manier om mensen betrokken te maken bij jouw bedrijf. Een podcast is een soort radio-uitzending. Er wordt (meestal) geen muziek gedraaid, maar er wordt gepraat over een onderwerp dat relevant is voor de luisteraars. Podcasts zijn er in alle vormen en maten en gaan over super veel verschillende onderwerpen.

Voor ondernemers is een podcast zeker interessant. Wanneer jij een podcast opzet kun je namelijk heel goed je contacten warm houden. Wanneer mensen wekelijks één uur naar jouw stem luisteren, dan bouwen ze echt een connectie met je op.

Zet een podcast op door bijvoorbeeld te beginnen met het podcasten via je telefoon. Zoek een interessante spreker uit en nodig die uit voor een gesprek. Neem dit gesprek op, bewerk het via je computer en lanceer de podcast op iTunes.

Zodra je podcast gelanceerd is, kun je hier natuurlijk een hoop reclame voor maken, bijvoorbeeld door op Facebook een bericht te plaatsen over je nieuwe podcast aflevering. Zo krijgen mensen een reminder van je podcast, creëer jij weer waardevolle content voor op FB en krijg je meer mensen die jou gaan kennen. Een podcast kost wat tijd, maar je krijgt er super veel waarde voor terug!

#100 Geef een cadeautje tijdens feestdagen!

Geef tijdens feestdagen cadeautjes aan trouwe volgers. Deel een actiecode voor Facebook fans en laat bestellingen of aanvragen stijgen. Het is heel simpel om een actie te delen via Facebook. Maar laat de Facebook gebruiker nog iets extra's doen. Vraag hen of ze de actie willen delen!

Feestdagen zijn ook een ideale manier om acties te promoten. Allereerst heeft men altijd zin in de feestdagen, ten tweede zoeken ze rond de feestdagen naar cadeautjes en als laatste zijn ze altijd op zoek naar manieren om geld te besparen. Een actie rondom de feestdagen is dus ideaal!

Voorbeeld

Een post moet aantrekkelijk zijn en men moet gelijk zien dat het gaat om een actie. Verwerk dit in de eerste zin van het bericht en laat het eventueel ook terugkomen in de afbeelding. Het voorbeeld hiernaast laat met de afbeeldingen duidelijk zien dat het om kerst gaat en brengt een lach op je gezicht! Daarnaast werken ze met leestekens en hoofdletters om de actie op te laten vallen.



#101 Leg een stelling of vraag voor een actualiteit en peil meningen

Plaats berichten over actuele nieuwsberichten, deze berichten kunnen enorm snel viraal gaan. Op die manier groeit het organische bereik van jouw Facebook bedrijfspagina. Is er pas iets schokkends gebeurt binnen jouw branche, ga dan gelijk aan de slag en peil meningen. Wees voorbereid op de reacties, ze kunnen enorm positief zijn maar ook negatief. Zit hier klaar voor om de wereld een waardevolle discussie aan te bieden.

Heb jij bijvoorbeeld een verffabriek en is in een stad 100 kilometer van jou vandaan een fabriek in de as opgegaan vanwege veiligheidsproblemen? Leg dan een stelling voor en vraag wat anderen ervan vinden. Bijvoorbeeld over de veiligheid van verffabrieken. Hier kom jij achter veel informatie en schud je wellicht ook mensen wakker.

Dit gebeurt bijvoorbeeld ook veel in de modewereld met bont. Velen zijn tegen bont en laten dit dan ook weten. Produceer jij alleen organische kleding en zag jij pas op het nieuws dat bont steeds populairder wordt? Laat dan zien waarom jij hier tegen bent en waarom men voor jouw organische kleding moet kiezen. Vraag ook naar hun mening, zo kan je in gesprek gaan met mensen die het met jou eens zijn en op die manier nieuwe klanten vinden.

#102 Laat jouw successen zien en vier het!

Presenteer jij een nieuw product, heb jij een torenhoge omzet gehaald, een nieuwe vestiging geopend of iets anders te vieren? Deel het op Facebook en laat zien waar jij allemaal mee bezig bent.

Het delen van successen kan veel opleveren, je laat anderen zien waar jij al die tijd mee bezig bent geweest en je laat je dromen goed zien. Het is goed wanneer een bedrijf zich blijft ontwikkelen en groeien omdat hier continuïteit mee wordt weergegeven en dat is goed voor de betrouwbaarheid van een bedrijf.

Laat goed zien hoe jij de successen deelt met werknemers. Een voordeel hiervan is dat je het ook persoonlijk maakt door gezichten achter het bedrijf te laten zien. Heb jij pas ergens een mooi product weggezet, een vestiging geopend of gewoonweg iets te vieren? Laat het zien op Facebook!

#103 Even geen inspiratie? Hergebruik content

Heb je even geen idee wat je moet posten? Geen paniek en pak een bericht dat je al eerder hebt geplaatst. Het is namelijk niet erg om meerdere keren over hetzelfde onderwerp berichten te delen. Door het onderwerp ietwat ander licht te bespreken kun jij alweer een nieuw bericht schrijven. Ook kun je op Facebook linken naar oudere artikelen!

Heb jij hier zelfs geen tijd voor, kopieer en plak dan gewoonweg een oude post. Want wist jij dat maar 10% van al jouw likes een Facebook bericht te zien krijgen? Grote kans dat je de post meerdere malen kunt gebruiken! Herhalen is de sleutel tot meer content!

#104 Vertel een verhaal dat entertainend is

Doe eens gek en verras de ander met een entertainend verhaal. Ben jij zelf niet zo entertainend, deel dan posts van anderen.

Mensen kun je al entertainen door een leuk verhaal te vertellen. Dit kan een verhaal zijn dat je zelf hebt meegemaakt of ergens anders hebt gelezen. Wat het allerleukste is wanneer je een grappige situatie uit jouw bedrijf deelt. Zorg voor een luchtig verhaal met hier en daar een grapje om mensen op een makkelijke manier en snel te entertainen.

#105 Maak video's van artikelen

Heb jij een super interessant artikel geschreven wat je graag wilt delen. Maak er een video van. Een video schieten is voor veel bedrijven iets wat ze liever niet doen. Het is allereerst ongemakkelijk om de eerste keer tegen een camera te praten en vervolgens ook werkelijk een goed verhaal te vertellen. Toch is het goed om ook video's te maken, deze spreken mensen namelijk meer aan dan tekst.

Tegenwoordig hebben mensen weinig tijd waardoor sommigen geen zin hebben om een lang artikel te lezen. Je zou bijvoorbeeld een artikel kunnen doornemen en verder toelichten in een video. Op die manier kan je echt overbrengen wat jij wilt vertellen met een artikel.

Een video opnemen en bewerken is tegenwoordig niet moeilijk en je hoeft hier echt geen professionele video-editor voor in te huren. Tegenwoordig heeft elke smartphone een goede camera. Zet je telefoon op een vaste plek waar jij goed in beeld komt en start met filmen. Vervolgens kan je de video eenvoudig aanpassen met iMovie of Windows Movie Maker. Dus pak je smartphone en start met filmen!

#106 Seizoenspost

Nederland kent 4 prachtige seizoenen waar de weersvoorspellingen niet altijd kloppen met het seizoen. Speel hierop in met leuke posts. Maak bijvoorbeeld voor elk seizoen een leuk bericht waar je anderen laat weten dat het nieuwe seizoen er bijna aan komt en wat jij dit seizoen allemaal gaat doen met je bedrijf, misschien komt er een nieuwe collectie, ben je in de zomer minder goed bereikbaar en werk je heel de winter door! Deel het op Facebook!

Voorbeeld

Het bericht valt allereerst enorm op dankzij de vrolijke foto van het kindje dat met de bladeren speelt. De post geeft aan dat het nieuwe seizoen er aan zit te komen, enorm goed van dit bedrijf aangezien zij in de tuinbranche zitten.

Deze post vraagt daarnaast om interactie. Zo wordt er gevraagd welk seizoen favoriet is onder Facebook gebruikers. Enorm leuk wanneer mensen hier op gaan reageren! Het bereik zal hierdoor organisch ook toenemen.



#107 Hulp bieden met behulp van instructievideo's

In de wereld van vandaag moet alles snel, en als het niet snel genoeg gaat moet het nog sneller. Mensen hebben geen tijd meer om handleidingen door te lezen. Heb jij bijvoorbeeld wel geduld om een Ikea stoel in elkaar te zetten? Een video zal het monteren van het meubelstuk een stuk eenvoudiger maken omdat je er een beeld bij hebt. Doe dit dan ook voor jouw Facebook gebruikers.

Weet jij niet zo goed wat voor video je moet maken? Wij zetten een aantal voorbeelden op een rijtje:

- Sportschool → Laat zien hoe je buikspieren moet oefenen.
- Restaurant → Laat leuke recepten zien.
- Coach → Laat zien hoe een coaching sessie er uit ziet.
- Visagist → Laat een make-up look zien.
- Beddenwinkel → Hoe je snel en makkelijk een bed opmaakt.
- Grafisch vormgever → Laat zien hoe Photoshop werkt.

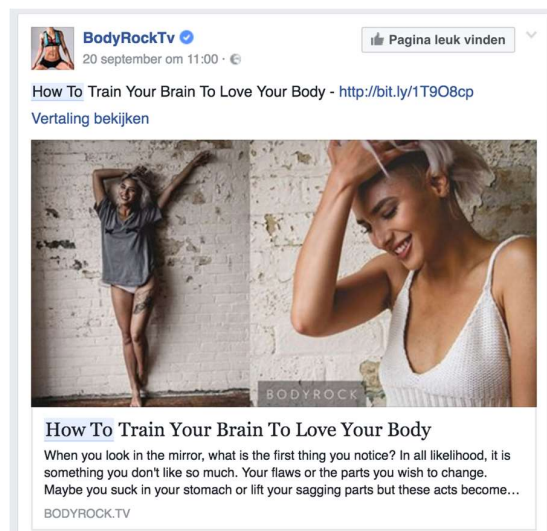
Als jij de kennis hebt, deel het dan op Facebook!

Voorbeeld

Een instructievideo kan op verschillende manieren geplaatst worden. Allereerst direct op Facebook of in een blogbericht waar naartoe wordt gelinkt in het Facebook bericht.

Wanneer je er voor kiest om in een blogbericht te plaatsen is het belangrijk dat je een aantrekkelijke titel hebt en een leuke visual wat mensen nieuwsgierig maakt.

Een andere optie wat je zou kunnen doen is om maar een kort stukje van de video weer te geven op Facebook om anderen nieuwsgierig te maken en te laten zien wat zij precies kunnen verwachten.



#108 Checklists

Vergeet jij ook altijd dingen te doen die je echt niet mag vergeten? Jouw klanten misschien ook wel. Een checklist is handig en hier kan je nagaan of je niks bent vergeten, maak een checklist en deel hem op Facebook. Bijvoorbeeld een checklist voor het gebruiken van een product, service of dienst.

Een checklist is snel en makkelijk opgezet, het is belangrijk dat jij waarde biedt aan de klant. Al is het klein, alles wat gemak biedt aan de klant is goed om aan te bieden.

Voor een checklist zou je een e-mailadres kunnen vragen. Enorm handig wanneer jij actief bent met e-mailmarketing (ook handig wanneer je hier nog niet mee bezig bent maar zeker op de planning staat). Stuur vervolgens de checklist in een persoonlijk mailtje.

Je kan de checklist gewoonweg ook weergeven op de website zodat mensen gelijk de punten kunnen bekijken.

Voorbeeld

DutchCowboys blogt regelmatig interessante artikelen. Af en toe komen zij ook tevoorschijn met een checklist. Enorm waardevol en vooral heel erg handig.



#109 De impact..

Een belangrijk onderdeel van het informeren van klanten over veranderingen in jouw branche. Vertel wat klanten kunnen verwachten, welke verandering heeft plaatsgevonden en wat het inhoudt.

Veel mensen zijn vaak op de hoogte van veranderingen, ze horen het op de radio of lezen het in de krant maar hebben vaak geen idee wat het voor hen verandert. Zit jij in een vakgebied dat pas een ontwikkeling heeft meegemaakt, laat in een Facebook bericht zien wat het precies betekent voor jou als bedrijf maar ook voor klanten. Wees het kenniscentrum waar je het nieuws vertaalt voor anderen. Vaak wordt er gesproken met een vaktaal waar een Facebook gebruiker niet thuis in is waardoor het niet te begrijpen is. Maak het begrijpelijk en deel het nieuws.

Zo kan het ook gaan om veranderingen in de wereld die misschien nu geen impact hebben op het leven maar later wel. Denk bijvoorbeeld aan de populaire drinkflessen van 'Dopper'. Zij maken anderen bewust dat men de hoeveelheid plastic afval moeten verminderen, de watercrisis in derdewereldlanden en uit een plastic flesje drinken van de supermarkt helemaal niet zo gezond is. Maak anderen bewust van hun gewoontes en dat dit moet veranderen willen ze de negatieve gevolgen niet onder ogen zien.

Voorbeeld

Discovery Impact heeft een prachtige post gemaakt over de impact van de natuurverschijnselen in Amerika. Hier hebben zij namelijk een video geschoten waar zij kort laten zien wat voor impact het heeft en welke veranderingen het met zich meebrengt. Door mensen bewust te maken van het feit dat dingen gaan veranderen zullen zij zelf ook nadenken of ze niet beter iets kunnen veranderen. Maak mensen bewust en laat ze nadenken!



#110 Breng kennis samen

Breng mensen samen waar men kennis kan delen en vragen kan beantwoorden. Binnen Facebook kan dit bijvoorbeeld met besloten Facebook groepen of Community's. Met een speciale pagina kun je bezoekers bereiken en content delen van jouw website. Wie weet haal jij uit een groep enorm veel inspiratie en kom je op een idee binnen de community om te delen op jouw eigen pagina.

Op een bedrijfspagina kun je delen dat er een community of speciale Facebook groep is. Wanneer mensen hier geïnteresseerd in zijn kunnen ze een bericht of verzoek achterlaten. Enorm interessant om te zien wie werkelijk meer wil weten over een bepaald product, want deze mensen willen jou dan ook beter leren kennen. Je weet maar nooit, maar misschien zitten jouw volgende betalende klanten wel in de groep!

How-to

Wil jij een groep maken, ga dan naar het menu van jouw pagina (pijlje rechtsboven in de blauw balk) en kies vervolgens voor 'Groep maken'. Vervolgens kan jij kiezen hoe de groep moet heden, wie de leden mogen worden en de privacy instellingen. Zo kan je er voor kiezen om een openbare groep te maken, besloten of geheim. Dit hangt af van de informatie die je wilt delen op de pagina. Vervolgens vul je de pagina in en kun je actief aan de slag voor meer interactie. Succes!

Nieuwe groep maken

Groepsnaam

Leden

Voer namen of e-mailadressen in...

Favorieten

☐ Voeg deze groep toe aan je favorieten.

Privacy

☐ Openbaar

iedereen kan de groep, de leden en de berichten zien.

☒ Besloten

iedereen kan de groep vinden en zien wie er lid is.
Alleen leden kunnen de berichten zien.

☐ Geheim

Alleen leden kunnen de groep vinden en de berichten zien.

[Meer informatie over de privacy van de groep](#)

Annuleren

Maken

#111 Problemen, problemen, problemen..

Problemen blijven bestaan, maar gelukkig is er voor elk probleem een oplossing. Het komt vaak voor dat in een branche een probleem vaak naar voren komt, dit houdt in dat de oplossing die er is niet optimaal is. Pak het probleem op en zoek voor de perfecte oplossing.

Weet jij zo snel niet waar een probleem ligt, pak er dan een veelgestelde vraag bij en geef het antwoord in een bericht op Facebook. Door een FAQ (frequently asked question) op Facebook te zetten heb je al een aantal posts. Daarnaast laat je zien welke service je biedt bij lastige situaties. Het voordeel is dat je minder vragen krijgt en unieke content hebt voor op jouw Facebook bedrijfspagina.

#112 Facebook diavoorstelling

Een diavoorstelling op Facebook is een leuke manier om een verhaal te vertellen. Het geeft je het gevoel dat je op de basisschool zat en je met slides een presentatie gaf over jouw goudvis. Enorm leuk om met een Facebook diavoorstelling aan de slag te gaan.

Een diavoorstelling opzetten met Facebook gaat snel en kost minder tijd wanneer je het zou vergelijken met het maken van een video. Het is daarom een goede manier om te adverteren wanneer je geen gedoe of kosten wilt hebben met bijvoorbeeld het maken van video's.

De voordelen van een video advertentie:

Een diavoorstelling op Facebook is ook erg interessant en een goede manier voor storytelling. Met storytelling kun je klanten aan jouw product, merk of dienst binden wat een slimme strategie is op de lange termijn. Daarnaast is het erg interessant omdat :

- Steeds meer mensen kijken liever naar afbeeldingen en video's dan dat zij teksten lezen.
- Het is een goede manier om klanten te inspireren
- Slimme manier om mensen kennis te laten maken met jouw merk
- Het kost een kijken weinig data, hierdoor kan de advertentie zelfs weergegeven worden met een 2G-verbinding
- Facebook maakt het voor jou makkelijk om een diavoorstelling op te zetten
- Diavoorstellingen hebben vrijwel dezelfde impact en effectiviteit dan een video advertentie.
- Diavoorstellingen worden automatisch afgespeeld en niet herhaald.
- Een diavoorstelling opzetten is eenvoudig en kost maar een paar minuten!

Om te beginnen moet je toegang hebben tot het advertentieaccount van de Facebook pagina.

#113 Gebruik humor

Humor is misschien wel het leukste wat je kan delen op Facebook. Niks is leuker dan leuke dingen lezen op Facebook en een lach op iemand zijn gezicht toveren. Humor werkt dus enorm goed op Facebook.

Maar humor kan je ook voor serieuze punten inzetten om wat luchtiger over bepaalde onderwerpen te praten. Zijn er bijvoorbeeld vooroordelen binnen jouw branche? Ontkracht ze dan met een leuk en grappig Facebook bericht. Een vooroordeel over jouw branche kan namelijk soms voor enorme vervelende situaties zorgen. En wat is nou een betere manier om vervelende situaties te voorkomen met een grappig stukje tekst?

Pas jij gewoonweg de lolbroek niet? Wellicht heeft iemand binnen jouw bedrijf altijd de grapjas aan. Ga met hem een uur lang sparren over content voor Facebook, zeker dat jij hieruit een aantal leuke humoristische posts kan bedenken.

#114 Schrijf geschiedenis

Schrijf geschiedenis en deel het verhaal hoe het bedrijf is opgestart. Door bedrijfsgeschiedenis te vertellen begrijpen klanten beter wat precies de insteek van jouw bedrijf is. Zeker wanneer je een lange en interessante geschiedenis hebt kun je een mooi verhaal schrijven.

Vaak ontstaat een bedrijf door een situatie waar de oprichter zelf in betrokken is geraakt, dit kan een leuk verhaal zijn maar ook een negatieve lading bevatten. Ondanks dat zijn verhalen altijd enorm inspireren, vooral als je laat zien wat je er allemaal van geleerd hebt. Geef mensen dus een kijkje achter de schermen en laat ze dingen lezen en zien die ze nog nooit eerder hebben gezien van jouw bedrijf.

Een bedrijfsvideo waar je het ontstaan laat zien is kort en krachtig en vaak ook enorm inspireren om naar te kijken. Wellicht ken jij iemand die voor jou een verhaal kan vertalen in een leuke whiteboard video en inspireer anderen om ook te doen waar jij altijd enorm veel plezier uithaalde!

#115 Help mij uit de brand - post

Misschien heb jij wel eens je handen in het haar en roep je hard in je hoofd 'HELP!'. Als ondernemer kom je er soms achter dat je niet altijd het antwoord hebt op jouw vragen, dat je gewoonweg even niet meer weet wat je moet doen. Maar geen paniek, vraag gewoon aan jouw Facebook volgers wat je moet doen, welke oplossing zij hebben voor het probleem of vraag gewoonweg om inspiratie.

Een voordeel is wanneer jij veel actieve en betrokken volgers hebt, je veel interactie hebt. Dit kan enorm motiverend en inspirerend werken. Ga in gesprek met mensen die hebben gereageerd, je weet nooit waar dit naartoe leidt.

#116 Best of the web - post

Ben jij in jouw pauze druk aan het surfen op het internet en kom je iets enorm tegen wat enorm waardevol, grappig, informatie of interessant is? Deel het op Facebook! Het is altijd hartstikke leuk om te zien wat anderen delen, omdat je op die manier ziet waar een persoon of bedrijf in geïnteresseerd is. Daarom is het leuk om wekelijks of maandelijks een 'Best of the web - post' te introduceren. Laat zien wat jij ziet op Facebook!

Vergeet daarnaast in een persoonlijke post nooit te vragen wat andere Facebook gebruikers ervan vinden. Stel een open vraag en vraag om een reactie. Door een reactie te vragen zullen mensen eerder reageren op een Facebook bericht. Ga in gesprek met jouw Facebook volgers en kom erachter wat de interesses zijn. Met deze informatie kan jij hele leuke dingen doen op Facebook. Dus deel wat je ziet op Facebook, het moet dan wel waardevol, leuk, grappig of interessant zijn.

#117 Update je profielfoto

Heb jij al jarenlang dezelfde profielfoto en sta jij op het punt om deze te veranderen? Wacht dan even 5 minuten en neem de tijd om er een leuke post bij te verzinnen. Een verandering van het profiel wordt namelijk altijd weergegeven op de tijdlijn. Je kan er voor kiezen om deze te verwijderen, maar de foto zal altijd te zien blijven bij het overzicht van de foto's.

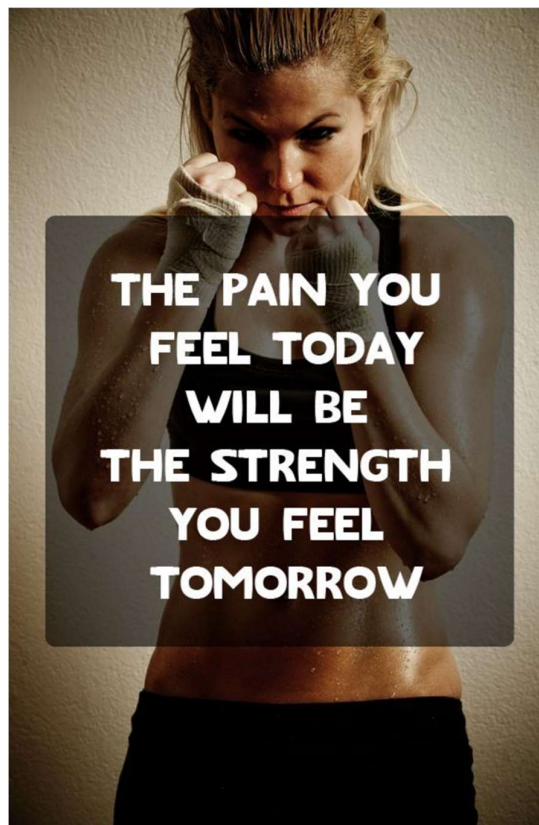
Verwerk daarom altijd een website URL in de omschrijving van de profielfoto en geef in het kort aan wie je bent of wat het logo van jouw bedrijf betekent. Een profielfoto wordt stiekem regelmatig bekeken omdat het persoonlijk is en klein wordt weergegeven. Vergeet dus nooit de beschrijving van jouw profielfoto, heb jij hier al een omschrijving staan?

#118 Quotes om momenten uit te lichten

Quotes kan je op elk moment gebruiken, zo kun je zelf quotes verzinnen maar ook bestaande quotes zoeken op het internet. Bedenk achter een quote altijd een leuk verhaal om op die manier een moment of gebeurtenis uit te lichten.

Denk bijvoorbeeld aan een mooie zomerse dag, een festival waar jouw bedrijf actief is, een opening van een nieuwe winkel en ga zo maar door. Quotes kunnen vaak meerdere betekenissen hebben. Laat dus zien wat jij bedoelt met de quote.

Ben jij actief in de sportbranche? Kies dan bijvoorbeeld voor inspirerende sport quotes waar je sporters motiveert om meer uit zichzelf te halen. Ben je actief in coaching en help je anderen weer op de been na een heftige periode? Laat quotes zien dat het leven mooi kan zijn en laat dan ook goed zien wat je met een quote bedoeld. Voor elke branche is er wel een leuke quote te vinden of te verzinnen!



#119 Waarschuwen

Waarschuw Facebook gebruikers wanneer er iets gaat veranderen en anderen op hun hoede moeten zijn. Soms missen een aantal mensen erg belangrijk nieuws waar jij jouw trouwe volgers op kunt attenderen.

Schrijf bijvoorbeeld over:

- Opkomende deadlines
- Mogelijkheden waar mensen kunnen inspelen
- Acties die eraan zitten te komen
- Prijsverhogingen
- Updates van een product
- Innovaties

Op die manier zorg jij ervoor dat mensen een waarschuwing krijgen. Wanneer een waarschuwing erg belangrijk is voor een Facebook gebruikers zullen ze jouw Facebook pagina nauw in de gaten gaan houden.

Laat in een waarschuwingspost altijd goed zien dat het een serieuze waarschuwing is, gebruik hoofdletters in de eerste zin en eventueel een aantal leestekens en emoji's. Het bericht moet opvallen en serieus overkomen. Maak er geen circus van, anders is het niet geloofwaardig.

#120 Vraag van de week

Ben jij een fan van interactie en wil jij dan ook meer weten over jouw potentiële klanten? Trek dan nu je stoute schoenen aan en brandt los op Facebook. Stel simpelweg gewoon een vraag, het kan enorm makkelijk zijn. Je kan namelijk al de volgende vragen stellen:

- Hou je van koud of warm weer?
- Liever bier of wijn?
- iPhone of Samsung?
- Laptop of desktop?
- Liever met de trein of de fiets?

Maak een vraag niet te moeilijk om te beantwoorden, zodra jij een reactie binnen hebt kun je er dieper op ingaan. Kies echter wel een vraag die voor jouw branche van belang is. Bindt vervolgens deze klant na enige interactie aan jouw bedrijf en bouw een band op, grote kans dat het een nieuwe ambassadeur wordt van jouw bedrijf.

#121 Monsterartikel

Het woord monsterartikel geeft al een kleine hint van hoe het artikel is opgesteld, het is namelijk een monster van een artikel. Een monster artikel is een artikel van meer dan 5000 woorden. Wanneer jij zo'n groot artikel op je website hebt staan is de kans groot dat je erg hoog in Google komt te staan wanneer het artikel goed is opgebouwd. Het schrijven van een monster artikel kost dan ook even tijd, maar het is ook zeker de moeite waard.

Een monsterartikel kan je ook het beste opbouwen door allereerst te beginnen met een enorme inhoudsopgave. Som allereerst alle onderwerpen op waar jij het over wilt hebben en werk daarna puntsgewijs alle onderdelen uit totdat jij een monster van een artikel hebt.

Met een monster artikel heb jij voorlopig ook voldoende content voor Facebook. Deel stukjes uit het artikel en link steeds naar het artikel. Test vervolgens welke manier van posten het beste werkt, een korte weergave van het artikel of een sterke titel. Probeer wat uit en kijk waar jij de meeste interactie hebt. Vervolgens kan je die manier herhalen over een aantal weken. Waarom goede kennis maar een keer gebruiken als je het nog een keer kan inzetten? Precies, herhalen is slim!

ALLES OVER INSTAGRAM MARKETING; EEN COMPLETE GIDS



#122 Laat Facebook fans vragen en antwoorden

Komen klanten of Facebook volgers regelmatig met vragen? Laat het creatieve brein van jouw volgers werken en laat anderen de vragen beantwoorden. Zo kom je er ook achter hoe jouw klanten graag een antwoord of een oplossing zien. Hou dit dan ook goed in jouw achterhoofd wanneer jij de service van jouw bedrijf aan het analyseren bent.

Om reacties te ontlokken is het verstandig om een vraag te stellen waar meerdere antwoorden mogelijk zijn. Op die manier zullen er meer reacties binnenkomen dan wanneer er 1 antwoordmogelijkheid is. Denk bijvoorbeeld aan de volgende vragen:

'Steeds vaker krijgen wij de vraag of we sneller kunnen leveren, hoe snel moet de levering voor jou zijn?'

'Klanten vragen steeds vaker of wij het product ook in andere kleuren gaan produceren, welke kleur zou jij willen zien?'

'Klanten vragen steeds vaker of wij de service gaan verbeteren, wat zou jij willen zien?'

Met bovenstaande vragen lok je meerdere reacties uit, bereid je wel voor op negatieve reacties. Maar leer hier dan ook van!

#123 Update van jouw bedrijf

Wees transparant zo ver als het kan en laat zien hoe het met jouw bedrijf gaat. Klanten zullen op die manier meer vertrouwen hebben in jouw bedrijf en dus ook in producten, services of diensten. Door te vertellen hoe goed je vorige periode was binnen jouw bedrijf kun je klanten duidelijk laten zien waar jij afgelopen periode mee bezig bent geweest.

Let er alleen op dat je niet te arrogant wordt in je tekst, dit kan niet goed zijn voor je imago en averechts werken. Het kan namelijk niet betrouwbaar overkomen. Laat ook zien wanneer je mindere periodes hebt en tegen welke tegenslagen je aanloopt. Laat zien dat je hier van leert en dat dit heeft geleid tot waar jouw bedrijf nu staat.

Maar welke updates zou jij dan kunnen delen, wij geven graag een aantal voorbeelden:

- Laat zien met welke productinnovaties je bezig bent
- Wat de cijfers waren van afgelopen maanden
- Deel processen van jouw bedrijf

Het voordeel van transparant zijn is dat mensen jou of jouw bedrijf beter leren kennen. Een stap om een aankoop te doen of een service aanvraag wordt hierdoor kleiner. Transparante organisaties worden altijd goed gewaardeerd omdat het enorm betrouwbaar is.

#124 Leuke productpresentaties

Je wilt natuurlijk veel producten verkopen, dit kan ook via Facebook. Kies dan voor leuke productpresentaties waar je het product laat zien en wat je er allemaal wel en vooral ook niet mee moet doen. Wanneer er een nieuwe iPhone uitkomt verschijnen er al snel filmpjes wat je vooral niet met je iPhone moet doen, denk aan het koken van een iPhone in water, een iPhone in hete lava gooien of door moet zagen. Het is misschien een vreemde manier maar vraagt om enorm veel reacties.



Don't Drop Your iPhone 6S in Hot Lava! - YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=XS-59dxplXo> ▼

Een goede manier waar het meteen goed opvalt is met behulp van video's. Mensen hebben dan ook gelijk een goed beeld. Wanneer jij het alleen in tekst uitlegt kan het zijn dat Facebook gebruikers een ander beeld er bij hebben. Beeld spreekt meer dan duizend woorden.

#125 Nieuws!

Het nieuws is een goede inspiratiebron voor content. Misschien vind je online wel ergens een artikel dat perfect bij je business past. Link dit artikel dan met jouw business en plaats het op Facebook. Een nieuwsbericht kan je op verschillende manieren gebruiken.

1. Deel de content

De makkelijkste en snelste manier is het delen van content. Je kan simpelweg de link delen van het nieuwsbericht of het bericht overnemen en plaatsen. Het is een snelle en goede manier om jouw Facebook volgers op de hoogte te houden van het nieuws.

2. Reageer op een nieuwsbericht

Laat zien wat jij vindt van het nieuwsbericht op jouw Facebook tijdlijn. Deel het bericht en geef jouw reactie. Omdat jij een reactie geeft bestaat er een grote kans dat anderen hier ook op gaan reageren, ze kunnen het met eens of oneens zijn met jou maar het kan leiden tot interessante gesprekken.

3. Vraag wat anderen ervan vinden

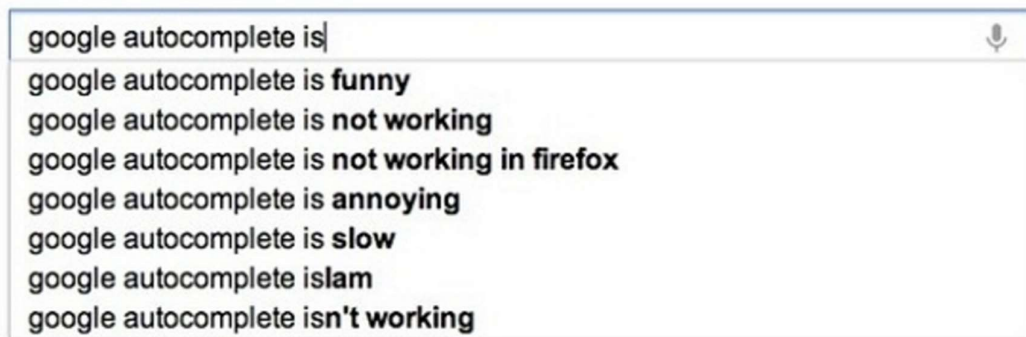
Deel het nieuwsbericht en vraag naar de mening van anderen. Altijd interessant om te zien hoe jouw Facebook volgers bepaalde nieuwsonderwerpen oppakken. Ga een gesprek aan met en leer je klanten nog beter kennen.

4. Gebruik het als een bron voor een artikel en analyseer het

Gebruik het nieuwsbericht als een bron voor een nieuw artikel. Beschrijf jouw bevindingen, voor welke veranderingen en nieuwsbericht heeft gezorgd. Het is altijd leuk om te zien hoe iemand tegen een nieuwsbericht aankijkt, wanneer je het artikel deelt kan je vragen of ze het wel of niet eens met jouw zijn. Altijd goed om meer interactie te hebben op Facebook.

#126 Gebruik Google Autocomplete

Google is er voor jou wanneer je informatie, afbeeldingen, rapportages of producten zoekt. Maar Google is er ook zeker voor meer inspiratie, namelijk met Google Autocomplete. Google vult namelijk, zoals je misschien al had gezien, automatisch zoekopdrachten in. Gebruik de ingevulde antwoorden van Google en gebruik het als inspiratie. Je komt zeker op leuke suggesties die ook enorm leuk zijn voor jouw lachspieren!



#127 Interview anderen!

Niks is leuker dan informatie, leuke weetjes en nieuws te ontlokken bij anderen, dit kan bijvoorbeeld met een interview. Bel iemand op en vraag of jij deze persoon mag interviewen voor jouw website en maak er gelijk een podcast aflevering van ;)

Het interview kun jij vervolgens uit laten schrijven wat leidt tot een enorm blogbericht. Vervolgens kan jij het blogbericht op verschillende manieren delen zodat jij nog meer content hebt op Facebook.

1. Deel een gedeelte van het blogbericht

Haal kleine interessante stukken uit een blogbericht en plaatst dit op jouw tijdlijn met de link van het blogbericht. Denk bijvoorbeeld aan 'Benieuwd naar de rest van het interview, bekijk dan het blogbericht!'.

2. Deel het blogbericht

Maak een korte post waarin je vertelt wie je hebt geïnterviewd en wat het onderwerp was. Deel vervolgens het bericht met de link en een passende foto op Facebook!

3. Laat geluidsfragmenten horen van het blogbericht

Deel korte geluidsfragmenten waar leuke vragen zijn gesteld maar stop op het moment wanneer het antwoord wordt gegeven. Publiceer vervolgens een bericht waarin je vertelt waar men het antwoord kan vinden met een link van het blogbericht.

#128 Maak een serie van posts

Door maandelijks, wekelijks of dagelijks een post te plaatsen over een onderwerp zorg je voor een continue stroom aan content. Schrijf deze artikelen bijvoorbeeld over een actueel onderwerp in het nieuws wat je een aantal dagen in de gaten gaat houden. Over een nieuw product dat ontworpen wordt of een verandering binnen jouw organisatie. Licht bij elke post toe wat voorafgaand afspeelde, op die manier zijn mensen ook gelijk op de hoogte wanneer ze niet alles hebben gevolgd.

Je kan dit het beste aanpakken door te beginnen met schrijven van een artikel. Vervolgens deel je het artikel in verschillende soorten Facebook berichten en plan je ze allemaal in. Zo ben je een aantal dagen, weken of zelfs een maand klaar en heb je geen omkijken naar Facebook.

Heb je geen idee waar jij een serie posts van kan maken, we geven een aantal voorbeelden:

- Een verhaal
- De weg naar een event organiseren
- Het ontwerpen van een product
- De productie van een artikel
- Het opzetten van een nieuwe dienst

De voordelen wanneer jij jouw verhaal vertelt over de verloop van een ontwerp of productie laat zien hoeveel tijd er in wordt gestoken. Mensen willen tegenwoordig weten wat de herkomst is van een product dat ze komen. Ze willen weten hoe het is gemaakt of hoe een dienst precies in elkaar zit. Laat dit dus zien en pak het aan met een serie van posts.

#129 Laat anderen linken met invloedrijke mensen

Heb jij een enorm netwerk waar echte kenners tussen zitten van jouw branche? Geef jouw Facebook volgers de kans om met deze persoon in contact te komen. Geef mensen bijvoorbeeld de mogelijkheid om een vraag te stellen aan invloedrijke mensen.

Staat er een interview of ontmoeting plaats met een invloedrijke persoon binnen jouw branche? Vraag op Facebook wat jij niet mag vergeten te vragen. Altijd leuk om anderen het idee te geven dat ze actief mee kunnen doen aan een interview. Wees iemand die andere mensen met elkaar verbindt, op die manier zijn anderen ook graag met jou verbonden.

Wees niet bang om mensen binnen jouw netwerk te vragen. Vaak vinden zij het leuk om hun kennis te delen, het enige wat vaak een tegenslag is voor ondernemers is tijd. Maar hoogstwaarschijnlijk ken jij dat ook dat je geen tijd hebt. Maar alles kan voortaan via Skype waardoor je in ieder geval geen reistijd kwijt bent.

#130 Maak gebruik van videos van een verhaal

Voordat iemand een lang blogbericht gaat lezen moet je diegene overtuigen om er tijd in te steken. Dit kan met een pakkende zin, een goede titel, een mooie blog afbeelding of een video!

Video's trekken de aandacht vanwege bewegende beelden. Daarnaast pakt het ook de aandacht wanneer er goede muziek onder zit of waardevolle informatie wordt gedeeld.

Het kan ook zijn dat jij in een video een verhaal vertelt! We geven een voorbeeld:

Ben jij actief in de sportbranche en verkoop je voedingssupplementen? Laat dan in een video zien welke oefeningen goed zijn voor het lichaam en welke voedingssupplementen het beste je kan gebruiken om spiermassa te bevorderen.

Wat het allerbelangrijkste is dat je een link niet vergeet weer te geven in het bericht. Wanneer de video voorbij is moet je nog wel de mogelijkheid geven waar men meer informatie kan vinden.

#131 Lists

Wat mensen hartstikke leuk vinden om te lezen zijn lijstjes. Lijstjes maken het leven wat makkelijker, leuker, grappiger of wijzer. Je kunt een heel mooi Facebook bericht maken waar je vertelt waar het lijstje over gaat en waarom mensen het moeten lezen. Vervolgens verwijst je door naar het complete artikel op de website. Hoogstwaarschijnlijk heb jij ze al wel voorbij zien komen. De titels zijn voornamelijk zo opgebouwd dat je enorm nieuwsgierig bent om een meer te lezen. Een aantal voorbeelden zijn:

- 10 dingen die je stukken gelukkiger maken!
- 5 dingen die je moet weten voordat je de was doet.
- 12 tips om tijdens werk niet in slaap te vallen
- 5 redenen waarom Joomla! zo interessant is.

Mensen willen graag weten wat de dingen, tips of manieren zijn en zullen zeker verder klikken op jouw website. Voor jouw bedrijf is er zeker ook wel een leuk lijstje te maken wat zeer interessant in binnen jouw branche.

Voorbeeld

DutchCowboys pakt het heel goed aan, allereerst is het bericht pakkend, het steelt namelijk je hart. Vervolgens laat de titel van het artikel goed zien waar het over gaat. Vervolgens beschrijven ze in de omschrijving van het blogbericht wat je gaat lezen en zien als je op de link verder klikt. Een goede advertentie waar de kans op een hoge CTR groot is.

**DutchCowboys**
28 mei · 🌐

Bali is het eiland dat je hart gaat stelen!



De 10 coolste dingen om te doen op Bali

Ga je op vakantie naar Bali? Deze 10 dingen wil je niet missen tijdens je reis: de 10 leukste en coolste [dingen om te doen op Bali](#)!

DUTHCOWBOYS.NL | DOOR MARLOES DE HOOGHE

#132 Facebook Live

Facebook Live is de streaming functie van Facebook. Misschien heb jij het al voorbij zien komen bij grote sterren of misschien wel jouw vrienden!

Facebook Live is een nieuwe manier om video's of collages met jouw vrienden live te delen. Door momenten live te delen kunnen vrienden, familie en klanten het gevoel krijgen dat zij het moment beter kunnen beleven.

Hoe werkt Facebook Live video?

Facebook Live is te vergelijken met Periscope, de streaming functie van Twitter. Het voordeel van Facebook is dat jij mensen naar bepaalde momenten live mee kan nemen. Volg de volgende stappen wanneer je Facebook Live wilt gaan gebruiken:

- Open de Facebook applicatie,
- Ga naar het nieuwsoverzicht,
- Ga naar 'statusupdate',
- Vervolgens klik je op het 'Live Video' icoon,
- Geef het de Live Video een naam, bijvoorbeeld 'druk aan het werk!'
- Vervolgens kan je begin je met broadcasten.

Wanneer je gebruik wilt maken van Live Video is het belangrijk dat Facebook toegang heeft tot jouw camera en microfoon. Je kan geen gebruik maken van Facebook Live wanneer deze toestemming er niet is.

Tijdens het filmen kan je zien wie er allemaal aan het meekijken zijn. Alle kijkers kunnen reageren en vragen stellen tijdens de livestream. Deze reacties en vragen zijn voor iedereen zichtbaar. Zo kan jij op Facebook een waardevol gesprek aangaan met de kijkers.

Wat gebeurt er met mijn video?

Wanneer je klaar bent met livestreamen stop je met de opname. Vervolgens wordt de video geplaatst op jouw tijdlijn. Op die manier kunnen andere mensen de video bekijken die op dat moment niet live kunnen bekijken. Je kan er ook voor kiezen om het filmpje te verwijderen. Maar wanneer jij een Live video plaatst heb je weer een extra post op de Facebook tijdlijn.



#133 Een foto zegt meer dan 1.000 woorden

Een foto op Facebook kan verschillende doelstellingen hebben:

1. Laat een verhaal zien

Met een foto kan je een heel verhaal laten zien. Want het verhaal kan je een beeld geven met een foto. Vaak kunnen mensen bij een bepaalde zin een verkeerde indruk krijgen. Een foto maakt het verhaal veel duidelijker en makkelijker te begrijpen. Kies dus een passende foto wat jouw verhaal makkelijker te begrijpen valt.

2. Maken nieuwsgierig

Foto's kunnen mensen enorm nieuwsgierig maken. Zeker wanneer je een foto kiest dat niet meteen laat zien wat jij vertelt in de post. Hierdoor kunnen mensen nieuwsgierig worden naar meer. Om dit uit te proberen kun je het beste testen met verschillende foto's. Waar je vervolgens de meeste interactie op krijgt werkt het beste. Wees niet bang om de foto na verloop van tijd nog een keer te gebruiken, zo bestaat er een grote kans dat je weer mooie resultaten kan behalen.

3. Geven een bepaalde situatie weer

Een aantal foto's geven een bepaalde situatie weer zodat mensen gelijk weten waar het overgaat. Denk bijvoorbeeld aan kerstfoto's, herfstfoto's, vakantiefoto's en ga zo maar door. Een foto vertelt dan al grotendeels waar het over zal gaan.

4. Shockeren

Je kan er ook voor kiezen om met een foto te shockeren, dit zal zeker de aandacht trekken. Denk bijvoorbeeld aan foto's van derdewereldlanden, verwoestende natuur, mislukte producten of iets anders. Het is in ieder geval een foto waarvan je schrikt en wat dus zeker de aandacht trekt.

Alle vier de doelstellingen voor de keuze van een foto zijn goed in te zetten binnen elke branche. Het is echter wel belangrijk dat je uittest welke het beste voor jou werkt. Op die manier weet jij welk soort bericht Facebook volgers het leukste vinden.

#134 Jouw potentiële klanten

Het is vaak best lastig om potentiële klanten aan te spreken op social media of via een blog. Mensen reageren vaak niet meteen omdat een reactie altijd zal blijven staan op social media. Hierdoor is men schuw en reageren zij niet op een pagina die nog niet bekend voor hen is.

Toch is het erg goed om potentiële klanten aan te spreken. Ga dus eens goed zitten en bedenk hoe jij het voor elkaar krijgt om je potentiële klanten te betrekken bij jouw Facebook berichten.

Heb jij zo snel geen idee, wij helpen graag mee.

Je zou ervoor kunnen kiezen om potentiële klanten een gratis product of dienst aan te bieden wanneer zij iets voor jou doen. Een soort van like en win actie maar dan actiever. Zo kan jij vragen of zij jou een persoonlijk mailtje willen sturen met hierin informatie waarom jij hen moet helpen. Je kan dan 1 iemand uitkiezen die het gratis krijgt, maar van de rest heb jij ook de contactgegevens. Wellicht kan jij hen ook iets aanbieden voor een aantrekkelijke prijs.

Wat je ook zou kunnen doen is bestaande klanten er bij betrekken. Laat hen een verhaal doen op jouw Facebook tijdlijn zodat potentiële klanten te zien krijgen wat jij hen allemaal te bieden hebt. Het is altijd goed om te bewijzen hoe jij bezig bent en welke resultaten je boekt. Dan is niks beter dan een goede recensie delen van een bestaande klant op social media.

#135 Maak een dagboek op het internet en VLOG!

Je kan er bijna niet omheen maar iedereen heeft bijna wel een vlog. Een vlog is de benaming voor een videoblog, en de populariteit blijft groeien. Door middel van korte filmpjes kun jij vertellen waar jij zoal mee bezig bent en kun je klanten een kijkje geven achter de schermen.

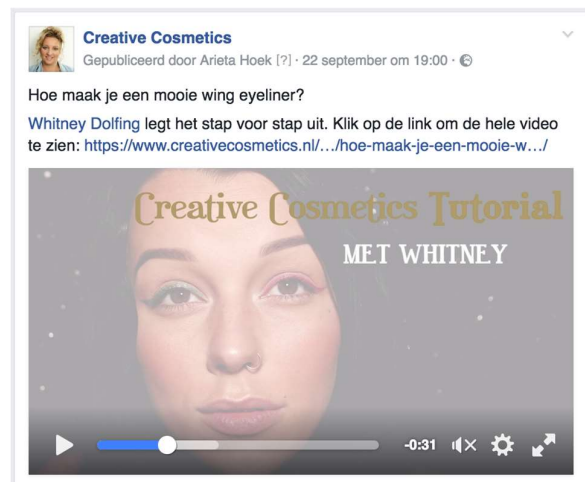
Een vlog kan je op verschillende manieren inzetten, je kan maandelijks, wekelijks of zelfs dagelijks een nieuwe video posten. Hoe vaker jij een blog hebt, hoe meer berichten je hebt voor Facebook.

Wanneer jij een vlog hebt zijn er 2 manieren om een vlog te plaatsen:

1. Je plaatst de gehele video op Facebook zodat men de vlog kan bekijken op Facebook.
2. Je plaatst maar een gedeelte van de video op Facebook zodat je mensen nieuwsgierig kan maken en in een blog op jouw website de blog kan delen. Dit bevordert het aantal websitebezoekers en daarnaast kun je in een blogbericht verder toelichten waarom de vlog is opgezet.

Voorbeeld

Creative Cosmetics heeft verschillende visagistes in dienst die regelmatig vloggen voor het make-up merk. Hier laten ze de mogelijkheden van mineralen make-up zien. De post is kort en duidelijk, je weet wat er in de video te zien is en waar je de hele video kan kijken. Wanneer je nog niet helemaal overtuigd bent kan je er voor kiezen om de video te bekijken van de post wat een kleine preview geeft. Daarnaast valt de video ook nog eens op in een Facebook tijdlijn.



#136 Deel jouw in kaart gebrachte processen

Bedrijfsprocessen zijn activiteiten die worden uitgevoerd door medewerkers. Door processen te beschrijven en vast te leggen weet men precies wat er moet gebeuren en hebben ze gelijk een checklist. Door processen in kaart te brengen kun je enorm veel tijd besparen.

Heb jij nog geen processen vastgelegd, ga dan snel achter de computer zitten en beschrijf de activiteiten van jouw bedrijf. Op die manier kun je veel tijd besparen!

Zijn de processen binnen jouw bedrijf al bekend en besparen ze enorm veel tijd zodat jullie tijd hebben om te groeien? Deel deze processen op jouw Facebook tijdlijn, laat zien wat jij doet om zo efficiënt mogelijk te werken. Deel jouw processen als een give-away in ruil voor een e-mailadres! Op die manier verzamel je belangrijke gegevens voor in de toekomst.

Hoe pak je dat het beste aan?

1. Schrijf een pakkende post

Een Facebook bericht is hier enorm belangrijk omdat je anderen hier moet overtuigen waarom zij de give-away moeten hebben. Probeer in 5 regels de belangrijkste informatie te delen en de link waar men de give-away kan downloaden. Zo worden maar de eerste 5 regels van een Facebook bericht weergegeven.

2. Betrouwbare landingspagina

Vervolgens is het belangrijk dat de landingspagina betrouwbaar oogt. Maak het daarnaast niet te moeilijk en vraagt alleen het nodige, zoals het e-mailadres. Zet daarnaast niet teveel call-to-actions op de pagina, anders weet de websitebezoeker niet meer wat hij of zij moet doen. Het belangrijkste doel van de pagina is het achterlaten van een e-mailadres.

3. Goede pakkende mailing met bijlage

Wanneer het formulier is ingevuld heb je een mailadres, belangrijk dat de mail aantrekkelijk is en eventueel uitnodigend voor een contactmoment. En vergeet de bijlage niet waar de websitebezoeker zijn of haar gegevens voor in heeft gevuld.

#137 Deel recensies van jouw pagina!

Laat zien hoe goed je het doet en deel recensies! Waarschijnlijk staan ze ook op jouw pagina. Sommigen zijn goed beoordeeld en de anderen wat minder, maar hier leer je van.

Aan de positieve recensies mag je zeker aandacht besteden, je het immers hard gewerkt voor het krijgen van goede recensies. Deel de recensie op jouw tijdlijn en laat zien hoe jij deze klant hebt geholpen. Door te laten zien dat jij ook werkelijk goed wordt beoordeeld zullen potentiële klanten meer vertrouwen in jou hebben.

Maar negatieve recensies moet je ook als een kans zien. Jouw bedrijf leert omgaan met problemen door een passende oplossing te vinden voor een klant. Potentiële klanten zien hoe jij omgaat met een klacht en met welke oplossing jij komt. Tegelijkertijd laat je zien dat je het belangrijk vindt om iedereen tevreden te houden. Hoe vaak kom jij op Facebook negatieve recensies tegen die niet zijn beantwoord?

#138 Wees een woordenboek

Alle termen binnen jouw branche kunnen soms overweldigend zijn voor nieuwe klanten. Door in een artikel alle moeilijke woorden uit te leggen ben jij voor veel mensen een bron van informatie die nieuw zijn in de branche. Grote kans dat deze mensen wel geïnteresseerd zijn in jouw producten, diensten of services. Je helpt ze immers op weg om de taal binnen jouw branche beter te begrijpen.

Kies bijvoorbeeld een dag in de week waar je 1 betekenis deelt op Facebook en geef er een leuke benaming aan, zoals #betekenisvandedag #jipenjanneketaal2.0. Het valt op en laat zien dat je anderen helpt.

#139 Plaats een veelvoorkomende issue

Elke markt kent wel problemen die constant naar voren komen, denk aan regels waar men zich aan moet houden, aan vooroordelen of veranderingen dat regelmatig in het nieuws komt. Plaats een veelvoorkomende issue op jouw tijdlijn om het te bespreken of uit te leggen.

Veelvoorkomende problemen binnen jouw branche zijn vaak met een simpel inzicht op te lossen. Zorg ervoor dat jij degene bent die dit inzicht biedt door in een artikel dieper in te gaan op een probleem. Probeer gelijk een oplossing te geven voor lezers.

Ken jij simpelweg de oplossing niet maar wil jij het maar al te graag oplossen? Doe dit dan samen met jouw trouwe Facebook volgers. Weet je niet hoe? Wij geven graag een voorbeeld.

Een veelvoorkomend probleem is het opvoeden van kinderen. Iedereen heeft hier een mening over en zal die ook graag willen delen. Denk bijvoorbeeld aan een kind dat niet in zijn of haar eigen bed wil blijven liggen. Er bestaan allerlei manieren om dit voor elkaar te krijgen, maar wat is nu de beste manier? Plaats een bericht op jouw tijdlijn over deze kwestie en wat de beste oplossing is. Doe vervolgens een klein onderzoekje naar aanleiding van alle reacties en som ze bij elkaar op. Vervolgens heb jij voldoende informatie om een leuk artikel over te schrijven. Dit artikel kan jij weer delen en vragen of mensen er nog op- of aanmerkingen over hebben. Op die manier kan je aan de kwaliteit van het artikel werken en de beste oplossing zoeken voor het probleem.

Heb jij nog geen idee over veelvoorkomende problemen? Wij zetten er een aantal op een rijtje die hoogstwaarschijnlijk toepasbaar zijn binnen jouw branche:

- Alcoholmisbruik
- Werkloosheid
- Zorg
- Veiligheid
- Vergrijzing
- Milieu
- Maatschappelijke stage
- Infrastructuur
- Leefbaarheid
- Generatiekloof
- Smartphone- en computergebruik

#140 Maak verslagen van evenementen

In Nederland worden enorm veel evenementen georganiseerd. Denk aan vakbeurzen, feesten, seminars en netwerkevenementen. Als je een keer niks te doen hebt is er wel een evenement waar jij naar toe kan. Maar veel mensen hebben het gewoonweg te druk om naar een evenement te gaan terwijl ze enorm geïnteresseerd zijn in de informatie dat wordt gedeeld. Maak daarom een verslag van jouw evenement en deel dit op Facebook!

Geef een aantal dagen van tevoren aan dat je naar een evenement gaat en vraag aan jouw Facebook volgers wat jij echt niet mag missen. Op die manier kom jij erachter waar de interesses liggen van jouw volgers. Maak op basis van deze informatie een schema waar jij allemaal heen moet.

Post tijdens het evenement regelmatig berichten met waardevolle informatie dat jij hebt verzameld. Denk aan leuke foto's of video's. Je kan er zelfs voor kiezen om het evenement live te delen met Facebook live! Tip 134 vertelt alles over Facebook live.

#141 Deel gifjes

Gifjes zijn korte animatiefilmpjes die zichzelf constant herhalen. Vaak zijn gifjes erg grappig en herkenbaar waardoor men er naar blijft kijken. Ken jij nog de kleine fotoboekjes waar je alle pagina's snel achter elkaar moest doorbladeren om zo een kleine video te zien? Zo werkt een gifje ook. Misschien is het een idee om een productieproces versneld te laten zien of bijvoorbeeld een stukje van een presentatie. Het kan tot lachwekkende situaties leiden die viraal kunnen gaan op het internet als je er een leuk bericht bij zet.

Het maken van een gifje kan enorm lastig zijn, maar wist jij bijvoorbeeld dat je van een Facebook video ook snel en makkelijk een gifje kan maken. Hier zijn verschillende sites voor, gifs.com is hier een voorbeeld van. Hier kun je een video uploaden en vervolgens maakt het programma er een gifje van! Probeer het eens, wie weet komt er iets hartstikke leuks uit om de plaatsen op de Facebook tijdlijn.

#142 Schrijf 'Wat als..' post

Misschien heb jij dat ook wel eens dat je bij jezelf denkt 'wat als..', hoogstwaarschijnlijk kan jij hier ontelbaar veel antwoorden verzinnen maar weet je gewoonweg niet wat het beste is. Vraag het aan jouw Facebook volgers in een Facebook tijdlijn bericht.

Wat als jij morgen de kans krijgt om je websiteverkeer te vertienvoudigen, hoeveel tijd zou jij daarin bereid zijn in te steken?

Wat als iemand je bedrijf zou willen kopen, hoeveel zou hij dan moeten bieden?

Wat als jij de loterij wint, wat is het eerste wat je gaat doen?

Wat als product X probleem Y oplost, zou je het dan kopen?

Een viertal voorbeelden van 'wat als..' vragen die reacties uitlokken bij Facebook gebruikers. Door deze vragen te stellen moedig je mensen aan om te reageren op berichten.

Dus zit jij met een vraag in je hoofd, bijvoorbeeld wat voor verandering een aanpassing van het product zorgt? Vraag het aan jouw Facebook volgers en laat hen het probleem oplossen.

#143 Een project van het begin tot het eind

Vaak is het interessant om te zien hoe een bedrijf haar projecten uitvoert. Mensen zien graag hoe iets tot stand komt. Geef jouw Facebook volgers daarom inzicht door het project helemaal weer te geven.

Dit kan je het beste doen met foto's en video's. Op die manier krijgt men ook gelijk een beeld bij jouw verhaal. Vaak kennen niet-gebruikers van jouw producten, services of diensten vaak niet waar jij het gelijk over hebt. Maak het daarom zo simpel mogelijk en leg het uit aan jouw Facebook volgers. Potentiële klanten krijgen op die manier meteen een goed beeld van wat ze kunnen verwachten van jouw bedrijf.

Wil je niet alles gelijk prijsgeven maar pas echt alles laten zien aan een beperkte groep mensen? Hang er dan een winactie aan! Laat een groot deel van het project zien, maar de kers op de taart niet. Geef een aantal mensen de mogelijkheid om alles in levende lijven te zien en vraag hen om hun ervaringen te delen. Op die manier heb jij weer een aantal Facebook berichten waar je een aantal dagen mee vooruit kan.

#144 Tag berichten

Een hele simpele manier om snel meer bereik te krijgen met je eigen bedrijfspagina is het creëren van tag berichten. Zo kun je in elke post vragen of een lezer van jouw post iemand herkent in jouw informatie dat je deelt, vraag of zij diegene wil taggen.

Een tag bericht is namelijk een bericht waarin jij jouw Facebook volgers vraagt of zij vrienden willen taggen in een bericht. Op deze manier kunnen berichten viraal gaan en is het eenvoudig om vrienden van vrienden via Facebook te bereiken. Ga hier slim mee om en krijg enorm veel tags in 1 bericht.

Wij geven een aantal voorbeelden die je zou kunnen gebruiken:

- Tag je fitness buddy voor vanavond
- Tag een ondernemer die zijn Facebook strategie niet op orde heeft
- Tag een hondenliefhebber die elke dag zijn hond uitlaat
- Tag diegene waarvan zijn of haar smartphone altijd kapot is
- Tag de liefste persoon die je kent
- Tag degene met wie jij de volgende keer op vakantie gaat
- Tag degene die jou moet gaan trakteren op een biertje
- Tag degene met wie jij snel wilt gaan winkelen
- Tag een ondernemer waar je trots op bent



#145 Q&A

Hou een Q&A op Facebook! Wanneer jij op zoek bent naar enorm veel interactie op Facebook is een Q&A houden wellicht de oplossing. Met Facebook live kan dit live en zien mensen het gezicht achter de antwoorden. Een goede voorbereiding is hiervoor wel belangrijk, mocht het bericht veel volgers krijgen dan moet je wel voldoende tijd hebben om alles te beantwoorden.

Begin met een post dat je binnenkort een Q&A gaat houden en dat ze jouw Facebook pagina goed in de gaten moeten houden. Vraag daarnaast of Facebook volgers vrienden willen taggen die ook een vraag willen stellen aan jou over een bepaald onderwerp. Op die manier vergroot je het organische bereik.

Vervolgens kun jij live gaan! Hier kun je alle reacties die live binnenkomen zien en op reageren. Wanneer de reacties binnenstromen kan je er voor kiezen om iemand naast jou te zetten die gelijk reageert op reacties waar jij nog geen antwoord op hebt gegeven.

Noteer na de live uitzending alle vragen die zijn gesteld en verwerk iedere vraag in een nieuw Facebook bericht. Op die manier heb jij weer voor een aantal dagen content terwijl je het niet zelf hebt moeten verzinnen. Alle informatie dat jij binnenkrijgt moet je proberen te verwerken tot een Facebook tijdlijn bericht. Het is immers eerder gesteld op een Q&A op Facebook, zeker dat andere Facebook volgers het ook interessant vinden om te lezen.

#146 Deel een vragenlijst

Vind jij het leuk om onderzoeken te doen of draait alles in jouw bedrijf omtrent onderzoeken? Deel dan eens een vragenlijst op Facebook, wellicht bereik je op deze manier een andere doelgroep en komen er interessante gegevens uit.

Een vragenlijst opstellen is tegenwoordig enorm simpel en kan al verwerkt worden met Google Docs. Hiermee kan jij een snelle link creëren om de vragenlijst door te sturen. Laat de vragenlijst regelmatig naar voren komen en deel tussentijds de resultaten. Op die manier zien anderen dat de lijst werkelijk wordt ingevuld en zij ook zo een steentje bij kunnen dragen.

#147 Onduidelijke foto

Maak een foto van een object, deel van je bedrijf of product en knip een heel klein onderdeel uit die foto. Vraag of iemand herkent wat er op de foto staat. Alleen een echte kenner van jouw bedrijf of producten zal het antwoord weten.

#148 Vooruit kijken

Komt er binnenkort een nieuw product of nieuwe dienst aan. Begin er alvast over te schrijven. Plaats korte stukjes met telkens een open einde (clif hanger) zodat iedereen het vervolg wilt weten. Het laatste stukje kun je zelfs laten eindigen in je eigen bedrijf, bijvoorbeeld bij de opening van een nieuw onderdeel of productpresentatie.

#149 Werk samen

Kijk eens of er ondernemers zijn die willen samenwerken. Dan verdeel je de last. Dat kunnen ondernemers uit dezelfde branche maar in een ander verzorgingsgebied zijn, maar ook uit je winkelstraat of centrum. Misschien ligt jouw zaak met één of een paar zaken net buiten het winkelgebied. Organiseer dan gezamenlijke acties en bericht op Facebook. Zo spreekt ieder zijn eigen klantenkring aan en beschik je samen over een groot netwerk.

#150 Durf!

Vaak ontstaan de beste acties en reclames spontaan. Zonder dat je er mee bezig was slaat en bepaalde actie, advertentie of bericht goed aan en zorgt voor veel interactie.

- ✓ Durf te posten, gewoon doen, als je eerlijk bericht vinden de lezers het altijd leuk.
- ✓ Niet alleen reclame! De meeste post moeten niet over het aanprijzen van je dienst of product gaan maar gewoon **over** het product en welk probleem het oplost.
- ✓ Durf door te zetten, ook als het een keer niet lekker gaat.
- ✓ Durf een trend te zetten, ook al is het in jouw branche niet gebruikelijk.

Houd altijd in gedachten dat het publiek dat jouw berichten leest zelf daarvoor kiest, zelf met social media werkt en zelf de tijd eraan besteed die ze daarvoor vrij maken. Jij levert content die hun op dat moment plezierig maakt.

Inhoud

#1. Deel resultaten en andere cijfers	3
#2. Verzin een onderschrift.....	4
#3. Deel een audio post waarin je kort een blogbericht bespreekt.....	5
#4. Deel je blogberichten op Facebook.....	6
#5. Zet een 'debat' op en gebruik jouw blog voor argumenten voor en tegen.....	7
#6 Maak handige tip lijstjes	8
#7 Hoe kan ik je helpen?.....	9
#8 Definitie post	10
#9 Facebook Carrousel.....	11
#10 Laat jouw klant een stuk tekst schrijven over jouw product/diensten	13
#11 Schrijf een recensie	14
#12 Tel af naar een evenement.....	15
#13 Zet een wedstrijd op	16
#14 'Ken je deze nog'-post	17
#15 Creëer een evenement	18
#16 Maak een cartoon.....	21
#17 Een meme velt op, kan viral gaan en erg grappig zijn!.....	22
#18 Live een presentatie, workshop of college geven, zet een webinar op.....	23
#19 Geef een reactie op blogs of artikelen en schrijf hierover	24
#20 Maak korte en opvallende introductie filmpjes als introductie	25
#21 Schrijf controversiële posts	26
#22 Laat zien welke voordelen klanten kunnen halen uit jouw producten	27
#23 Maak een Facebook Canvas.....	28
#24 Zet een prijsvraag op.....	29
#25 Laat je collectie of producten zien	30
#26 Analyseer onderzoeken en deel jouw bevindingen	31
#27 Schrijf over een invloedrijke persoon binnen jouw branche.....	32
#28 Zet iemand in het zonnetje.....	33
#29 Stel je medewerkers voor	34
#30 Promoot anderen.....	35
#31 Bundel blogposts met hetzelfde onderwerp bij elkaar!.....	35
#32 Lanceer nieuwe producten/diensten.....	36
#33 Schrijf een artikel gerelateerd aan een feestdag	37

#34 Een gedetailleerde en uitgebreide post over een onderwerp binnen jouw branche.....	38
#35 Beste 'tool' binnen jouw branche delen	38
#36 Crowd source post	39
#37 Deel een video, presentatie of infographic	39
#38 Beantwoord de veelgestelde vragen binnen jouw branche.....	40
#39 Houd veranderingen voor jouw branche bij.....	41
#40 Laat de klanten weten wat slim is en wat niet, oftewel TO DO's en NOT TO DO's	42
#41 Laat zien wat jullie doen in de middagpauze en creëer interactie	43
#42 Wees een bron van informatie met whitepapers	44
#43 Maak een foto-album	44
#44 Verander je omslagfoto	45
#45 Wees persoonlijk, P2P, mensen doen zaken met mensen	46
#46 Maak een nieuwsbrief.....	46
#47 Geef jouw potentiële klant handvatten, hulp is altijd fijn!	47
#48 Vier je mijlpalen!	48
#49 Laat zien wat jij of jouw bedrijf allemaal 'achter de schermen' doet	49
#50 Maak gebruik van infographics, cartoons en grafieken om iets in een oogopslag duidelijk te maken	50
#51 Schrijf een recensie over een product of dienst binnen jouw branche	51
#52 Deel een preview.....	52
#53 RoundUp Post(s).....	53
#54 Elevator Pitch	53
#55 Doe mee aan een challenge	54
#56 Deel cijfers van jouw organisatie, laat zien dat je groeit of juist niet!	55
#57 Innovaties van nieuw een product of dienst.....	56
#58 Gebruik Canva.nl.....	57
#59 Gebruik populaire hashtags.....	58
#60 Laat gastschrijvers interessante artikelen schrijven	59
#61 Wees nuttig door interessante en waardevolle artikelen te delen	60
#62 Toon lef en spreek een persoon of organisatie aan op een bepaalde issue..	61
#63 Verzin eigen en unieke quotes die van toepassing zijn op jezelf, product/service of bedrijf.....	62
#64 Zet een give-away op en creëer waarde	62

#65 Maak time lapse video's	63
#66 Deel interessante en waardevolle presentaties die binnen jouw bedrijf zijn weergegeven	63
#67 Liever luisteren dan lezen? Maak video's	63
#68 Plaats vacatures online	64
#69 Maak een fotocollage.....	65
#70 Deel weetjes binnen jouw branche	66
#71 Promoot jouw ideeën, producten & diensten,	67
#72 Deel je highscore van de laatste game-hype	68
#73 Neem twijfel weg en vergelijk producten en services voor jouw potentiële klant	69
#74 Maak een video van een webinar die jij hebt gegeven en deel deze waardevolle content	70
#75 Ultimate Guide Posts	70
#76 Introductie artikelen.....	70
#77 Zet een parodie op van een bekend persoon of product binnen jouw branche, overdrijven mag.....	71
#78 Laat zien waar jij allemaal mee bezig bent	72
#79 Vraag om likes	73
#80 Doe een voorspelling en vraag anderen of dit wel of niet uit gaat komen ...	74
#81 Gebruik foto's wanneer een post moet opvallen	74
#82 Rant Post.....	75
#83 Kennis is macht!	75
#84 Like or love?	76
#85 Vraag aan jouw volgers of zij vragen hebben en beantwoord deze vervolgens	77
#86 Lifehacks.....	77
#87 Creëer een terugkerende rubriek.....	78
#88 SAQ.....	78
#89 Gebruik content van anderen!	78
#90 Beantwoord een vraag die andere stellen op social media, forums en meer	79
#91 Neem je eigen product kritisch onder de loep	79
#92 Schrijf over iets anders!	80
#93 Een poll!	80
#94 Inspireer anderen.....	81

#96 Celebrate	81
#97 Wat vind jij - post	82
#98 Ben je zelf ook in beeld?	82
#99 Zet een podcast kanaal op.....	83
#100 Geef een cadeautje tijdens feestdagen!	84
#101 Leg een stelling of vraag voor een actualiteit en peil meningen	85
#102 Laat jouw successen zien en vier het!	86
#103 Even geen inspiratie? Hergebruik content	86
#104 Vertel een verhaal dat entertainend is	86
#105 Maak video's van artikelen	87
#106 Seizoenspost	87
#107 Hulp bieden met behulp van instructievideo's	88
#108 Checklists	89
#109 De impact	90
#110 Breng kennis samen	91
#111 Problemen, problemen, problemen	92
#112 Facebook diavoorstelling	92
#113 Gebruik humor	93
#114 Schrijf geschiedenis	93
#115 Help mij uit de brand - post	94
#116 Best of the web - post	94
#117 Update je profielfoto	95
#118 Quotes om momenten uit te lichten	95
#119 Waarschuwen	96
#120 Vraag van de week	96
#121 Monsterartikel	97
#122 Laat Facebook fans vragen en antwoorden	98
#123 Update van jouw bedrijf	98
#124 Leuke productpresentaties	99
#125 Nieuws!	100
#126 Gebruik Google Autocomplete	101
#127 Interview anderen!	102
#128 Maak een serie van posts	103
#129 Laat anderen linken met invloedrijke mensen	104

#130 Maak gebruik van videos van een verhaal.....	104
#131 Lists	105
#132 Facebook Live	106
#133 Een foto zegt meer dan 1.000 woorden	107
#134 Jouw potentiële klanten.....	108
#135 Maak een dagboek op het internet en VLOG!	109
#136 Deel jouw in kaart gebrachte processen	110
#137 Deel recensies van jouw pagina!	111
#138 Wees een woordenboek	111
#139 Plaats een veelvoorkomende issue.....	112
#140 Maak verslagen van evenementen	113
#141 Deel gifjes.....	113
#142 Schrijf 'Wat als..' post.....	114
#143 Een project van het begin tot het eind	114
#144 Tag berichten	115
#145 Q&A	116
#146 Deel een vragenlijst	116
#147 Onduidelijke foto.....	116
#148 Vooruit kijken.....	117
#149 Werk samen	117
#150 Durf!.....	117



- ✓ Sociale media trainingen en ondersteuning
- ✓ Website bouw en beheer
- ✓ ICT ondersteuning

Hein Meijer

hein@brainy.nl – Whatsapp 0653352143