

HEROES

11 social media tips

waarmee jij een voorsprong neemt op je concurrentie



Inleiding

Social media is onderdeel geworden van het dagelijks leven en daardoor niet meer weg te denken uit je marketingstrategie. Het wordt nu echt gezien als een kanaal waar de consument met de bedrijven in aanraking komen en contact maken. Dit heeft een hoop voordelen, maar ook een hoop nadelen. Doordat er zoveel gebeurt op deze kanalen kan het lastig zijn om op te vallen in de massa.

Een duidelijke social media strategie is dus key! Daarnaast zie je in alle trends een belangrijk thema naar voren komen: de verbinding zoeken. Vragen als 'wie is mijn doelgroep?', 'wat beweegt mijn doelgroep?' en 'hoe ga ik ze bereiken?', vormen de basis van dit thema. De 11 tips in dit e-book zijn bedoeld als inspiratiebron van verschillende methoden waarmee jij de verbinding met jouw doelgroep kunt vinden.



MARKETING MANAGER

Talitha Berger

Over de auteur

Marketing Manager Talitha Berger heeft 11 jaar ervaring als marketing specialist bij verschillende bureaus. Ze begeleidt en traint de marketingtalenten van Endeavour Heroes en geeft ondersteuning waar nodig.

Bouw communities op

Communities zijn sociale groepen die door merken zijn opgericht om hun klanten een netwerkplatform te bieden. Dit zijn meestal besloten groepen waar gelijkgestemde mensen over hun gedeelde interesses kunnen praten. Communities bestaan al een tijd, maar groeien steeds meer in gebruik en aantal.

Een mooi voorbeeld zijn de Facebookgroepen. Veel merken gebruiken Facebookgroepen om hun bestaande en potentiële klanten bij elkaar te brengen en op een zinvolle manier met hen in contact te komen. Door vragen te stellen en onderwerpen te delen ontstaat er een florerende community. Als jij je hier vanuit jouw organisatie ook in mengt, ontstaat er een dialoog en weet je precies wat er speelt onder jouw doelgroep.



Produceer meer videocontent

Videocontent blijft een van de meest boeiende vormen van content. De trend is al een tijdje gaande en de komende jaren gaat het gebruik van video op social media nog meer stijgen. Om relevant te blijven op het sociale domein, is goede videocontent dus onmisbaar voor je merk.

Als je momenteel nog geen video's maakt, dan staat je contentstrategie op pauze. Aan de slag dus, want je zal zien dat de komende jaren video in allerlei vormen het content landschap gaat domineren. Videobronnen zoals TikTok, Stories en Reels laten het succes van social video's al zien. Let wel op dat je video's kort en bondig zijn, zodat je de kijkers blijft boeien.



Investeer in audio content

Waar vorig jaar Clubhouse als nieuwkomer binnenkwam en wellicht het platform van 2021 kon worden, heeft het dit toch niet helemaal waar kunnen maken. Wat zij wel hebben veroorzaakt is een flinke stijging in voice features. Zo heeft Facebook in juni 2021 Live Audio Rooms en podcasts officieel gelanceerd in de Verenigde Staten.

Niet zo vreemd dus dat ruim 74% van de ondervraagden in de Hootsuite Social Trends 2022 Survey aangaf aan dat ze bereid zijn meer te investeren in audio content.

Ook de interesse in Podcasts is, mede door de pandemie, enorm toegenomen. Podcasting zat al enorm in de lift, en dat zal alleen maar versterkt worden door de nieuwe voice features van alle social-kanalen. Voice content is iets blijvends geworden, maar wordt zeker nog niet door iedereen ingezet. Het is daarom bij uitstek een middel waarmee je nu nog kunt opvallen ten opzichte van concurrenten.



Richt je webshop in voor social commerce

Social mediaplatforms zoals Instagram, Pinterest en Facebook werden door organisaties tot nu toe vooral ingezet voor branding en advertising. In 2022 is ook 'social commerce' (de mogelijkheid om producten rechtstreeks via social media te kopen) werkelijkheid geworden. Social kanalen bieden de optie om inspiratie en aankopen met elkaar te verbinden. Met de beoogde groei die social commerce de komende jaren door gaat maken, zullen er zeker snel features aankomen om social commerce nog meer tot een succes te laten zijn.

Dus heb jij een webshop die nog niet is ingericht voor social commerce? Dan loop je inkomsten mis! 'Social commerce' is beschikbaar voor elke webshop, dus wacht niet langer en ga hiermee aan de slag.

4

Maak gebruik van influencers

Social media worden tegenwoordig gedomineerd door influencers die flink verdienen aan het promoten van producten en diensten. Influencer marketing is al een tijdje big business en deze vorm van social marketing blijft de komende jaren groeien.

Wist je dat influencer marketing veel goedkoper is dan betaalde advertentiecampagnes? En dat ook de resultaten vaak indrukwekkend zijn? De juiste influencers kunnen je helpen om verschillende marketingdoelen te bereiken. Denk bijvoorbeeld aan het opbouwen van een fanbase. Je zit via een influencer namelijk al direct in de juiste doelgroep en er wordt meer van influencers aangenomen dan je denkt. De keerzijde van het succes van influencer marketing is dat influencers duurder en brutaler worden. Zorg er dus voor dat je goede afspraken maakt.



Make it personal

Personalisatie is een wereldwijde ontwikkeling die allang geen trend meer is. Dit zie je onder andere terug in de advertenties die op social platforms worden gedeeld. De mogelijkheden hiervoor worden steeds uitgebreider. Algoritmes spelen hier een belangrijke rol in. Is het je wel eens opgevallen dat je feed steeds beter weet wat jij leuk vindt en wat je interesses zijn? Doordat het algoritme jouw klik- en scroll gedrag opslaat, krijg jij ads voorgeschoteld die aansluiten bij jouw interesses.

Ook jij kunt profiteren van deze algoritmes. Met geavanceerde targeting kun je specifiek gerichtje advertenties op het juiste moment aan precies de juiste doelgroep laten zien. Dit geeft je de mogelijkheid om je doelgroep precies te laten zien waar zij behoefte aan hebben.



Zoek de verbinding met je doelgroep

Volgens een onderzoek van HubSpot, richten online marketeers zich steeds meer op het vergroten en verstevigen van hun doelgroepen en fanbases. Relaties opbouwen en verbinding aangaan staan hierbij centraal.

Je doelgroep wil niet meer klakkeloos iets kopen, maar wil verbinding voelen met jouw organisatie, product of dienst. Onderwerpen als mentale gezondheid, duurzaamheid en sociale kwesties worden hierin meegenomen. Content die puur gericht is op conversie en kopen wordt daardoor steeds minder effectief.

De balans verschuift dus van reclame en verkoop naar het opbouwen van diepere klantrelaties. Dit is tevens belangrijk met het oog op de cookieless future. Want dan verdwijnen de pixels en moet je kunnen bouwen op de doelgroepen die je al hebt. Een tip met stip dus: investeer in de relaties met je doelgroep!



Maak gebruik van social listening

Social media zijn een goudmijn van data en inzichten waarmee je jouw social strategie kunt verfijnen. En met de lancering van zoveel tools voor 'social listening', is het voor iedereen heel gemakkelijk geworden om toegang te krijgen tot deze inzichten.

Merken en marketeers gebruiken social listening voor verschillende doeleinden. Zo kun je te weten komen wat de impact van je campagnes zijn, hoe mensen jouw merk of product zien en hoe ze het gebruiken. Hierdoor is social listening een definitief onderdeel geworden van de social mediastrategie van de meeste online marketeers.

Je kunt social listening toepassen door merkvermeldingen, trefwoorden en hashtags in te stellen die belangrijk zijn voor je bedrijf of product. Als je goed monitort wat hier gebeurt, kan dit je waardevolle inzichten geven over jouw merk.

Neem inclusiviteit serieus

Generatie Z drukt een enorme stempel op de marketingwereld en het is dan ook niet raar dat maatschappelijk verantwoord ondernemen een blijvend hot topic is. Denk bijvoorbeeld aan milieu, dierenwelzijn, racisme, vrouwenrechten, of gendergelijkheid.

Maar je uitspreken alleen is niet voldoende. Dat bewijzen merken keer op keer. Nike bijvoorbeeld, beëindigde het contract met topvoetballer Neymar, nadat deze werd beschuldigd van seksueel misbruik. En zo is kort geleden in Nederland door verschillende bedrijven de samenwerking stopgezet met de Familie Meiland, nadat er in het boek van Erica Meiland kwetsende uitspraken over gesluisde vrouwen werden gedaan. Practice what you preach dus.



Maak gebruik van AR

Naarmate platforms groeien, eisen gebruikers dezelfde groei in gebruiksvriendelijkheid en technologieën. Augmented reality (AR) maakt dit mogelijk. Waar Virtual Reality (VR) nog een beetje in de kinderschoenen staat, is AR al enorm populair. AR neemt de realiteit als basis en voegt daar digitale elementen aan toe, waardoor de realiteit dus verandert. Soms met hilarische resultaten. Kijk maar naar de filters die je op Snapchat en Instagram gebruikt.

Maar AR gaat verder dan een leuk filtertje. Je ziet tegenwoordig dat het bijvoorbeeld wordt gebruikt om een winkelervaring te verbeteren. Zo hebben verschillende winkels een AR app ontwikkeld om te checken welke TV jij aan de muur kan hangen (CoolBlue) of welke kleur verf er mooi staat in jouw kamer (Flexa). Denk dus na over of en hoe jij AR kunt toepassen voor jouw merk. Met een goede uitvoering is AR voor jouw merk een garantie voor succes en een must als jij je concurrentie voor wilt blijven.



Vind talent met social recruiting

Door de toenemende krapte in de markt is personeel vinden op dit moment een uitdaging, in welke sector je ook werkt. Door de toeneemende concurrentie kijken steeds meer organisaties uit naar social media voor het werven van talent. En ook hier is het advies: zet sterk in op je bedrijfswaarde, -missie en -cultuur. Door de toetreding van de Gen-Z'ers tot de arbeidsmarkt, is dit nu belangrijker dan ooit. Welke waarden vinden mensen belangrijk in een werkgever? Duurzaamheid? Gelijkheid? Een veilige werkomgeving? Door deze onderwerpen een podium te geven krijg je vanzelf een streepje voor bij sollicitanten.

Denk ook goed na over welke platforms je inzet om je bedrijf goed uit de verf te laten komen. Zo is TikTok (het Gen-Z-platform bij uitstek) uitermate geschikt voor een kijkje achter de schermen. Je past je communicatie hiermee optimaal aan op je doelgroep. Ook hier is verbinding dus weer het sleutelwoord.



Over Endeavour Heroes

Wij zijn Endeavour Heroes, kweekvijver en talentpool van de nieuwe generatie online marketeers en developers. Bij Endeavour Heroes huur je junior- en medior online marketeers of developers in. Flexibel op uurbasis of vast in dienst, tegen een scherp tarief. Heroes is onderdeel van Endeavour: dé digital agency van Haarlem. Endeavour Heroes worden getraind, begeleid en ondersteund door senior specialisten van Endeavour.

Je vindt bij ons allround online marketeers, content marketeers, online advertising specialisten, frontend developers en backend developers. Elk met hun eigen subspecialismen. Wil je een nieuwe app lanceren? Meer merkbekendheid creëren? Beter vindbaar zijn via zoekmachines? Of je autoriteit in de markt vergroten? Wat voor specialist je ook zoekt, je vindt jouw talent in het Heroes team.



MANAGING DIRECTOR

Martijn van Royen

martijn@endeavourheroes.nl

+31 (0)23 302 01 06

Wil je meer informatie over het inhuren van een online marketeer of developer? Bel ons of laat je contactgegevens achter. We informeren je graag en vrijblijvend over alle mogelijkheden die de Heroes jou bieden.

[Neem contact op](#)

