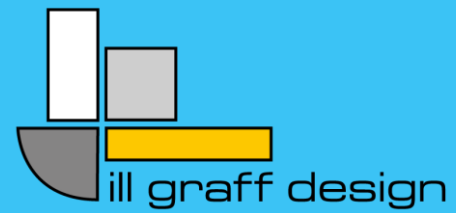


6 TIPS

OM ZAKELIJK TE TWITTEREN



ZAKELIJK TWITTEREN KUN JE GEBRUIKEN VOOR VERSCHILLENDE DOELEN.

In de eerste plaats om in contact te komen met anderen met dezelfde interesses.

Twitter is erg geschikt om snel met elkaar van gedachten te wisselen en informatie te delen. Of gewoon om met elkaar de discussiëren.

Verder wordt zakelijk twitteren ook gebruikt om meer bezoekers naar een website, weblog of webshop te trekken. Dat is vooral zinvol als daar ook informatie staat die geschikt is voor jouw doelgroep.

Twitter leent zich ook goed om te communiceren tijdens zakelijke events. Maar wat veel mensen wel eens vergeten: het is ook een enorme bron van actuele informatie. Wat dat betreft lijkt Twitter wel op een concurrent van Google.

Welke redenen er ook kunnen zijn: zakelijk twitteren is erg geschikt om berichten snel te verspreiden.

1. HOE KOM JE AAN VEEL VOLGERS?

- Wie is mijn doelgroep?
- Waar zit mijn doelgroep op het web?
- Wat verwacht mijn doelgroep van mij?
- Zorg dat je de doelgroep kent en speel daarop in
- Gebruik een aansprekende profiel foto.
- Voeg een interessante bio toe aan jouw profiel. Gebruik daarbij trefwoorden
- Voeg een link toe naar jouw website, weblog of webshop
- Gebruik geen automatische DM berichten. (onpersoonlijk)
- Ga niet nodeloos in één keer tientallen of honderden mensen volgen
- Maak gebruik van de juiste Twitter Tools (hootsuite, Tweetdeck)
- Voeg een link toe, of een afbeelding
- Gebruik max. 120 karakters ipv alle 140

- Geef waardevolle informatie
- Wees jezelf en laat dat zien
- Gebruik #'s slim bij de woorden die voor jou belangrijk zijn en zeggen wat jij doet
- Twitter over unieke en actuele informatie
- Lees de informatie voordat je deze deelt
- Gebruik op Twitter liefst geen vakjargon
- Ga niet alleen over jezelf twitteren, maar wissel dat af
- Let op de timing van Twitter berichten en experimenteer daarmee (avonduren)
- Probeer mensen te inspireren en breng ze aan het lachen, maak ze nieuwsgierig
- Tweet regelmatig
- Retweet wat jij interessant vindt; waar jij over twittert en retweet, zegt iets over jou
- Gebruik een URL verkorter voor meer ruimte in berichten (bit.ly, ow.ly, post.im)

2. HOE VAAK MOET IK REAGEREN?

Dat hangt natuurlijk van jezelf af. Je hoeft niet elk moment van de dag overdreven aanwezig te zijn en overal een reactie op te geven. Maar een paar keer per dag even Twitter checken, reageren, retweeten of even twitteren is vaak al voldoende.

Wil je frequent aanwezig zijn? Denk dan eens aan **'scheduled tweets'** waarmee je vooraf aangeeft wat je op welk moment twittert.

Volg je heel veel mensen?

Dan is een programma als Hootsuite een uitkomst; via een handig dashboard check je heel snel per 'stream' (soort lijst die jij zelf maakt) of je nog iets hebt gemist. Zonder dat je maar blijft doorscrollen. Daarnaast is de software compatibel met zowel pc, tablet als smartphone en synchroniseert hij alles wat er is gebeurd.

<http://hootsuite.com/>

3. WAT MOET IK VERTELLEN?

Praat over die onderwerpen die voor **jou belangrijk** zijn en die iets vertellen over jouw aanbod. Dat kan heel divers zijn. Als jij kinderpiano's verkoopt, dan is jouw doelgroep geïnteresseerd in o.a. educatie, cultuur, muziek, opvoeding, ontwikkeling. Maar vast ook over 'mediawijsheid' en bijvoorbeeld onderzoeken die aantonen wat het effect is op een druk kind dat een muziekinstrument leer bespelen.

Door over jouw **kerntema's** te communiceren, kom je vanzelf in beeld bij die groep die voor jou interessant is. Omdat ze interesse hebben in dat wat jij doet of aanbiedt. In mooie marketingtermen heet dat 'concepting' of 'inbound marketing'. En juist met de inzet van social media zoals Twitter, is dat erg effectief.

En ja, zo nu en dan **iets persoonlijk** er tussendoor kan best. Graag zelfs! Laat maar zien wie er achter een merk of bedrijf staat. Het is niet voor niets 'social media'...

4. TWITTER EN MARKETING

- Doe af en toe een speciale aanbieding of actie via je Twitter.
- Gebruik Twitter om **evenementen te promoten** en aan te kondigen.
- Integreer Twitter met je Facebook.
- Gebruik de Twitter applicatie op LinkedIn.
- Zoek sponsors voor een evenement of wedstrijd.
- Promoot je blog via Twitter.
- Gebruik # (hashtags) voor je evenementen.
- Plaats je Twitter ID op al je online maar ook offline marketingmateriaal.
- Automatiseer relevante tweets zodat je 24 uur per dag kunt tweeten om zo ook internationale klanten te bedienen.
- Tweet speciale kortingscodes voor je volgers zodat je kunt zien wat het effect is van je Twitter marketing.

5. SCHADE VOORKOMEN

- Verbeter je klantenservice door conversaties op te merken over jou en je bedrijf of merk en hier op in te haken.
- Reageer snel op probleem tweets en voorkom PR schade.
- Controleer regelmatig je Twitter account en reageer op vragen en reacties.
- Gebruik belangrijke zoekwoorden die van belang zijn in jouw branche of industrie.
- Zoek met deze woorden op Twitter en je komt vast interessante zaken tegen!
- Zoek op Twitter wat mensen zeggen over, en door jouw concurrenten.
- Zoek op je eigen merknaam en kijk wat er echt over je gezegd is!
- Blijf positief, klantvriendelijk en tactvol. Uit je slof schieten is een big no no.

Goede voorbeelden van hoe het wel moet zijn o.a.; Duckstad, KLM en HP

6. DE 7 HOOFDZONDEN OP TWITTER

1. Boosheid

Regelmatig zie je op Twitter een bericht voorbijkomen dat uit boosheid geplaatst is en waarvan je al weet dat de zender daar spijt van gaat krijgen! Als je boos bent, ga dan een stukje lopen of zoek iets om tegen aan te schoppen, maar laat Twitter erbuiten.

2. Hebzucht

Als in 'gretig zijn'. Deze vorm van hebzucht komt naar boven als je teveel berichtjes in hele korte tijd stuurt of als je teveel Twitteraars gaat volgen, in de hoop dat ze je allemaal terug gaan volgen om zo jouw aantal volgers op te krikken. Met andere woorden; als je iets te graag wilt zal het je waarschijnlijk niet gegeven worden.

3. Luiheid

Twitteraars die vrijwel alleen maar auto-tweets sturen en niet echt verbonden zijn (door vragen te beantwoorden en/of in te spelen op andermans Twitter aandacht) zijn makkelijk te vinden.... Met als resultaat dat ze zelf geen waardevol netwerk opbouwen.

4. Trots

Het geschreven woord (met maximaal 140 tekens!) op een Twitter scherm kan, zonder bijbehorend beeld of uitgebreide toelichting, makkelijk verkeerd geïnterpreteerd worden. Twitteraars die helemaal los gaan op hun eigen positieve en tevreden resultaten zijn slachtoffer van hun eigen hoogmoed. En hiermee laten ze eigenlijk meer van zichzelf zien dan ze zich realiseren. Als je relateert en altijd uitgaat van het positieve totdat het tegendeel bewezen is doe je het goed op Twitter.

5. Begeerte

Dit komt naar voren bij Twitteraars die staan te popelen om hun eigen doelen binnen het netwerk te bereiken. Ze besteden een hoop tijd aan het nastreven van deze doelen, zonder zich bewust te zijn van hun omgeving of een mogelijke en gewenste wisselwerking op het net. Narcistisch gedrag wordt zelden gewaardeerd!

6. Afgunst

Een van de ergste zonden die je kunt begaan is Twitter gebruiken om iemand anders onderuit te halen. Meestal gaat het dan om een iemand die meer aanzien heeft binnen het netwerk dan jijzelf. Als succesvolle Twitteraars jou groen laten zien van jaloezie wordt het tijd om eens van ze te gaan leren – in plaats van ze aan te vallen!

7. Gulzigheid

Een 'vraatzuchtige' Twitteraar is iemand die, gedurende een korte periode, zonder onderscheid reageert op berichten of berichten retweet (RT) en daarmee de Timeline (over)belast. In die periode draait Twitter om hen... denken ze.'

MEER TIPS?

[Volg @illgraffdesign op Twitter](#)

[Word fan op Facebook](#)