

Effectief posten op social media

Tips & tricks

speax Creative Minds



Effectief posten op Facebook

Tips & tricks

Facebook is nog steeds een van de meeste relevante sociale mediakanalen. Niet actief zijn op dit platform is daarom in de meeste gevallen een gemiste kans. Maar hoe ga je nu effectief om met Facebook en waar moet ik rekening mee houden? SPEAX helpt je graag en geeft een aantal tips en tricks voor het effectief posten op Facebook!

1. Kort maar krachtig

Zorg dat de berichten niet te lang zijn, zodat je de boodschap zo beknopt en duidelijk mogelijk kan overbrengen. Op deze manier zorg je voor meer engagement.

2. Aansluitende afbeelding

Een afbeelding bij de post is een must! Zorg dat de boodschap van je post ook duidelijk terugkomt in de afbeelding en de tekst ondersteunt.

3. Interactie en CTA

Creëer interactie met de volgers door ze vragen te stellen, reacties te liken en te reageren op volgers. Met name met een call-to-action zorg je voor meer reacties op je posts. Het is dan zaak om hierop in te spelen.

4. Crossmediaal

Zorg dat jouw post onderdeel is van het geheel door het crossmediaal aan te pakken. Link bijvoorbeeld naar een relevant artikel op je website, om je doelgroep de mogelijkheid te geven meer informatie te 'consumeren'. Daarnaast biedt het ook de mogelijkheid om volgers sneller om te zetten naar leads.

5. Doelgroep en tone of voice

Zorg dat je weet waar de doelgroep behoefte aan heeft, zodat je de content hierop kan aansluiten. Ook de 'tone of voice' zal moeten aansluiten op de doelgroep, wel rekening houdend met je eigen identiteit.

6. Onderscheidend en variërend

Maak content die onderscheidend is van de concurrentie, bijvoorbeeld door een eigen huisstijl op het platform te hanteren. Variatie in de content is hierbij erg belangrijk. Dit doe je door te zorgen voor afwisseling tussen foto, video, duidelijke call-to-action, evenementen, etc. Maak het al met al niet te eenduidig.

7. Verwerk je identiteit

De content moet te allen tijde te koppelen zijn aan de identiteit van de organisatie. Volgers van de Facebookpagina zullen op die manier een eenduidiger beeld krijgen van je organisatie en je voorkomt verkeerde associaties.

8. Planning en timing

Maak een contentkalender waarin je alle momenten van posten vastlegt. Dit kan niet gedetailleerd genoeg. Leg vast wat je post, waarom je het post, wanneer je het post, hoe laat je het post en wat je wilt bereiken met de post (aan de hand van KPI's). Achterhaal hiervoor wanneer de doelgroep - het meest - online is.

9. Analyseer en meet

Bij het posten op Facebook is het van belang om te achterhalen welke berichten het goed doen en welke minder. Door de berichten te analyseren krijg je een beter beeld van wat de doelgroep leuk vindt. Hier kun je vervolgens op inspelen.

10. Adverteer

Tenslotte kun je er ook nog voor kiezen om het bereik van bepaalde berichten te vergroten door te adverteren. Dit kan via Facebook vrij eenvoudig. Facebook advertising zorgt voor een groter bereik en interactie. Maak een bewuste keuze bij het kiezen van een bericht voor advertising en houd hierbij ook rekening met de planning en timing van de social media-berichten.

Met deze 10 aandachtspunten heb je alle benodigde handvaten voor het posten op Facebook! Heb je verder nog vragen over het gebruik van Facebook? Neem contact met ons op!

Effectief posten op Instagram

Tips & tricks

Instagram is in de afgelopen jaren uitgegroeid tot misschien wel het grootste en belangrijkste online platform van de wereld. Met name onder de jongere generatie is het Instagram razend populair. Veel organisaties maken inmiddels gebruik van Instagram, dus waar wacht je nog op? Hoe ga je nu effectief om met Instagram en waar moet je rekening mee houden? Lees onze tips!

1. Doelgroep en tone of voice

Speel met je content in op de behoeftes van de doelgroep. Het publiek op Instagram is over het algemeen relatief jong. Maak je content dus toegankelijk voor een jonge doelgroep door de content niet te informatief te maken. De tone of voice zal moeten aansluiten op de doelgroep, maar houd wel rekening met je eigen identiteit.

2. Interactie en CTA

Creëer interactie met de volgers door ze vragen te stellen, reacties te liken en te reageren op volgers. Vooral met een call-to-action zorg je voor relatief meer reacties op je posts. Ook via de Instagram stories kun je met verschillende tools interactie hebben met je doelgroep. Het reposten van content van andere bedrijven zorgt ook voor extra zichtbaarheid, creëert interactie en het laat zien hoe sociaal jouw bedrijf is. En met een beetje geluk wordt jouw content dan ook weer gedeeld.

3. Hashtags

Plaats te allen tijde hashtags bij je post. Hashtags zijn erg krachtig en helpen bij de werving van nieuwe volgers. Wel is het zaak om hashtags te gebruiken die aansluiten op je bericht én populaire, lang houdbare hashtags te gebruiken.

4. Onderscheidend en variërend

Maak content die onderscheidend is van de concurrentie, bijvoorbeeld door een eigen huisstijl op het platform te hanteren. Ook variatie in de content is erg belangrijk. Dit doe je door te zorgen voor afwisseling tussen foto, video, duidelijke call-to-action, Instagram stories, etc. Maak het al met al niet te eenzijdig.

5. Deelbaarheid

Wanneer er sprake is van een duidelijke huisstijl, zal je content moeten produceren die voor de doelgroep relevant is om te delen (reposten). Met zogenaamde 'user-generated content' krijg je een veel groter bereik. Maak de kans op delen groter door in te spelen op de emoties van de volgers of door de doelgroep iets extra's te bieden.

6. Instagram Reels

Een Instagram reel is een korte en flitsende video van maximaal 15 seconden. Het is een van de nieuwste functies om content te maken én te delen. Binnen no time kan je als bedrijf duizenden views genereren na het plaatsen van een reel. Hoe? Maak een video, kies een bijpassend muziekje of audiofragment, schrijf je tekst en je bent klaar om te posten.

7. Instagram Stories

Onder de Instagram-gebruikers is Instagram Stories erg populair. Afbeeldingen en video's zijn 24 uur lang zichtbaar voor de doelgroep. Aangezien Instagram met deze functie momenteel de strijd aangaat met Snapchat, schenkt Instagram hier veel aandacht aan. Speel dus met filters en voeg leuke GIFjes en hashtags toe. Dit zorgt voor meer likeability en dus een groter bereik!

8. Planning en timing

Ook voor Instagram is het belangrijk om een contentkalender te maken, waarin je alle momenten van posten vastlegt. Combineer deze met de contentkalender van Facebook. Leg vast wat je post, waarom je het post, wanneer je het post, hoe laat je het post en wat je wilt bereiken met de post (aan de hand van KPI's).

9. Analyseer en meet

Bij het posten op Instagram is het van belang (maar ook heel leuk) om te achterhalen welke berichten het goed doen en welke minder. Gelukkig kun je heel makkelijk je berichten analyseren. Je hebt overzicht in je doelgroep (man, vrouw, leeftijd en woonplaats). Hierdoor ontstaat een goed beeld van de doelgroep en kan je inspelen op wat hij/zij leuk vindt.

10. Adverteer

Tenslotte kun je het bereik van bepaalde berichten vergroten door te adverteren. Dit kan - net als bij Facebook - met Instagram vrij eenvoudig. Adverteren zorgt voor een groter bereik, en dus ook meer interactie. Maak een bewuste keuze bij het kiezen van een bericht voor advertising en houd hierbij ook rekening met de planning en timing van de social media-berichten.

Tot zover 10 aandachtspunten voor het posten op Instagram. Heb je verder nog vragen of opmerking over het gebruik van Instagram en Instagram Stories? Neem dan contact met ons op!

Effectief posten op YouTube

Tips & tricks

Voor video's is YouTube met afstand het meest gebruikte social media platform van de wereld. Waar Instagram en Snapchat het juist goed doen met korte en krachtige filmpjes, is YouTube hét platform om jouw video te delen. Maar hoe post je zo'n video nu effectief op YouTube, en waar moet je rekening mee houden? Lees hier onze tips en tricks!

1. Thumbnail

De thumbnail is het eerste visuele contactmoment met de doelgroep. Die moet dus uitnodigen om erop te klikken! De thumbnail is voor de gebruiker al te zien bij de zoekresultaten, oftewel het moment dat de gebruiker moet beslissen om je filmpje te gaan kijken. Zorg dus voor een aantrekkelijke thumbnail, die de gebruiker nieuwsgierig maakt naar de inhoud van je video.

2. Vindbaarheid titel optimaliseren

Achterhaal alle zoekwoorden die voor jouw filmpje relevant zouden kunnen zijn. Speel in op trending zoekwoorden, zodat je filmpje bij het zoeken met deze zoekwoorden hoger in de zoekbalk komt. Zorg er wel voor dat de titel natuurlijk en onderscheidend blijft, om het zo aantrekkelijk te maken voor de gebruiker. Wanneer jouw titel de gebruiker uiteindelijk nieuwsgierig maakt, is de kans groter dat de gebruiker ook daadwerkelijk gaat kijken. Kijk uit voor false advertising, hierdoor krijgt de kijker een negatieve indruk op je content, en dus van je bedrijf.

3. Ondersteun vindbaarheid met tags

Via YouTube kun je ook tags gebruiken om je video te relateren aan bepaalde onderwerpen. Je kan op die manier dus je eigen video positioneren binnen de zoekopdrachten van YouTube. Gebruik alle logische tags, bijvoorbeeld delen van de titel en andere benamingen voor de video die je aanbiedt. Daarnaast kun je ook nadenken over long-tail tags. Dit zijn tags die zeer specifiek inspelen op een specifieke behoefte van de gebruiker.

4. Zorg voor een toepasselijke videolengte

Een video moet niet te langdradig worden, maar ook zeker niet te kort. Om de videolengte te bepalen kun je de video intern laten rondgaan, en gebruikmaken van de feedback. Heb je ondertiteling in je video? Zorg dat deze lang genoeg in beeld staat om goed te kunnen lezen. Als dit niet het geval is, leidt het alleen maar af van de inhoud van de video.

5. Schrijf een uitgebreide video-omschrijving

De video-omschrijving is ook van belang voor de zoekoptimalisatie van je filmpje. Daarom is het belangrijk om in je omschrijving duidelijkheid te creëren voor zowel YouTube als de gebruiker. Zorg dat de beschrijving altijd is voorzien van een introductie en een samenvatting van het filmpje. Ook algemene informatie over jouw organisatie is van toegevoegde waarde. Vermeld ten slotte ook nog de social media-kanalen om de eerste crossmediale stappen te zetten.

6. Zet ook YouTube crossmediaal in

Naast de vermelding naar je socials in de beschrijving, is het ook zaak om op je socials te linken naar je YouTube-filmpje. Dit kun je bijvoorbeeld doen aan de hand van een teaser van het filmpje via Instagram en Facebook. Het is zaak om vanaf het moment dat het filmpje online staat intensief te promoten. YouTube bepaalt de relevantie van jouw filmpje namelijk voornamelijk op de kijkcijfers in de eerste week van de uploaddatum. Hoe hoger je die eerste week scoort, hoe beter de zoekoptimalisatie van je video.

7. Analyseer en meet

Analyseer welke video's goed scoren en welke minder. Bedenk waar deze verschillen door komen en speel zo in op de behoeftes van de doelgroep. Houd bij het analyseren niet alleen rekening met de views, maar ook met de likes, shares, reacties en abonnees die de video oplevert.

**Nu je weet waar je rekening mee moet houden
bij het effectief posten op YouTube, kun je aan de slag!
Heb je nog vragen of opmerkingen? Wij staan voor je klaar!**

Effectief posten op TikTok

Tips & tricks

Waar veel mensen een jaar geleden nog niets wilden weten van TikTok, is het platform in de afgelopen maanden 'skyhigh' gegaan. Vooral de jongere generaties maken veel gebruik van het platform en laten zichzelf van hun creatiefste kant zien. Maar ook voor jouw organisatie liggen er mogelijkheden. Het platform biedt de mogelijkheid om een nieuwe doelgroep te bereiken en innovatief vermogen te laten zien. Maar hoe ga je nu effectief om met TikTok en waar moet je allemaal rekening mee houden?

1. Ga op zoek een bijpassend liedje

De liedjes zijn voor de meeste TikTok-filmpjes de basis van het succes. Ga daarom op zoek naar een liedje dat te linken is aan de identiteit van de organisatie. Het liedje moet daarnaast ook pakkend zijn en blijven hangen in de hoofden van de doelgroep.

2. Wees onderscheidend en creatief

Denk creatief na over de vormgeving van jouw TikTok-filmpjes. Creëer je eigen huisstijl op het platform, door kenmerkend kleur- en taalgebruik aan te houden. Op deze manier visualiseer je een eigen online identiteit op het platform en gaan gebruikers jouw content herkennen.

3. Verwerk je identiteit in de filmpjes

Zorg dat waar jouw organisatie voor staat terugkomt in de content op TikTok. Bij het creëren van content voor het platform is het een valkuil om de link met de organisatie te verliezen, wanneer de contentproductie niet al te serieus genomen wordt. Dat moet je als organisatie te allen tijde voorkomen.

4. Maak gebruik van tekst

Er zijn met TikTok twee verschillende manieren waarop je de video tekstueel kunt ondersteunen. Dit kan in de bio en met de tekstfunctie voor in de video. Beide zijn relevant om te gebruiken. Hou de tekst in de video kort en bondig, zodat de nadruk altijd op het filmpje blijft. In de bio kun je op een creatieve manier vermelden wat het filmpje inhoudt en waarom het zo leuk is!

5. **Speel in op de TikTok-trends**

TikTok kenmerkt zich door de voortdurende stroom van trends die populair worden op het platform. Wanneer er weer zo'n trend opkomt, moet je hier als organisatie op inspelen. Betrek hier bijvoorbeeld ook je collega's bij! Wanneer je een bepaalde trend op een creatieve manier inzet, rekening houdend met je identiteit, zal je waardering en erkenning krijgen van de doelgroep.

6. **Gebruik aansluitende hashtags**

Hashtags hebben, ten opzichte van andere sociale media platformen, grote invloed op het algoritme van TikTok. Hoe beter je gebruik maakt van hashtags, hoe groter de kans dat je veel views krijgt op je filmpje. Maak daarom gebruik van hashtags die zowel populair als toepasselijk zijn voor jouw filmpje. Op deze manier zorg je ervoor dat degenen die het filmpje te zien krijgen ook echt geïnteresseerd zullen zijn in die vorm van content.

7. **Meet en analyseer**

Ook bij TikTok heb je inzage in de resultaten van jouw filmpjes: TikTok Pro. Via TikTok Pro kun je achterhalen wie jouw filmpjes bekijkt. Hoe oud is de doelgroep? Waar komen ze vandaan? Welke filmpjes vinden ze het leukste en hoelang kijken ze naar jouw filmpjes? Al deze vragen worden beantwoord worden via TikTok Pro.

Met deze 7 stappen voor het effectief posten op TikTok kun je direct aan de slag! Heb je toch nog vragen? Stel ze ons gerust!

Speax

Middel Broekweg 3
2671 ME Naaldwijk
+31 (0)174 610 000
hello@speax.nl



speax.nl

speax Creative Minds