



24 content tips

om te knallen met jouw
Facebook- en
Instagrampagina in 2021

Nicole Vijgen
www.redactiehuis.nl



REDACTIEHUIS



Wat is de tijd omgevlogen!

Ik heb ontzettend genoten om jou deze decembermaand 24 dagen lang een cadeautje te mogen sturen.

Ik hoop dat elke tip van de Content Adventskalender jou weer wat verder op weg heeft geholpen in de wereld van social media. Ik vond het erg leuk om jou op deze manier te mogen helpen met mijn tips!

Alle 24 tips heb ik mooi gebundeld in dit e-book zodat je alle tips nog eens rustig kunt nalezen of terugzoeken.

Maak van 2021 jouw jaar en geef jezelf en je onderneming een boost met alle tips die ik je heb gegeven.

Nicole

Inhoud

- Tip #1 - Plaats een terugblik
- Tip #2 - Start een livevideo
- Tip #3 - Plaats een dilemma
- Tip #4 - Maak een poll
- Tip #5 - Wijzig je profielfoto
- Tip #6 - Licht een review uit
- Tip #7 - Plaats een video
- Tip #8 - Bedank je volgers
- Tip #9 - Plaats een quote
- Tip #10 - Stel een medewerker voor
- Tip #11 - Stel een vraag
- Tip #12 - Maak een winactie
- Tip #13 - Post iets speciaals met de feestdagen
- Tip #14 - Wijzig je omslagfoto
- Tip #15 - Deel je kennis
- Tip #16 - Spring in op de actualiteit
- Tip #17 - Maak een evenement aan
- Tip #18 - Bedank je medewerkers
- Tip #19 - Bedenk een kortingsactie
- Tip #20 - Interview een klant of opdrachtgever
- Tip #21 - Plaats een sneak preview
- Tip #22 - Stel jezelf voor
- Tip #23 - Verwijs naar je website
- Tip #24 - Schrijf een blog



REDACTIEHUIS



Plaats een terugblik

Wie houdt er nu niet van een "trip down memory lane"? Een terugblik wordt ook wel een throwback genoemd. Je kunt een throwback plaatsen op een willekeurige dag, of gebruik maken van **#throwbackthursday** (letterlijk vertaald: terugblik donderdag) of **#flashbackfriday** (letterlijk vertaald: terugblik vrijdag).

Voorbeelden van een throwback zijn makkelijker te verzinnen dan je nu denkt: de opening van je bedrijf of het starten van een speciale samenwerking. Maar het hoeven niet altijd speciale mijlpalen te zijn. Soms is het delen van een herkenbare situatie veel waardevoller.

Afhankelijk van je onderneming mogen het ook best persoonlijke herinneringen zijn. Je volgers kunnen zich in dat moment herkennen en delen hun eigen herinnering onder jouw bericht. Zo creëer je een trouwe band met je volgers en krijg je meer interactie.



#1

#2



Start een livevideo

Ga op zoek naar je innerlijke verslaggever of presentator. Beantwoord live vragen van je volgers of maak er een spelletje van. Wees creatief! Bedenk wel van te voren wat je wilt laten zien in je video. Het showen van je nieuwe producten, de bekendmaking van een winnaar na een winactie of een rondleiding in je zaak of kantoor.

Net als bij een liveprogramma op tv kun je bij een livevideo natuurlijk niet alles plannen, maar het is wel aan te raden om van te voren goed na te denken wat je wilt vertellen. Als je live gaat, krijgen je volgers een pushmelding dat je een livevideo gestart bent. Extra aandacht dus!

Kijkers kunnen tijdens je livevideo ook reacties achterlaten. Probeer hier op in te gaan door bijvoorbeeld een vraag live te beantwoorden. Je kunt je uitzending ook eenvoudig opslaan op je tijdlijn. Zo kunnen je volgers, en jijzelf, die je video gemist hebben de uitzending nog eens terugkijken.





REDACTIEHUIS

Plaats een dilemma

Je moet kiezen! Altijd met je fiets naar het werk of voor altijd thuiswerken? Of misschien deze: nooit meer zwarte kleren dragen of voor altijd je haren in een staart dragen? Verzin een dilemma dat past bij jouw bedrijf.

Wees creatief en daag je volgers uit. Wat is hun keuze en waarom kiezen ze daarvoor? Het zorgt geheid voor reacties onder je bericht. Reacties op je bericht betekent interactie en een boost voor je bericht en uiteindelijk je pagina.

Het idee komt van een Facebookpagina genaamd 'Dilemma op dinsdag'. Zoals de naam al verklapt: elke dinsdag plaatsen ze een nieuw dilemma. En niet geheel onverdienstelijk. De pagina heeft inmiddels meer dan 300.000 likes op Facebook en ze hebben zelfs een boekje met dilemma's uitgebracht! Dus zeker een pagina om leuke inspiratie op te doen.

Dus ga naar www.facebook.com/dilemmaopdinsdag en volg maar!



#3

#4



Maak een poll

Het is goed om als ondernemer in te spelen op de wensen van je klant. Door een poll aan te maken op Facebook of Instagram creëer je interactie met je klanten. Ze krijgen het idee dat ze een steentje kunnen bijdragen aan jouw onderneming. En als ondernemer speel je hier natuurlijk graag op in.

De informatie die je uit een poll ophaalt bij je klanten is heel waardevol. Ze geven je hun voorkeuren op een presenteerblaadje. Bijvoorbeeld: wordt morgen de soep van de dag tomatensoep met balletjes of vegetarische erwtensoep? Ga jij deze feestdagen voor kinky rode of natuurlijk groene nagellak? Natuurlijk maak jij als ondernemer nog altijd je eigen keuze. Met de uitslag van een poll hoef jij geen rigoureuze veranderingen door te voeren in je bedrijfsvoering. Keep it simple.



Wijzig je profielfoto

... maar niet te vaak! Je profielfoto is ook je herkenbaarheid op je sociale platformen. Ik adviseer je maximaal twee keer per jaar je profielfoto aan te passen.

Ik geef je deze tip, omdat Facebook namelijk aan een groot percentage van jouw volgers je nieuwe profielfoto laat zien. Een gewijzigde profielfoto zorgt dus voor een relatief groot bereik.

Voor Instagram geldt dit overigens niet. Daar wordt een gewijzigde profielfoto niet uitgelicht aan je volgers.



#5

#6



Licht een review uit

Iedereen houdt van complimentjes krijgen toch? "Wauw, wat zit je haar goed!" of "Wat heb je leuke schoenen aan!": Het zijn complimentjes die je het liefst met iedereen wil delen. Dus waarom doe je dat niet met je positieve reviews op je socials?

Je mag best trots zijn op een positieve review! Het laat alleen maar zien dat je goed bezig bent als ondernemer. Licht een review uit op je pagina via een bericht op je tijdlijn of story en bedank de schrijver. Bovendien helpt het potentiële nieuwe klanten bij het maken van een keuze om te kiezen voor jouw product of dienst!

Vaak hoor je het sneller als je iets fout doet dan als je iets goed doet. Een negatieve review zou ik niet uitlichten, tenzij er echt een bom is ontploft met onjuistheden en je de constatering wilt rechtzetten. Ook een negatieve review kun je ombuigen naar iets positiefs. Door te reageren laat je zien dat je ook een slechte review serieus neemt. Het geeft je de gelegenheid uit te leggen hoe bepaalde zaken in jouw onderneming werken.





REDACTIEHUIS

Plaats een video

'Een beeld zegt meer dan 1000 woorden!' En een bewegend beeld zegt nog meer dan een woord of woorden. Een video is interessanter, wordt langer bekeken dan een foto en je kunt er meer mee laten zien.

Een video of korte videofragmenten maak je heel eenvoudig met je smartphone. Met de app KineMaster of de standaard app op je iPhone iMovie kun je de video simpel en snel bewerken. Of korte videofragmenten aan elkaar voegen en tekst en beeld toevoegen.

Maar ook met de social media kanalen als TikTok en Instagram heb je in een handomdraai een korte video gemaakt en kun je de video heel makkelijk pimpen met gifjes, tekst en emojis.



#7

#8

Bedank je volgers

"I'd like to thank all my fans for their support." Nee, een Amerikaanse speech zoals bij The Oscars hoeft het niet te worden, maar een blijk van waardering is altijd goed. Zeker in deze coronatijd. Als ondernemer in de retail- en horecabranche ben je nu enorm afhankelijk van je trouwe achterban. Zij maken met jou je creatieve oplossing tot een succes. Alleen doen ze dit niet zomaar. Dus bedank ze daar zeker even voor!

Maar ook voor ondernemers in een andere sector geldt hetzelfde. Jouw succes staat of valt door het commitment van jouw klanten of opdrachtgevers. Een stukje waardering of een moment van aandacht, het doet echt wel wat met je klant. Zo hoop ik met deze tips jou echt te kunnen helpen om van je social media een succes te maken. En om maar meteen de daad bij het woord te voegen: Bedankt dat jij mijn tips wilt ontvangen!



Plaats een quote

Ik ben gek op quotes! Mijn telefoon staat er vol mee. Ik heb zelfs een speciaal lijstje in mijn notities met zelfbedachte quotes. Je weet nooit wanneer je ze kunt gebruiken. Ze zijn voor mij de gedichten van de 21ste eeuw.

Iedereen interpreteert een quote op zijn eigen manier. De een vindt het grappig, de ander inspirerend. Een quote ontstaat vaak in een film of serie, maar je kunt er natuurlijk ook een zelf maken. Maak van een bestaande quote een nieuwe, die aansluit bij jouw bedrijf.

Bijvoorbeeld een quote voor een koffiebar:

A **apple** a day, keeps the doctor away wordt A **good coffee** a day, keeps the doctor away.

Die zin kun je dan gebruiken bij een mooie foto van een vers kopje koffie gemaakt in jouw zaak. Perfecto!



#9

#10

Stel een medewerker voor

Wat is Batman zonder zijn 'partner in-crime' Robin? Of Spongebob zonder Patrick de ster? Helemaal niets. Daarom is het belangrijk om te laten zien met wie jij samenwerkt. Door ze een voor een voor te stellen, heb je content voor meerdere dagen en zorgt ieder bericht voor zijn eigen likes en reacties. Je volgers leren zo jouw medewerkers individueel beter kennen en dat zorgt voor een hechtere connectie.

Probeer van je volgers je fans te maken! Laat zien wat de taken of specialiteiten van je medewerkers zijn, door middel van een interview, video of post met leuke foto. Vraag je medewerkers wel toestemming voordat je de content online plaatst. Dat bespaart je een hoop ongemakkelijke momenten op de werkvloer.





REDACTIEHUIS

Laat volgers vragen stellen

Van nature uit zijn we allemaal nieuwsgierig. Maak daar gebruik van! Zorg voor de perfecte interactie met je (potentiële) klanten door ze vragen te stellen.

Vragen stellen kan op verschillende manieren. Genereer vragen door middel van een livevideo (extra pushmelding naar je volgers), of laat volgers vragen insturen en beantwoord deze later in een bericht op Facebook of je nieuwsbrief. Zo kom je er ook achter welke informatie onduidelijk is voor jouw klanten of opdrachtgevers.

Als je meerdere keren de vraag krijgt wat je adres is of wat de actuele openingstijden zijn, dan weet je dat deze informatie duidelijker zichtbaar moet worden op je online kanalen en website. Niets zo vervelend als onduidelijke of misleidende informatie.



#11

#12

Maak een winactie

Iedereen heeft wel eens meegedaan aan een online winactie. Maar hoe zorg je ervoor dat je veel reacties krijgt? Eenvoud en laagdrempelig, dat zijn de sleutelwoorden. Maak het je volgers niet te ingewikkeld, want dan haken ze snel af.

Wil je meer likes op je facebookpagina krijgen, vraag de deelnemers dan om je pagina te liken. Bijvoorbeeld: Like onze pagina en maak kans op een gratis overnachting of gratis product! Wil je meer reacties onder je bericht krijgen, vraag je volgers dan om te reageren. Vraag je volgers tenslotte zeker ook om een andere persoon te taggen. Dit zorgt voor extra bereik buiten je bestaande klantenkring.

Voorbeeld: Tag je beste vriend/vriendin en win een diner voor twee personen in ons restaurant! Als extra toevoeging kun je vragen het bericht te delen. Zo wordt je bereik nog groter. Hoe ingewikkelder de handelingen, des te minder reacties je kunt verwachten. Tenzij je de nieuwste iPhone weggeeft, dan kun je het zo ingewikkeld maken als je wilt.



Post iets speciaals met de feestdagen



Volgens de Rijksoverheid zijn er elf officiële feestdagen in 2021. Dat zijn weer minimaal elf berichten die je kunt plaatsen. Maar de lijst van on-officiële feestdagen is eindeloos. En stiekem misschien nog wel leuker om iets mee te doen.

Wat dacht je van nationale pannenkoekendag? Internationale secretaressedag of nationale complimentendag? Het is goed om bij de tijd te blijven en te weten wat er speelt. Natuurlijk zijn de officiële feestdagen wel belangrijker om aandacht aan te besteden. De on-officiële dagen kun je gebruiken als leuke toevoeging. Inspiratie voor grappige feestdagen vind je op de website: www.detop100.nl/grappigste-feestdagen/

Of neem eens een kijkje op de website van Issuekalender. Dat is een jaarkalender met alle dagen, weken en maanden van het jaar waarop aandacht voor maatschappelijke issues wordt gevraagd. Een gedrukte Issuekalender kun je jaarlijks bestellen. De Issuekalender voor 2021 heb ik al besteld!



#13

#14

Wijzig je omslagfoto

Je omslagfoto is eigenlijk alleen zichtbaar als volgers je pagina bezoeken. Zodra je een omslagfoto aanpast, wordt deze uitgelicht op je tijdlijn. Extra zichtbaarheid dus.

Het leuke van een omslagfoto is dat je ook kunt kiezen voor een video. De bereikbaarheid van een video op Facebook is groter dan het bereik van een foto of afbeelding.

Extra tip: laat je volgers je nieuwe omslagfoto kiezen! Upload twee of drie foto's en vraag je volgers hun voorkeur te geven! De foto met de meeste stemmen, wint. Zo heb je extra interactie op je bericht, omdat je volgers hun voorkeur aangeven onder je bericht.

Instagram heeft geen omslagfoto. Deze tip is dus alleen voor Facebook.





REDACTIEHUIS

Deel je kennis

Jouw kennis delen doe je heel simpel door je volgers tips te geven over de producten die je verkoopt of over de kennis die jij beheerst. Hoe blijft een bos bloemen het langste mooi en vers? Welke wijn past het beste bij welk kerstgerecht of hoe zorg je ervoor dat je nagels sterk en gezond blijven?

Nuttige weetjes waar je volgers echt iets aan hebben. Zo creëer je vertrouwen in je producten en in je bedrijf. Vraag je klanten om feedback wanneer je een tip post: heeft het gewerkt? Is het gelukt? Daardoor ontstaat er weer interactie en wordt het bereik van je bericht groter!

Met mijn tips hoop ik dat jij groeit met jouw bedrijf! En dat je mij weet te vinden als je een andere vraag over social media hebt.



#15

#16



Spring in op de actualiteit

Blijf op de hoogte van het laatste nieuws en verwerk dit in je content. Zo weet je wat je wel, maar in sommige gevallen ook beter niet kunt posten. Net na de aankondiging van de lockdown, kun je niet komen met een bericht over shoppen in jouw winkel, of trek eropuit met de kids naar het museum. Wel kun je ook op deze actualiteit inspringen met bijvoorbeeld een bericht waarin je iedereen een hart onder de riem steekt of een leuk bericht over 5x zo leuk is online shoppen.

Volg niet alleen het nieuws of lees de krant, maar meld je zeker ook aan bij nieuwsbrieven met informatie over jouw vakgebied, volg groepen op Facebook waar mensen uit jouw vakgebied zitten en werk samen met bedrijven uit de regio. Samen weet je meer dan alleen.



Maak een evenement aan

Al lijkt het onmogelijk om een evenement te organiseren in deze tijd, op Facebook kun je nog steeds evenementen organiseren! Je kunt een evenement aanmaken voor een webinar, de lancering van een nieuw product of een speciale kortingsdag of kortingsweek zoals 'De week van de Kerstsale'.

Je volgers vinden via jouw evenement de informatie over die speciale gebeurtenis sneller en overzichtelijker terug. De volgers die zich hebben aangemeld voor je event (opties: ik ga of geïnteresseerd) krijgen een pushbericht wanneer je een bericht plaatst in je evenement. Extra aandacht dus voor jouw bericht, want dat gebeurt bij een bericht op je normale tijdlijn niet.

Als ondernemer kun je zo ook peilen of er interesse is in het evenement. Facebook houdt daarnaast ook alle statistieken bij zoals het aantal deelnemers, de leeftijdscategorie of woonplek van de deelnemers.

Op Instagram kun je geen evenement aanmaken. Deze tip is dus alleen voor Facebook



#17

#18



Bedank je medewerkers

Als aanvulling op de tip van dag #10 (Stel een medewerker voor), kun je ook een bericht maken waarin je je medewerkers bedankt. In combinatie met een leuke groepsfoto tijdens het (online) personeelsuitje bijvoorbeeld.

Zo'n bericht is niet alleen leuk voor je online fans, maar draagt ook zeker bij aan de waardering voor jou als werkgever. Medewerkers zullen zich betrokken en gewaardeerd voelen. Dat kan de werksfeer alleen maar bevorderen, toch? Zorg wel voor een goede online-offline balans. Die waardering voor jou als werkgever moet niet alleen vanuit een bericht op Facebook of Instagram komen natuurlijk.





REDACTIEHUIS

Bedenk een kortingsactie



Hier kun je natuurlijk alle kanten mee op. Je kunt een kortingscode inzetten als lokaas maar ook als graadmeter. Geef klanten een extra zetje om juist vandaag je product te kopen.

Een aantal voorbeelden:

- "Alleen vandaag 15% korting"
- "Met de code 'bubbels2020' betaal je geen verzendkosten"
- "Laat deze Instagram-post zien en krijg een product naar keuze cadeau!"

Zorg wel dat er in je kortingsactie een **CTA** zit, een **Call To Action**. Een link naar een pagina waarop je iets verkoopt of aan te bieden hebt. Je wilt je klanten aanzetten tot het aanschaffen van je product namelijk (met korting). Let hierbij wel op de manier waarop je het zegt. Blijf authentiek in je communicatie en maak je actie niet te commercieel.



#19

#20

Interview een klant of opdrachtgever

Niets is zo leuk als een ervaring delen van een tevreden klant. Maar waarom wachten totdat een klant of opdrachtgever zelf een recensie geeft of een review bij je achter laat? Ga er zelf achteraan en interview een klant of opdrachtgever zelf!

Schrijf voor jezelf minimaal vijf vragen op die je wilt weten van een klant of opdrachtgever en durf ook door te vragen. Je interview moet natuurlijk niet veranderen in een enquête. Vraag bijvoorbeeld naar de beleving van een klant:

- Hoe vond je het om het kinderfeestje van jouw dochter bij ons te vieren?
- Werd je vriendelijk ontvangen en heeft iedereen zich geamuseerd?
- Hoe kwam je op het idee om hier het feestje te organiseren?

Houd de antwoorden van de klant of opdrachtgever intact. Laat de review aan je klant zien en vraag om goedkeuring voordat je hem publiceert. Zo weet je dat de informatie die je publiceert klopt en blijft een tevreden klant ook echt tevreden over jou.



Plaats een sneak preview

Geef een tipje van de sluier. Laat je volgers zien waar je mee bezig bent en wat je bezighoudt. Heb je een (online) kledingwinkel en is de nieuwe collectie binnengekomen? Laat dan bijvoorbeeld 1 of 2 artikelen al zien via Facebook of Instagram. Zo maak je mensen nieuwsgierig naar de rest van de collectie.

Misschien verhuis je wel naar een nieuw pand en ben je nog bezig met de verbouwing. Erg spannend en heel leuk om te laten zien aan je volgers. Laat alleen niet meteen te veel zien! Houd het spannend.

Extra tip: plaats alleen previews van gebeurtenissen die je waar kunt maken. Houd je volgers niet voor de gek met een sneak peek waar vervolgens niets mee gebeurt. Wacht ook niet te lang met het tonen van het uiteindelijke resultaat. Anders kom je niet geloofwaardig over.



#21

#22



Stel jezelf voor

Er is maar een persoon die uiteindelijk de stap heeft gezet om te starten met je onderneming en dat ben jijzelf! Stel jezelf daarom voor aan je volgers. Wie ben je, waarom ben je gestart met het bedrijf en wat wil je bereiken?

Geef je volgers de kans je beter te leren kennen. Je hoeft zeker niet je hele levensverhaal op straat te gooien, maar voor het uitbreiden van je achterban of klantenkring kan een persoonlijke touch aan je bedrijf geen kwaad.

Met een persoonlijk bericht leren je volgers het gezicht achter jouw bedrijf en jouw producten kennen. Zo creëer je goodwill voor jou, je bedrijf en je product.





REDACTIEHUIS

Verwijs naar je website



Met zoveel online platformen als Google, Facebook, LinkedIn, Instagram enzovoorts, willen we nog weleens vergeten wie de voorloper was. Je website. Het verzamelpunt van je bedrijfsinformatie.

Het medium website bestaat inmiddels 30 jaar en is niet meer weg te denken uit de hedendaagse samenleving. Op een website heb je ook meer ruimte voor een uitgebreide toelichting van je diensten of producten. Op Facebook en Instagram kun je je berichten kort en bondig houden en verwijst je door naar je website om je productinformatie duidelijk weer te geven. Je hebt een website immers niet voor niets!

Een goede website heeft:

- Een goede en overzichtelijke lay-out. Het oog wil natuurlijk ook wat.
- Correcte informatie. Zorg ervoor dat je website altijd up-to-date is.
- Niet te veel of te lange teksten.
- Gebruiksvriendelijk. Maak het je bezoekers en jezelf niet te moeilijk.



#23

#24

Schrijf een blog

Last but not least, een van mijn favorieten: schrijf een blog. Als tekstschrijver vind ik natuurlijk niets leuker dan blogs en artikelen schrijven! Maar ik schrijf ze ook als waardevolle toevoeging voor mijn onderneming. Eigenlijk zijn al deze tips bij elkaar een lang blog waarin ik mijn kennis met je deel.

Door middel van een blog geef je je volgers een kijkje in jouw eigen keuken, jouw manier van werken en deel je jouw kennis. Het is goed te laten zien waar je mee bezig bent en wat jou op zakelijk gebied bezig houdt. De kennis die je opdoet in het werkveld, kun je door middel van een blog overbrengen naar je volgers. En aan een blog zitten geen regels verbonden. Je kunt het aanpakken zoals jij het wilt.

Veel schrijfplezier!



Zo dat waren ze: mijn 24 tips om te knallen met jouw content op Facebook en Instagram.

Heb je nog vragen of wil je graag met mij sparren? Mail mij zeker even! Ik hoor graag waar je tegen aanloopt en deel mijn ervaringen graag met je.

Heel veel succes!

Nicole

06 - 19 210 801
nicole@redactiehuis.nl
www.redactiehuis.nl



REDACTIEHUIS