

# Social Media & Marketing

Hoe plan je een Social Media campagne?

# Waarom Social Media?

- Klantgedrag
  - leer hoe hij keuzes maakt, wat hij zegt, hoe hij denkt
- Feedback
  - vraag naar meningen en suggesties
- Ideeënbus
  - zoek nieuwe producten, diensten, verkoopkanalen
- Reclame
  - gratis mond-op-mond-reclame, promotoren
- Ervaring
  - zorg voor erkenning binnen de sector als expert

# Social Media! Nu!

- Enkele goede redenen om NIET te starten met Social Media:
  - omdat iedereen het gebruikt
  - omdat de baas het zegt
  - omdat het gratis is
  - omdat facebook nu hip en trendy is
  - omdat het een schitterend idee is

# Feiten – cijfers (oud nieuws)

**Worldwide Growth of Selected\* Social Networking Sites**  
June 2007 vs. June 2006  
Total Worldwide Home/Work Locations Among Internet Users Age 15+  
Source: comScore World Metrix

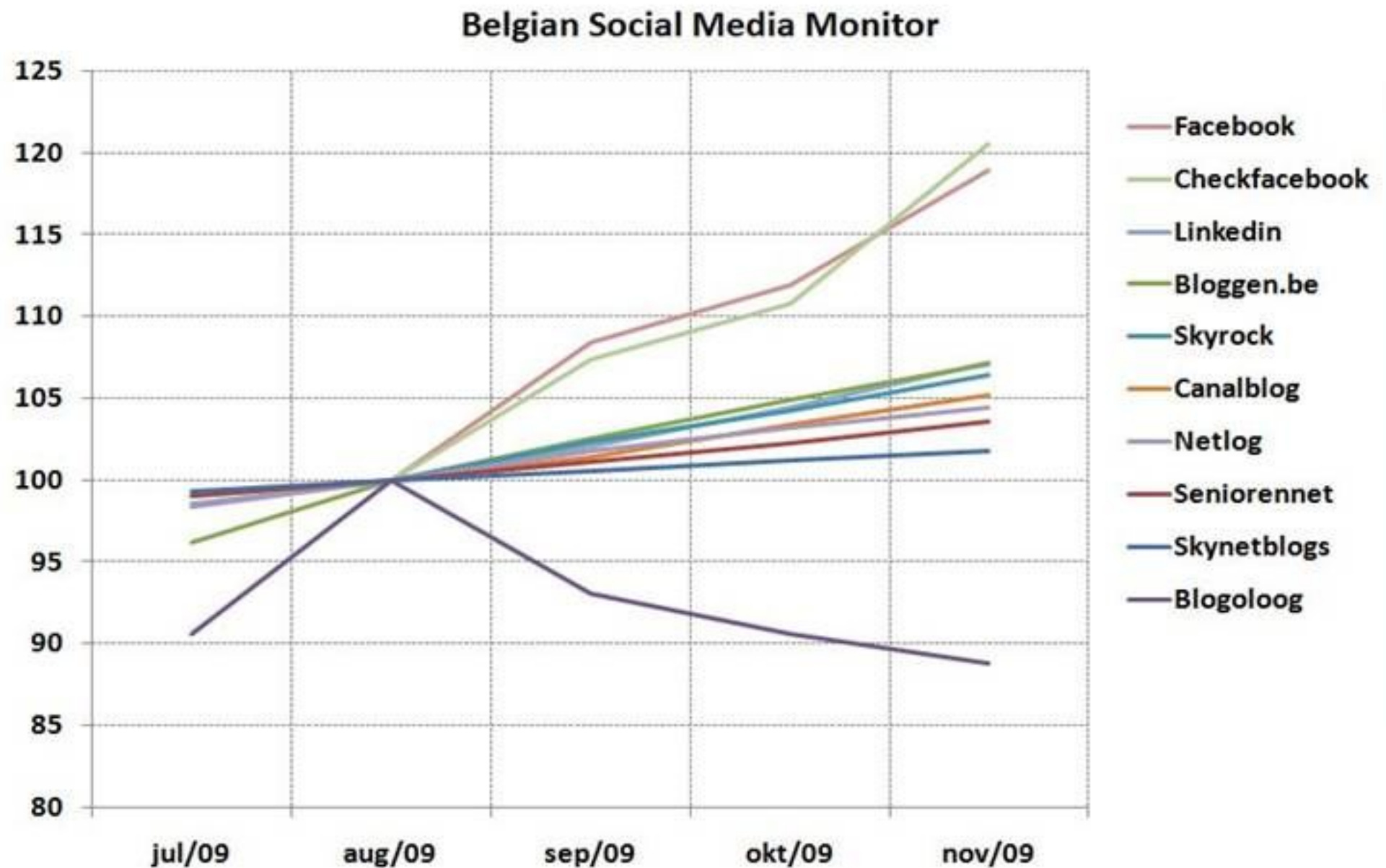
Social Networking Site	Total Unique Visitors (000)		
	Jun-06	Jun-07	% Change
MySpace	66,401	114,147	72
Facebook	14,083	52,167	270
Hi5	18,098	28,174	56
Friendster	14,917	24,675	65
Orkut	13,588	24,120	78
Bebo	6,694	18,200	172
Tagged	1,506	13,167	774

*\*Sites selected from among those with at least 10 million visitors worldwide, 50% growth during the past year, and of particular significance to the North American region; future studies will focus on sites that are popular in other worldwide regions; the sites included do not constitute a ranking of the top social networking sites.*

# Feiten - cijfers

- Vorig jaar 70% traditionele media budget, 30% nieuwe media > dit jaar tot 80% nieuwe media budget
- 1 miljard dollar aan Web2.0-tools
- 56% van community leden loggen 1x per dag in
- kost/interactie = gem. 8 euro via callcenter - 0,17 euro self-service
- leden van een community spenderen 54% meer
- facebook: 2.899.300, netlog: 2.963.534 (NL), linkedIn: 500.226
- Twitter: +/- 59.000, blogs gem. +2%
- flickr geotag Belgium: 5.230.150 (+41%)
- Youtube: 226.700 (belgium, belgië, belgique)

# Feiten – cijfers (netwerksites dec)



# Feiten – cijfers (facebook)

CheckFacebook.com

Global Audience: 316,402,840

Data for 11/03/2009

About CheckFacebook.com

Total Users % Online Population



### 10 Largest Countries

1. United States	94,748,820
2. United Kingdom	22,261,080
3. Turkey	14,215,880
4. France	13,396,760
5. Canada	13,228,380
6. Italy	12,581,060
7. Indonesia	11,759,980
8. Spain	7,313,160
9. Australia	7,176,640
10. Philippines	6,991,040

### 10 Fastest Growing Over Past Week

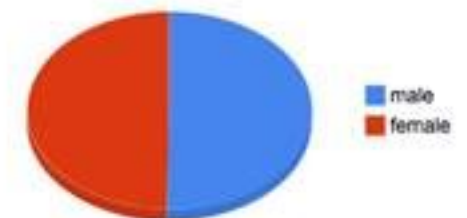
1. Poland	12.46 %	137,900
2. Thailand	10.96 %	161,300
3. Portugal	9.81 %	80,040
4. South Africa	9.25 %	189,080
5. Taiwan	7.82 %	367,400
6. Romania	7.65 %	28,060
7. Germany	7.54 %	350,240
8. Malaysia	7.43 %	236,840
9. Indonesia	6.84 %	752,640
10. Iraq	6.72 %	6,380

## Belgium

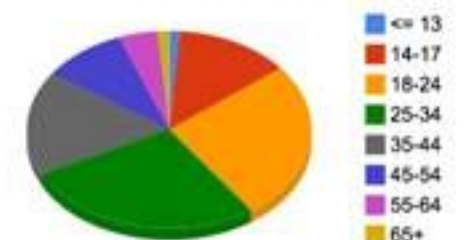
Country Audience: 2,818,440  
Percent of Global Audience: 0.89%

Share This Site 1332 [rss](#)

Belgium Male / Female



Belgium Age Distribution



### About The Creator

Nick Gonzalez's Profile

facebook



Name:  
Nick Gonzalez  
Status:  
AFK: Headed out to do manly stuff in the woods...  
Websites:  
<http://Technorati.com>



FOLLOW ME ON TWITTER

View my profile on  
LinkedIn

Nick Gonzalez is a web analyst specializing in social media.

He writes and speaks on new web trends. He is a

# Social Media? Nu?

- **Stelregels – goed om weten:**
  - je gaat een lange termijn relatie aan
  - eerst kijken, dan meedoen
  - tel 6 maanden voor de uitbouw van je online identity
  - zorg voor een uitstap-plan



# Social Media – strategie plannen

- **Kijk toe!**
  - zoek op blogs, forums naar jou entiteit(en)
  - peil bij je doelgroep
  - luister goed
- **Creëer je online identity**
  - maak op diverse plaatsen een account aan
  - hou rekening met je doel en doelgroep
- **Wees tactvol**
  - blijf goed luisteren en focus
  - maak geen reclame voor jezelf of je product
  - kijk waar mensen uit je doelgroep zijn; blogs, forum, network sites, ...

# Social Media categorisatie

- Social networking
- Publiceren
- Foto's
- Audio
- Video
- Microblogging
- Livecasting
- Virtuele werelden
- Gaming
- Productietools
- Aggregators (mashup)
- RSS
- Zoekmachines
- Mobiele toepassingen
- Persoonlijk

# Social Media categorisatiemodel

## Social Media Landscape



# En zo moet het...

- ❑ Stel een strategie op en hang er acties aan
- ❑ Wees eerlijk in je communicatie
- ❑ Wees toegewijd
- ❑ Wees duidelijk, concreet en helder
- ❑ Vertel je eigen verhaal
- ❑ Gebruik geen robots of automatische piloten
- ❑ Wees jezelf

# Strategie – ACCESS: de theorie

## ACCESS-model

- A = Audience
- C = Concept
- C = Competition
- E = Execution
- S = Social media
- S = Sales viability

# Strategie: stappenplan

## De snelle aanpak:

- zorg voor een nieuwsletter en ontwikkel een email marketing campagne – meet je resultaten (Constant Contact & Google Analytics)
- zoek 2 blogs om te contributen – analyseer en leer
- start je eigen blog
- maak je eigen YouTube-kanaal
- gebruik TripAdvisor en andere ratingsystemen
- gebruik Google Alerts
- bezoek goede voorbeelden als CNN, Wall Street Journal en de BBC – let op het SM-gebruik
- word lid van een sociaal netwerk

# Strategie: SWOT analyse

## Gebruik de handige checklists:

- The Social Media Awareness Index
- Social Media Tool Scorecards
- Social Media Starting Point
- Your Social Media Personal Strategy
- Your Social Media Business Strategy
  
- SWOT:
  - Strengths vs Weaknesses / Opportunities vs Threats

# Conclusie

- Social media gaat over het mogelijk maken van conversaties
- Je kunt de conversaties niet controleren, wel beïnvloeden
- Beïnvloeding is de basis van elk economisch model

# Wie ben ik?

## Bart Gysens

Social media expert

<http://twitter.com/wadje12>

Online identity: wadje12 – wadje

bart.gysens@lithium.be

