

KLANTEN EN PROSPECTS BINDEN VIA FACEBOOK

Contentmarketing met Facebook

Voor je over de vorm en inhoud van je content op Facebook na gaat denken, is het praktisch om eerst een strategie te formuleren.

Bedenk wat je wilt bereiken op Facebook en vertaal dat naar concrete KPI's (Kritieke Prestatie-Indicator).

Voorbeelden van KPI's voor Facebook content zijn:

- Een x aantal bezoekers naar je site, per week of per maand.
- Een bepaald bereik per maand.
- Bepaald gedrag: bijvoorbeeld mensen die iets aanvragen, die meedoen aan een challenge.

Kijk vervolgens wat je doelgroep wil zien en lezen op Facebook. Waar staan ze voor open, waar zoeken ze naar en waar maken ze tijd voor? Hoe kun je daarop inspelen? Als je deze drie vragen over je doelgroep kunt beantwoorden, zie je vrijwel altijd een richting ontstaan voor je content.

Op basis van die ideeën én je beschikbare tijd kun je bepalen hoe vaak je iets plaatst. Bedenk dat consistentie de sleutel is tot succes op social media. Kies daarom minimaal één vast moment in de week waarop je altijd iets herkenbaars doet. Ga bijvoorbeeld op een vaste dag en tijd live of plaats een video. Of deel op dat moment bepaalde nuttige informatie. Door enkele vaste momenten te kiezen creëer je een moment waar mensen naar uit kijken.

1. Gebruik content op meerdere manieren

Waar veel bedrijven kansen laten liggen is dat ze hun content vaak maar een keer delen op hun eigen pagina. Maar dan mis je een deel van je volgers, omdat Facebook je bericht nooit aan iedereen laat zien. Aan de andere kant houdt Facebook ook niet van herhaling en je volgers hoeven ook niet meermalen hetzelfde te zien, dan haken ze af. Hetzelfde bericht meermalen op dezelfde manier delen is dus geen oplossing.

Wat wel een oplossing is, is om bepaalde content op verschillende manieren naar voren te brengen en na verloop van tijd op een ander wijze te delen. Zo creëer je wel meer bereik voor je eigen verhaal. Veel content start als een geschreven artikel op een website, maar kan vervolgens ook heel goed verpakt worden in een quote, diavoorstelling, Giffs of een visueel verhaal.

2. `Focus je op video's publiceren

Facebook is dol op video en laat video's aan meer mensen zien. Naar verluidt omdat ze YouTube van de videotroon willen stoten. Feit is dat video's die je uploadt naar Facebook of die je maakt met Facebook Live veel bereik creëren. Veel ondernemers en communicatieafdelingen zien op tegen het maken van video. Ingewikkeld, duur en andere gedachten komen direct boven als iemand het idee om een video te maken laat vallen. Toch kan video ook op een laagdrempelige manier gemaakt worden, zonder dat je iets afdoet aan de uitstraling. Hiervoor zijn verschillende tools in omloop, zoals Animoto, Ripl, Adobe Spark en Lumyer.

- **Lumyer** is een gratis app voor iOS en Android waarmee je een foto animeert.
- **Ripl** is er alleen voor iOS. Kies een afbeelding, een design, voeg een titel, hashtags etc. toe en je afbeelding wordt geanimeerd.
- **Animoto** maakt van verschillende foto's een video. Met muziek en tekst.
- **Adobe Spark** is een serie van drie tools waarmee je naar keuze een afbeelding, complete magazineachtige pagina of video kunt maken.

3. Maak een diavoorstelling

Als je content een aantal stappen, een handvol tips of een ander lijstje of opsomming bevat kun je het idee van de afgebeelde quotes ook verder uitwerken naar een diavoorstelling. Met een diavoorstelling kun je drie tot zeven afbeeldingen achter elkaar plaatsen en als een korte video delen op je pagina.

4. Gebruik Giffs

Je kunt Giffs op heel veel manieren inzetten. Bijvoorbeeld als een boemerang waarbij je steeds twee situaties laat zien. Ideaal voor een 'voor' en een 'na'. Of een serie van drie of vier beelden waarmee je de kern van bijvoorbeeld een artikel laat zien. Of je maakt een Giff voor een artikel dat je publiceert.

Voor Giffs kun je '**Giphy**' gebruiken, maar ook '**Canva**' helpt je om Giffs te maken in jouw huisstijl.

5. Verhalen

Toen Instagram enorm veel succes had met Stories, kwam die functie natuurlijk ook naar Facebook. De stories zijn 24 uur zichtbaar en pakken daardoor heel goed uit voor speciaal nieuws en nieuws dat exclusief voor je volgers is.

Maak je een storie op Facebook? Gebruik dan de app en niet je computer of laptop. De app biedt net wat meer mogelijkheden. Wat ook kan is je storie eerst op Instagram plaatsen en deze vervolgens delen op je Facebook-pagina.

6. Gebruik Facebookgroepen

Groepen op Facebook zijn ook een interessante manier om meer bereik op Facebook te realiseren. Mensen die lid zijn van een Facebookgroep krijgen een bericht in hun tijdlijn als daar iets nieuws geplaatst wordt door een ander lid. Je informatie plaatsen in groepen is dan ook een goede methode om meer zichtbaarheid te krijgen. Mits je informatie 100% aansluit bij de wensen en behoefte van de groepsleden. Is dat niet het geval dan loop je snel het risico dat mensen je een irritante spammer vinden. Als de groepsbeheerder dat ook vindt, kun je uit de groep gezet worden. Markeren veel mensen je bericht als **'spam'** dan loop je ook het risico dat Facebook je nauwlettender gaat volgen en je mogelijk zelfs een tijd lang blokkeert.

7. Facebook Live

Facebook Live is misschien wel het type content voor Facebook dat het meeste bereik oplevert. Het is ook heel interactief, je kunt echt een band met mensen opbouwen tijdens een live video. Tijdens het filmen zie je welke mensen live met je meekijken en kun je hen ook de gelegenheid geven om een eigen vraag te stellen. Zo creëer je veel meer interactie met je volgers die op dat moment ook live aan het kijken zijn.

8. Inner circle

Mensen hebben graag het idee dat ze bij een 'inner circle' horen. Ook willen ze sommige dingen graag net iets eerder weten dan anderen. Als je in deze wensen voorziet, zal je content meer interactie krijgen en daardoor meer mensen bereiken. Dit kun je doen met bliken achter de schermen, door primeurs te delen of door sommige content exclusief voor Facebook te bewaren. Zo kun je een Facebook Live of een 'gewone' video een beperkte tijd toegankelijk houden. Mensen moeten er dan wel voor zorgen dat ze de video bijtijds bekijken.

9. Goed nieuws delen

Leuke berichten zijn meer dan welkom op Facebook als tegenwicht voor alle narigheid die de hele dag gedeeld worden. Maar leuk nieuws binnen je bedrijf of over jezelf als ondernemer, een mooi succes van een klant of een relatie, een grappig voorval, een geweldig event dat je hebt bezocht of 'gewoon' goed nieuws voor je doelgroep. Deel dat eens en mensen zullen graag meevieren of mee blij zijn.

10. Meet wat werkt op Facebook

Bekijk wat ieder Facebook bericht je oplevert aan bereik, verkeer naar je site aan betrokkenheid. De statistieken van je Facebook-pagina bieden hiervoor veel inzicht.

De fanbase van je Facebook-pagina's vergroten

Het is belangrijk om een groep volgers van je pagina op te bouwen met mensen die geïnteresseerd zijn in de producten, diensten of inhoud die je deelt. Deze gids biedt effectieve methoden voor het opbouwen van een doelgroep met mensen van wie de kans groot is dat ze in je bedrijf geïnteresseerd zijn.

1. **Laat mensen kennismaken met je merk:** Leg contact met huidige en nieuwe klanten door de doelgroep van je pagina uit te breiden. Als je niet weet hoe je ervoor kunt zorgen dat meer mensen je pagina leuk vinden en er interactie mee hebben, kun je deze tips proberen:
 - **Deel je pagina op je persoonlijke overzicht.** Vertel je vrienden en familie over je pagina. Vraag ze in je bericht om de pagina leuk te vinden en het bericht te delen met mensen die ook geïnteresseerd kunnen zijn in je bedrijf. Selecteer '**Delen**' onder de omslagfoto van je pagina om je pagina te delen.