

INHOUDSOPGAVE

Auteur	7
Inleiding	8
Sociale media zijn anders	9
1 Gebruikers maken de inhoud	9
2 Sociale media zijn toegankelijk	10
3 Delen in een netwerk	11
4 Sociale media werken met profielen	11
5 Andere beleving van privacy	12
6 Sociale media kennen geen hiërarchie	13
7 Mensen gebruiken sociale media in hun vrije tijd	13
Strategie	16
1 Wat is strategie?	16
1.1 Een plan	16
1.2 Doelstellingen	17
1.3 De voordelen van sociale media	17
2 Een strategie in 7 stappen	21
Stap 1: Bepaal je doelstellingen	23
1 Doelstellingen komen uit je beleidsplan	24
2 Doelstellingen zijn SMART geformuleerd	24
3 Het Groundswellmodel: 5 stappen om te groeien in doelstellingen	26
3.1 Fase 1: Luisteren	26
3.2 Fase 2: Praten	27
3.3 Fase 3: Activeren	27
3.4 Fase 4: Faciliteren	28

3.5	Fase 5: Omarmen	30
3.6	Bepaal je ambitieniveau	31
Stap 2: Ken je uitgangspositie		32
1	Social Media Maturity Scan	32
Stap 3: Leer je doelgroepen kennen		42
1	Je publiek leren kennen	43
2	Iedereen gebruikt sociale media op een eigen manier	46
2.1	De 10-20-70-regel	46
2.2	9 soorten gebruikers volgens Forrester Research	49
3	Heb je wel een publiek?	51
4	Het belang van beïnvloeders	52
Stap 4: Breng organisatie in je sociale media		53
1	Een organische start	53
2	Wie heb je nodig?	55
2.1	De strateeg	55
2.2	De redacteur	55
2.3	De coördinator	56
2.4	De sponsors	57
3	Organisatie van accounts: netwerken centraal	57
4	Policy	59
4.1	Aan de slag met een gedragen policy	60
4.2	Er is een deontologische code	61
4.3	Wat zet je in je policy?	61
4.4	Een policy is geen handleiding	64
5	Branding en huisstijl	64
5.1	Je identiteit online brengen	65
5.2	Waar ligt je focus?	69
5.3	Conversatiestijl	74

Stap 5: Kies de juiste kanalen	77
1 Sociale media in de communicatiemix	77
2 Kijk eens verder dan Facebook	80
Stap 6: Maak een contentstrategie	83
1 Betere content	83
2 Contentplanning maakt sociale media hanteerbaar	89
2.1 Bepaal categorieën in je berichten	89
2.2 Bepaal voor elke categorie een frequentie per maand	90
2.3 Maak een maandkalender	90
2.4 Vul je eerste sjabloon in	91
2.5 Voer je berichten in met een publicatietijdstip	91
2.6 Blijf in de buurt van je sociale media	91
Stap 7: Monitoring en analyse	93
1 Monitoring en analyse	93
2 Georganiseerd reageren geeft betere webcare	94
2.1 De doelstellingen van je monitoring	95
2.2 De structuur van je informatiestromen	96
2.3 De workflow	96
2.4 De tools	98
Slot: een strategie is maar het begin	100