

IN 8 STAPPEN MEER BEZOEKERS OP JE BLOG MET SOCIAL MEDIA



Anne
Raaymakers



In dit e-book:

1	Wie zijn de gebruikers?	Pagina 5
2	Optimaliseer je boodschap	Pagina 7
3	Bepaal specifieke doelen	Pagina 8
4	Geef de strategie vorm	Pagina 9
5	Zet je social media plan in werking	Pagina 10
6	Creëer betrokkenheid en interactie	Pagina 11
7	Mix al het bovenstaande	Pagina 12
8	Acht manieren om je blog te promoten	Pagina 13



IN 8 STAPPEN MEER BEZOEKERS OP JE BLOG MET SOCIAL MEDIA

Je hebt een prachtig blogartikel geschreven, je hebt op 'publiceren' geklikt en laat nu de lezers maar komen. Om aandacht te krijgen voor je blogartikel zul je het moeten promoten. Er zullen maar weinig bezoekers spontaan op je blog komen.

Er zijn een heleboel manieren om je blog te promoten en social media is een hele goede. Social media kan zorgen voor heel veel bezoekers op je blog.

Maar heb jij wel eens nagedacht over je social media strategie? Heb je bedacht welke tactieken je gaat gebruiken om de strategie in gang te zetten? Zo maar wat doen werkt niet. En een strategie zonder tactieken gaat ook niet werken. En tactieken toepassen zonder dat je doelen hebt gesteld, werkt al helemaal niet. Je kunt dat vergelijken met het rondrennen als een kip zonder kop.

Je plaatst iedere dag iets op allerlei verschillende social media platforms, reageert zo nu en dan.

Voor volgende week plan je een bericht in, maar uiteindelijk heb je geen idee waar je het precies voor doet.

Je vergeet te reageren op de vragen van je fans, je vergeet in te spelen op de actualiteit. En uiteindelijk heb je het gevoel dat het succes, dat je volgens iedereen kunt bereiken met social media, voor jou niet is weggelegd.

Dit is het teken dat je niet goed hebt nagedacht over je social media strategie. Of laat ik het anders zeggen. Dit is het moment waarop jij je realiseert dat je je social media strategie echt moet gaan versterken. Dit kan beter!

Want ook jij kunt succes bereiken met social media.

Maar hoe ga je dan je social media strategie versterken? Of hoe ga je een goede social media strategie ontwikkelen? In dit artikel geef ik je 8 stappen waarmee je de social media strategie van jouw bedrijf direct kunt gaan verbeteren en kunt beginnen met het aantrekken van websitebezoekers voor je blog.

En ik heb ook nog een bonus voor je: 8 manieren om je blog te promoten met social media.

Heel veel succes!

Anne Raaymakers

<http://www.anneraaymakers.nl>

<http://www.fanfactor.nl>

1. Wie zijn de gebruikers van social media?



Er zijn talloze social media platforms. Het is goed om je te verdiepen in de verschillende platforms die er zijn en te kijken naar welke platforms jij gebruikt. Misschien heb je ooit het voornemen opgevat om op zoveel mogelijk verschillende platforms actief te zijn, om maar door zoveel mogelijk mensen gezien te worden.

Maar vanaf nu ga je dat anders aanpakken. Want eigenlijk gaat het er helemaal niet om dat je op zoveel mogelijk social media platforms actief bent. Het gaat erom dat je je tijd goed besteedt en dat je actief bent, daar waar jouw lezers actief is.

Maak een overzicht van de social media platforms die je op dit moment gebruikt. Kijk vervolgens naar de doelen die je voor jezelf had opgesteld toen je met bepaalde social media platforms bent begonnen. Kun je met de social media platforms die je gebruikt, deze doelen bereiken? Het kan best zo zijn dat het een heel goed idee was om te werken met een bepaald platform, maar dat je jouw doelen er nu niet meer mee gaat bereiken.

Om te bepalen welk social media platform voor jou het beste werkt, heb ik een aantal vragen opgesteld die jij jezelf kunt gaan stellen:

1.

Op welk social media platform is je publiek actief? Welk platform gebruikt je publiek? Zitten ze op Facebook voordat ze gaan slapen? Scrollen ze in de lunchpauze op Pinterest? Of lezen ze in de trein vooral de Instaberichten over bepaalde onderwerpen? Het kan best zijn dat je publiek meerdere platforms gebruikt. Ik wil dat je gaat nadenken over jouw publiek en je gaat inleven in welke platforms de mensen gebruiken.

Je kunt het natuurlijk ook gewoon vragen aan je publiek. Stuur de mensen op je emaillijst een e-mail met de vraag welke social media platforms zij gebruiken. Met behulp van Google Forms kun je een formulier verwerken in de e-mail die je stuurt. Of misschien kan jouw e-mailprogramma wel een dergelijk formulier in de e-mail opnemen. Om de mensen te motiveren het formulier in te vullen, kun je iets weggeven, bijvoorbeeld een waardevol e-book of een kortingscode.

Je zou ook een poll kunnen plaatsen op het social media platform wat je nu gebruikt, bijvoorbeeld op Facebook. Het nadeel is wel dat als je een poll plaatst op Facebook de mensen die reageren waarschijnlijk Facebook opgeven als het platform wat ze gebruiken. Het is de plek waar ze de poll zien, dus ze gebruiken dat platform ook.

2.

Welk platform sluit aan met het type content wat je deelt? Instagram en Pinterest zijn heel erg geschikt voor het delen van afbeeldingen, LinkedIn wordt vooral gebruikt voor het netwerken en delen van waardevolle artikelen en Facebook is ideaal voor het maken van de persoonlijke connectie en het doen van Facebook Live uitzendingen. Denk goed na over het platform wat je gaat gebruiken en de content die je er wilt gaan delen.

3.

Welk platform wordt veel gebruikt in je vakgebied? Als je door de vorige twee vragen nog niet helemaal weet welk social media platform je het beste kunt gebruiken, kun je kijken naar het platform wat veel wordt gebruikt in je vakgebied. Oftewel, waar zijn de concurrenten actief? Welk platform past bij je bedrijf? Waar kun jij het beste waarde delen over je product of dienst? Het draait om het gebruiken van het platform waar jij een connectie kunt maken met jouw publiek en waar jij de waarde van je product of dienst het beste kunt laten zien.

Stel je eens voor dat je een modeblog hebt. Je kunt de nieuwste modetips misschien het beste delen via Instagram. En heb je een lifestyle blog, dan kun je Facebook Live uitzendingen doen om tips te delen. Je kiest de manier van waarde delen die het beste past bij je publiek en bij je blog.

Ik wil hier meegeven dat je wel kunt kijken naar waar je concurrenten actief zijn, maar dat je ze niet moet gaan kopiëren. Dat zij een bepaald platform gebruiken wil niet altijd zeggen dat het goed werkt. Blijf nadenken over of jij vindt dat het platform goed bij je blog en bij de doelen van jouw blog past. En blijf nadenken over of het social media platform jou gaat helpen bij het delen van jouw verhaal op de meest effectief mogelijke manier.

4.

Ken je de 'customer journey'? Weet je welke reis je publiek aflegt voordat ze op je blog komen? Als jij begrijpt welke reis iemand aflegt voordat deze persoon bezoeker wordt, weet je bij welke stappen jij de lezer kunt helpen. Je weet waar je empathie moet gaan tonen en je kunt inspelen op de momenten waarvan jij weet dat de lezer tegen problemen aan gaat lopen.

Op deze momenten kun jij oplossingen aanbieden die aangepast zijn op hun behoeften. Je gaat je doelgroep helpen in het proces van het maken van een beslissing. Je werkt aan het vertrouwen en je wordt een bron van onschatbare waarde. Op deze manier maak jij de connectie met je publiek en kun je de mensen bereiken als ze de zoektocht naar een oplossing voor hun probleem gaan afleggen.

Heb je al helder welk platform(s) je kunt gaan gebruiken? Denk er goed over na. Nogmaals, het gaat om het bereiken van je publiek en om het maken van een connectie met je publiek. Je wilt niet met iedereen gaan praten, maar juist met de mensen die jij kunt helpen. En je gaat de juiste plek kiezen om waarde te gaan delen met die mensen.

2. Optimaliseer je boodschap



In het vorige onderdeel stipte ik het al heel kort aan, je wilt niet met iedereen praten, maar met de mensen die je kunt helpen. Ga dus ook geen boodschap schrijven die voor iedereen is bedoeld. Want als jij je op iedereen gaat richten, spreek je niemand aan. Niemand gaat naar je luisteren. Jij reageert toch ook niet op berichten waarin wordt gesproken over 'jullie allemaal'? Richt je boodschap daarom echt aan die ene persoon uit jouw publiek.

Het eerste wat je moet weten als je je publiek echt persoonlijk wilt aan gaan spreken, is waar de pijn van je publiek zit. Wat zijn de problemen, welke frustraties hebben ze en waar liggen ze in de nacht van wakker. Het hoeven echt geen hele grote wereldproblemen te zijn, maar het moeten wel problemen zijn waarbij jij ze kan gaan helpen. Problemen die jij op kunt lossen met jouw blog of de producten die je aanbiedt op je blog.

Vervolgens ga je je boodschap nog persoonlijker maken door je publiek te specificeren. Wie is de persoon die jij gaat helpen? Wees zo specifiek mogelijk, want hierdoor weet je precies wat je moet gaan zeggen. Wat is de taal van jouw publiek? Je moet hier inderdaad keuzes gaan maken, je moet gaan kiezen wie je specifieke publiek is. Als je weet wie je publiek is en weet welke problemen ze hebben, weet je ook wat ze graag van jou willen horen.

En ten derde ga je een ervaring creëren op het social media platform dat je in stap 1 hebt gekozen. Hierbij kijk je onder andere naar de ervaring die jij het publiek gaat geven. Welk waarde ga jij delen? En draagt dit positief bij aan de ervaring van je publiek?

Ik kan je niet vertellen wat werkt voor jouw publiek, ik kan niet vertellen welke content bijdraagt aan de ervaring die je je publiek wilt geven. Daarvoor moet je gaan testen. Ga berichten plaatsen op het social media platform en kijk waar goed op wordt gereageerd.

Je kunt gaan testen met allerlei verschillende elementen van een bericht, met de afbeelding, de titel, het gebruik van bepaalde woorden, de call-to-action, de lengte van het bericht en de frequentie van de berichten die je plaatst. Jouw bericht moet opvallen in het nieuwsoverzicht van je publiek en tegelijkertijd moet het bericht passen tussen alle berichten van familie en vrienden van je publiek.

Als je gaat testen, raad ik je aan om één element per keer te gaan testen. Ga niet op de afbeelding, titel én call-to-action testen met twee berichten. Als het ene bericht beter werkt als het andere, weet je namelijk niet wat er precies voor gezorgd heeft dat het bericht beter werkt. Je kunt het testen steeds herhalen, de berichten steeds verder optimaliseren en daardoor met de content die je plaatst echt inspelen op je publiek en hun behoefte.

3. Bepaal specifieke doelen

Je moet doelen formuleren om te meten of je strategie echt werkt. Of de tactieken die je toepast zorgen voor meer zichtbaarheid, meer betrokkenheid en meer verkoop. Dus heb jij voor jezelf helder wat je doelen zijn voor je gebruik van social media? En daarmee bedoel ik echt goede doelen? Ga geen doel opstellen dat je aan het eind van dit jaar minimaal 20.000 likes op je pagina wilt hebben. Het gaat namelijk helemaal niet alleen om het aantal likes.

Het aantal likes wordt heel erg overschat. Je kunt veel beter 1.500 relevante likes hebben dan 20.000 likes van mensen die nooit een blog gaan lezen of het product gaan kopen. Het gaat om de betrokkenheid met jouw publiek. Gaan ze reageren op jouw berichten? Zien ze de waarde die jij deelt? En gaan ze uiteindelijk een product of dienst bij je kopen omdat ze jou als expert zien? Denk bij het bepalen van je doel veel eerder aan het percentage volgers dat reageert op je berichten, bijvoorbeeld: Ik wil dat minimaal 20% van mijn volgers klikt op de link die ik deel.

Als jij doelen gaat opstellen, weet je naar welke statistieken je moet gaan kijken. Je kunt heel specifiek meten of je je doel behaalt.

Laten we stoppen over het praten over het opstellen van doelen, maar ga het echt doen. Ik wil je vragen om nu te gaan kijken naar de doelen voor het komende jaar. Wat wil jij gaan bereiken met het gebruik van social media?

Schrijf 5 doelen op waarmee je jezelf echt gaat uitdagen:

4 Geef de strategie vorm



Ga nu werken aan een plan voor het delen van de content. De content die je hebt ontwikkeld moet eenvoudig te consumeren zijn door je publiek. Ga geen hele wetenschappelijke en ingewikkelde artikelen van ellenlange pagina's delen. Houd het toegankelijk en leuk!

Het is belangrijk te posten met regelmaat en consistentie. Alleen zo bereik je je publiek en krijg je websitebezoekers via je social media posts.

Wat hier in heel belangrijk is: plannen!

Val niet in de valkuil dat je aan 'ad hoc' marketing gaat doen, want dat heeft totaal geen effect.

Met 'ad hoc' marketing bedoel ik, hier en daar wat posten als het je uitkomt en als je er tijd voor hebt.

Maak een planning voor elk blogartikel dat je publiceert. Zo weet je elke dag wat je te doen staat om nog meer bezoekers naar je blog te lokken.

Een contentkalender gaat je hierbij helpen. In een contentkalender bepaal je voor een periode, bijvoorbeeld voor een maand, wat je gaat delen op de social media platforms die je gebruikt.

Kijk daarbij ook naar welk type berichten je gaat plaatsen en wissel af. Is Facebook of Instagram het social media platform wat je zeker gaat gebruiken? Dan is het goed om regelmatig Facebook of Insta Live uitzendingen te gaan doen.

Pin je regelmatig je blogs op Pinterest? Zorg dan dat je voor elk blog een mooie Pinafbeelding maakt en pin deze regelmatig op relevante borden.

Je kunt prima regelmatig oudere blogartikelen posten op alle kanalen.

Gebruik bijvoorbeeld een [Social Media Content Kalender](#) waar in je jouw ideeën en inspiratie al vooraf kunt inplannen.

5 Zet je social media plan in werking



Je hebt de doelen bepaald, de contentkalender gemaakt en nu is het een kwestie van het maken van die connectie met je publiek. Je moet het gesprek aangaan met je publiek en regelmatig content delen om te werken aan de betrokkenheid.

Je gaat nog specifiek kijken naar de contentkalender die je hebt gemaakt. Je kijkt naar wat je wil gaan delen en hoe je dit gaat delen. Daarbij kun je bepaalde stappen gaan automatiseren. Je kunt er bijvoorbeeld voor kiezen om een tool als Later of Buffer te gebruiken en je berichten in te plannen. En de berichten die je

inplant voor meerdere platforms in te plannen.

Maar pas op, want automatiseren van het delen van content moet je spontaniteit niet in de weg staan. Ga geen berichten voor een heel jaar inplannen en er daarna niet meer naar om kijken. Je moet echt de connectie opzoeken en regelmatig inspelen op de actualiteit. En soms is het nodig om bepaalde tips die je geeft of artikelen die je deelt te actualiseren.

Je kunt wel berichten inplannen. Dat doe ik zelf ook. Maar ik gebruik het vooral om berichten te laten plaatsen tijdens de weekenden en mijn vakanties. Verder plaats ik de berichten vaak handmatig. En ik houd doordeweeks altijd ruimte in mijn agenda om te reageren op de mensen die onder mijn berichten reageren.

6 Creëer betrokkenheid en interactie



Ik denk dat je op social media kunt verkopen, maar ik vind wel dat je de verschillende social media platforms niet puur voor de verkoop moet gebruiken. Ik denk namelijk dat verkopen niet altijd bijdraagt aan de connectie en al helemaal niet als je te vaak je producten of diensten verkoopt op een social media platform.

Maar als je dan besluit een keer een product of dienst in de spotlights te zetten op social media, moet je dat wel doen met een plan. Wat daarbij gaat helpen is de contentkalender. Je kunt met behulp van de content

kalender natuurlijk heel goed zien hoe vaak je een product of dienst promoot en hoe vaak je echt waarde deelt.

Bij promoten denk ik niet alleen aan het promoten van een product of dienst. Als ik zie dat op een bericht wat ik heb geplaatst veel gereageerd wordt, weet ik dat het bericht goed werkt voor mijn publiek. Ik kies er dan voor om het bericht voor een paar euro per dag te promoten en op deze manier nog meer mensen te bereiken. Dat doe ik zodat ik hopelijk nog meer betrokkenheid en interactie creëer.

8. Volg de regels van social media Soms lijkt het erop dat op social media alles maar kan. Dat je allerlei soorten berichten kunt promoten, de discussies op kunt zoeken en je schokkende foto's kunt delen. Misschien doe je dat niet als ondernemer, maar zie je dat zeker bij je vrienden voorbijkomen.

Val niet in dezelfde valkuil als ondernemer. Het is prima om zo nu en dan een grens op te zoeken, maar ga deze grens niet over. Je zou kunnen zeggen dat we als ondernemers op social media te maken hebben met speciale normen en waarden. De regels van social media waar jij je aan moet houden als je serieus genomen wilt worden als bedrijf.

Ik heb de belangrijkste regels even voor je op een rij gezet:

- Luister: luister naar je publiek om te weten wat hun problemen zijn, welke frustraties ze hebben en bij welke vragen jij kunt helpen. Een van de beste manieren om op social media te luisteren is het lid worden van of zelf beheren van een Facebookgroep. Mensen stellen hun vragen in de groep en jij kunt ze laten zien dat je op bepaald gebied de expert bent. Tegelijkertijd weet je door de vragen die worden gesteld, wat er momenteel speelt en kun je daarop in spelen in je blog.
- Vertel je verhaal: hiermee bedoel ik dat je echt jouw persoonlijke verhaal gaat delen.
- Blijf consistent: social media werkt niet als je eens in de twee weken naar het platform gaat en een bericht plaatst. Je moet regelmatig actief zijn, want alleen dan

wordt je zichtbaar voor je publiek.

- Behoud focus: laat je niet afleiden door allerlei nieuwe tools die worden ontwikkeld en waar iedere blogmarketeer gebruik van lijkt te maken. Het is prima als je je verdiept in andere platforms of tools voor je marketing, maar ga ze alleen gebruiken als je weet dat je hiermee een connectie kunt maken met je publiek.
- Creëer een ervaring: ga het op social media niet hebben over het proces wat de klant doorloopt. Het gaat over de ervaring die de klant kan krijgen als ze bij jou een product of dienst kopen. Die ervaring ga jij delen op social media. En je geeft ze natuurlijk door de content die je deelt al een heel mooi voorproefje op het resultaat.
- Wees sociaal: is hier eigenlijk nog wel uitleg nodig? Op social media moet je nou eenmaal sociaal zijn om een connectie te maken met je publiek.

7 Mix al het bovenstaande

In deze stap van het versterken van je strategie is het de bedoeling dat je alles waar je over na hebt gedacht, alle doelen die je hebt bepaald en alles wat je nu al doet op social media, gaat mixen. Ga de verschillende type content die je hebt bedacht om waarde te delen met elkaar mixen en test met welke berichten je een connectie maakt met je publiek.

Je kunt ook prima een connectie maken met je publiek door berichten van anderen te delen. Je wilt vooral dat mensen je gaan zien als een expert in je vakgebied, dat jij weet wat waardevol is. En als dat zo nu en dan een bericht is wat door een ander is geschreven, is dat helemaal niet erg. Zolang jij zelf ook maar content blijft ontwikkelen en delen.

10. Meet, weet en optimaliseer Het bekijken van de statistieken is iets wat je geweldig vindt of iets waar je als een berg tegenop ziet. Het is namelijk echt iets waardoor je analytisch te werk moet gaan en jij bent misschien veel creatiever ingesteld. Toch is het heel belangrijk om te kijken naar de statistieken. Je moet namelijk naar de statistieken kijken om te bepalen hoe het met het bereiken van je doelen gaat. Zit je op de goede weg? Welke berichten dragen bij aan je succes? En waar kun je optimaliseren?

Hoe staat het met de strategie die jij gebruikt voor social media? Heb je een strategie die goed werkt of ga je je strategie flink onder handen nemen na het lezen van dit artikel? Deel het in een reactie onder het artikel:

Heel veel plezier met je sterke social media strategie

8. Acht manieren om je blog te promoten met social media

Voor ik verder ga, één belangrijk ding wat je niet mag vergeten. Elk social media platform is uniek. Gebruik die kanalen waarvan je weet dat jouw publiek er ook gebruik van maakt en plaats berichten op tijdstippen dat jouw publiek online is.

1. Twitter

Tweet de titel en de link van je blogartikel op Twitter. Doe dit gedurende de komende dagen nog een paar keer. Bufferapp kan je daar heel goed bij helpen. Met Bufferapp kun je dit automatiseren. Elke volgende tweet over dit artikel bevat een andere tekst uit het blogartikel met natuurlijk een link naar het artikel en eventueel een afbeelding.

2. Pinterest

Plaats een afbeelding in je blogartikel en pin deze op Pinterest met een relevante tekst er bij. Zorg hierbij dat:

- je tekst op de afbeelding plaatst
- er geen mensen op de afbeelding staan (pins met mensen er op worden minder gere-pind)
- je afbeelding een opvallende kleur heeft (valt meer op in de drukke Pinterest feed)
- je afbeelding in portret is. Liever hoger dan breder.

Je kunt een afbeelding bewerken en er tekst op zetten in een gratis programma als [Canva](#) of [Pixlr](#).

3. Facebook

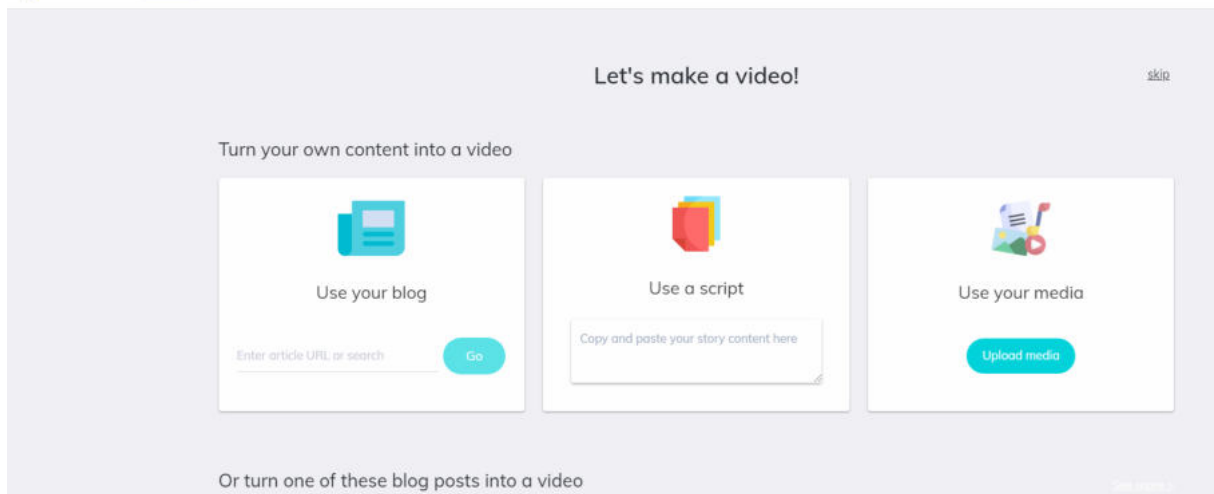
Maak er een gewoonte van een link naar je blogartikel te posten op je Facebook pagina en je persoonlijke profiel. Facebook haalt de afbeelding op uit jouw bericht. Wil je daar controle over hebben, plaats dan een uitgelichte afbeelding in het WordPress blogartikel. Die wordt altijd als eerste opgehaald door Facebook. Zorg dat deze afbeelding bij voorkeur 1200 x 628 pixels is.

4. LinkedIn

Deel de link naar je blogartikel in een update op je LinkedIn homepage. Deel het ook in relevante groepen. Plaats het artikel alleen in een groep als je zeker weet dat het toegestaan is door de groeps eigenaar. Lees hiervoor de groepsregels.

5. YouTube

Zet je blogartikel om naar video en plaats de video op [YouTube](#). Dat is een goed idee, zeker als je tips geeft of een handleiding. Je kunt een schermopname maken van je handleiding met [Screenr](#) of [Snagit](#). Of gebruik de tool [Lumen5](#).



Super handige tool! Je plaatst de link naar je blog in Lumen5 en je video wordt samengesteld.

6. Instagram

Je kunt je blogartikel op meerdere manieren promoten met [Instagram](#). Plaats een foto met onderschrift, deel een tip, stel een vraag of verwijs naar je blog.

Vergeet niet de link naar je blog in je bio te plaatsen zodat je kunt verwijzen naar je bio voor de link.

7. Andere blogs

Geef een reactie op relevante blogartikelen van anderen met een link naar jouw blogartikel.

8. Nieuwsbrief

Plaats het artikel in je nieuwsbrief met een 'lees verder' link naar je blog, zodat lezers doorklikken.

Heel veel succes met je social media strategie voor je blog!

Anne Raaymakers
Fanfactor® BV
Torenallee 68-50
5617 BD Eindhoven

