

Als je weinig weet van de marketing via social media, of er zelfs niet van af weet, kan dit boekje je op weg helpen om aan de slag te kunnen gaan met de marketing op social media. Als je alle hoofdstukken hebt doorgewerkt, kun je met de marketing een groter succes van je bedrijf maken. We gaan stap voor stap door de kennis heen en we verwerken belangrijke punten in dit boek wat je nodig hebt om van jouw marketing op social media een succes te kunnen maken.

## Inhoudsopgave

<b>AAN DE SLAG MET SOCIAL MEDIA MARKETING.....</b>	<b>5</b>
Wat betekent social media marketing.....	5
SMM-concurrenten inventariseren.....	5/9
Jouw socials klaarmaken voor de marketing.....	9/14
<b>ADVERTENTIES OP SOCIAL MEDIA.....</b>	<b>15</b>
De basis over advertenties.....	15
Jouw eigen campagne creëren.....	16/18
Diepgaande informatie   Jouw eigen campagne lanceren.....	18/20
De vier belangrijkste platformen om op te adverteren.....	20/22
<b>PROMOTIES.....</b>	<b>23</b>
Collaborations.....	23/25
Influencer marketing.....	25/26
Entertainmentpagina's.....	26/30
<b>SALESFUNNEL.....</b>	<b>31</b>
De theorie van de funnel.....	31/32
De praktijk van de funnel.....	32
Tips en tricks bij het gebruikmaken van de funnel.....	32
<b>INTERACTIE CREËREN MET JOUW POTENTIËLE KLANTEN.....</b>	<b>33</b>
Interactie met jouw potentiële klanten via de chatbox.....	33
De kernpunten bij het binnenhalen van een prospect via een gesprek.....	34/38
Stel ze een uitnodigende vraag onder je nieuwe post .....	39
<b>JE BOODSCHAP VERSPREIDEN ONDER VERBINDERS.....</b>	<b>40</b>
Marketing via niche netwerken en sociale platformen.....	40
<b>SMM APPLICATIES &amp; HANDIGE TOOLS.....</b>	<b>41</b>
Facelift Cloud.....	41
Salesforce Marketing Cloud.....	42
Coosto.....	43
Hootsuite.....	44
Loomly.....	45
Kontentino.....	46
<b>WAT BIEDEN WIJ AAN VIA SOCIAL MEDIA SUPPLY.....</b>	<b>47/61</b>
<b>BEGRIPPENLIJST.....</b>	<b>62/65</b>
<b>NOTITIES.....</b>	<b>66/67</b>

### Begrippenlijst

Er zijn specifieke afkortingen en begrippen die regelmatig terugkomen in deze uitleg van SMM. Deze lichten wij in het laatste hoofdstuk kort toe.

# AAN DE SLAG MET SOCIAL MEDIA MARKETING

## Wat betekent social media marketing?

Social media marketing is het gebruik van sociale mediaplatforms zoals Facebook, Instagram, Twitter, etc. om producten, diensten of merken te promoten en te communiceren met doelgroepen. Dit omvat het creëren en delen van content, het uitvoeren van sociale media-advertenties, het bouwen van communicatie en het meten van de prestaties. Het doel is om bewustzijn te creëren, het bereiken van een groter publiek en het opbouwen van klantrelaties.

## SMM-concurrenten inventariseren

Er zijn verschillende manieren om concurrenten op social media te inventariseren, hieronder staan de stappen:

1. Bepaal je concurrenten. Maak een lijst van bedrijven en merken in jouw branche en onderzoek hun sociale media-aanwezigheid.
2. Volg je concurrenten op verschillende sociale media platformen en abonneer je op hun updates.
3. Bekijk de content die ze delen op social media en hoe vaak ze updaten. Let ook op de content die het meest wordt gedeeld en het engagement dat ze krijgen van hun volgers.
4. Onderzoek de strategie die je concurrenten op social media volgen, bijvoorbeeld hun doelgroep, de boodschap en de aanpak van hun campagnes.
5. Er zijn verschillende tools beschikbaar die je kunt gebruiken om social media-analyse van concurrenten uit te voeren, zoals Hootsuite, Sprout Social en SimilarWeb.

Met deze stappen kun je een compleet beeld krijgen van je concurrenten op social media en hun strategieën. Hierdoor kun je bepalen wat je zelf anders en beter kunt doen om op te vallen op social media.

***Hieronder leggen wij je elk onderdeel om je concurrenten te inventariseren op social media nog uitgebreider uit.***

### 1. Hoe bepaal je je concurrenten?

Er zijn verschillende manieren om je concurrenten te bepalen. Wij zullen je hiervoor meerdere mogelijkheden geven. Lees verder voor meer informatie.

Je kunt een brancheonderzoek uitvoeren. Maak een lijst van bedrijven en merken die actief zijn in jouw branche. Dit kun je doen door te zoeken op internet, brancheverenigingen en marktonderzoeksrapporten te raadplegen. Daarnaast kun je ook je specifieke marktsegment bepalen en bedrijven identificeren die producten of diensten aanbieden die vergelijkbaar zijn met die jij aanbiedt.

Het is ook gemakkelijk om een klantonderzoek te doen. Dit gaat als volgt: Vraag aan je huidige en potentiële klanten naar concurrenten die zij kennen of waar zij naar op zoek zijn. Jouw klanten kennen weer veel bedrijven waar ze hun ervaringen hebben opgedaan waar jij je nog niet bewust van bent. Naast het weten van je overige concurrenten door je klanten, kun je dus ook erachter komen wat hun procedure binnen het bedrijf is door de ervaringen van de klanten.

Ten slotte doen ook veel bedrijven een financiële analyse. Ze bekijken de financiële resultaten van bedrijven in hun branche en bepalen de bedrijven die vergelijkbare omzetten realiseren als hun eigen bedrijf. Ook is het handig om een SWOT-analyse uit te voeren van jouw bedrijf en te bepalen welke bedrijven jouw sterkte en zwakte kunnen benaderen. Met deze mogelijkheden kun je een lijst samenstellen van bedrijven die concurrerend zijn op jouw specifieke markt en je kunt verder onderzoek doen naar hun activiteiten op social media.

## 2. Wat bereik je door je concurrenten in de gaten te houden op social media?

Door je concurrenten op social media in de gaten te houden, kun je een aantal voordelen behalen:

- **Inzicht in de markt:** Je krijgt inzicht in de trends en ontwikkelingen bij jouw specifieke markt en in je branche.
- **Benchmarking:** Je kunt je eigen social media-prestaties vergelijken met die van je concurrenten en zo bepalen waar je verbeteringen kunt aanbrengen.
- **Ideeën voor content:** Door te kijken naar de content die je concurrenten delen, kun je inspiratie opdoen voor je eigen content en zien hoe zij omgaan met bepaalde thema's.
- **Monitoring van reputatie:** Je kunt de online reputatie van je concurrenten volgen en zien hoe ze omgaan met klachten, opmerkingen en vragen van hun volgers.
- **Identificatie van kansen:** Door de activiteiten van je concurrenten op social media te volgen, kun je kansen identificeren die jij kunt benutten, bijvoorbeeld door te bepalen waar ze sterkte en zwakte hebben.

Door je concurrenten op social media te volgen, kun je waardevolle informatie verzamelen die je kunt gebruiken om je eigen social media-strategie te verbeteren en beter afgestemd te zijn op de wensen en eisen van je doelgroep.

### 3. Wat bereik je ermee door de content van je concurrenten te analyseren?

Door de content van je concurrenten te analyseren, kun je een aantal belangrijke inzichten verkrijgen die je kunt gebruiken om je eigen social media-strategie te verbeteren. Hieronder staan enkele voordelen:

- **Inzicht in de doelgroep:** Door te kijken naar de content die je concurrenten delen, kun je ontdekken wat hen aanspreekt en wat hen interesseert. Dit geeft je inzicht in de wensen en eisen van jouw doelgroep.
- **Identificatie van populaire onderwerpen:** Door de content van je concurrenten te analyseren, kun je bepalen welke onderwerpen populair zijn op jouw specifieke markt en waar je doelgroep zich mee bezighoudt.
- **Inspiratie voor eigen content:** Door te kijken naar de content die je concurrenten delen, kun je inspiratie opdoen voor je eigen content en zien hoe zij omgaan met bepaalde thema's.
- **Bepaling van de sterkte en zwakte van de concurrenten:** Door de content van je concurrenten te analyseren, kun je hun sterkte en zwakte bepalen en zien waar zij zich op richten. Dit geeft je informatie waarmee je je eigen social media-strategie kunt aanpassen.
- **Verbetering van je eigen content:** Door te kijken naar de content die je concurrenten delen, kun je jouw eigen content verbeteren en zorgen dat deze beter aansluit bij de wensen en eisen van je doelgroep.

Door de content van je concurrenten te analyseren, kun je waardevolle informatie verzamelen. Die je vervolgens kunt gebruiken om je eigen social media-strategie te verbeteren en beter afgestemd te zijn op de wensen en eisen van je doelgroep.

### 4. Wat is belangrijk om de strategie van je concurrent op social media te vinden?

Om de strategie van je concurrent op social media te vinden is het belangrijk om de volgende factoren in overweging te nemen:

- **Observeer hun content:** Kijk naar de content die ze delen, hoe ze dit doen en hoe vaak ze dit doen. Dit geeft je inzicht in de onderwerpen waar ze zich op richten en hoe ze deze aanpakken.
- **Volg hun engagement:** Houd bij hoe ze omgaan met reacties en opmerkingen van hun volgers. Dit geeft je inzicht in hoe ze omgaan met hun community en hoe ze deze betrokken houden.

**Analyseer hun cijfers:** Bekijk de cijfers die z