

ORGANISCH

DE ULTIEME GIDS

SCOREN

GESCHREVEN DOOR LAURA VAN ESVELD

OP FACEBOOK

De ultieme gids
voor
ondernemers!

Facebookles.nl





INHOUD



Wat kun je allemaal vinden in deze gids?

ONDERWERP	PAGINA
Inleiding	3
EdgeRank	4
Inspiratie voor posts	6
Interactieve posts	7
Contentplan	11
Structuur	13
Smaakt naar meer?	14

Dit e-book is een bijdrage van Laura van Esveld van [Facebookles.nl](https://facebookles.nl)

INLEIDING

Wat kun je van deze gids verwachten?

Structureel posten op Facebook kan soms best een uitdaging zijn. Bovendien zit je zelf vaak zo diep in je eigen materie dat je je bijna niet meer voor kunt stellen waar je volgers op zitten te wachten.

De eerste en misschien wel belangrijkste tip die ik je mee wil geven is: **Ga terug naar de basis**. Jouw (nieuwe) volgers hebben waarschijnlijk nog geen flauw idee over je dienst of product. Ze hebben de klok horen luiden, maar weten nog niet zeker waar de klepel hangt.

Bied je bijvoorbeeld NLP cursussen aan? Beantwoord dan regelmatig de simpele vraag 'Wat is NLP?'. Ben je een SEO tekstschrijver? Beantwoord dan regelmatig de simpele vraag 'Wat is SEO?'.

Vakjargon gebruik je alleen als je echt een specialistische doelgroep bedient, anders niet.

Vervolgens wil ik graag een mythe ontkrachten door je heel duidelijk in de oren te knopen: **Niet iedereen krijgt al je posts te zien**. Wees nooit bang om teveel, te vaak, te structureel te posten. De kans dat iemand twee keer een bijna identieke post voorbij ziet komen is bijzonder klein.

Dat gezegd hebbende wens ik je heel veel succes, lees- en leerplezier. Als je de stappen in dit e-book volgt ontwerp je een Facebookpagina die zichzelf onderhoudt én een grote bron van voor je gaat worden.

Lieve groetjes,

Laura van Facebookles.nl



EDGERANK

Hoe werkt het algoritme van Facebook?

EdgeRank is het Algoritme van Facebook dat bepaalt welke post waar in de tijdlijn van de gebruiker verschijnt. Want geloof het of niet, niet iedereen die je bedrijf volgt krijgt ál je posts te zien. Het aanbod voor iedere gebruiker is zo enorm geworden, dat Facebook Ranking een selectie maakt uit alle posts die op dat specifieke moment voor handen zijn.



ALGORITME: Een Algoritme is een formule of een reeks stappen ontworpen om een probleem op te lossen.

De stappen die EdgeRank onderneemt, iedere keer dat een gebruiker online komt, zijn de volgende:

Stap 1: Inventory (Inventariseren)

Welke posts zijn beschikbaar? Ranking inventariseert welke posts er op dat moment aanwezig zijn op Facebook die nog niet eerder getoond zijn aan de specifieke gebruiker.

Stap 2: Signals (Signalen)

Die posts worden vervolgens gescand op meer dan honderdduizend elementen zoals: Hoe oud is de post? Wie heeft het gepost? Wat is de type post? Hoe laat is het nu? Zit de gebruiker in de mobiele app of in zijn desktop browser? Dit gaat zo ver dat zelfs je internetsnelheid invloed heeft.

Stap 3: Predictions (Voorspellingen)

Hoe groot is de kans dat de gebruiker de post een like geeft, deelt of een reactie plaatst? Wat was eerdere interactie tussen de gebruiker en de plaatser?

Stap 4: Scores (Relevantie score)

Aan de hand van stap 1 tot en met 3 kent EdgeRank een score toe aan de post. Hoe hoger de score hoe hoger je in de tijdlijn van de gebruiker belandt.

Zodra een gebruiker online komt scant het Facebook algoritme álle posts razendsnel op de volgende punten:

Wie?



Wanneer?

Wat?

Betrokkenheid?

Waarom is dit belangrijk?

Inzicht in de werking van EdgeRank kan je helpen het bereik van je eigen pagina te vergroten. Het belang van wisselen tussen verschillende typen posts, het gebruik van gevarieerd beeldmateriaal en het maken van waardevolle content wordt alleen maar benadrukt. Facebook is constant op zoek naar de meest waardevolle én meest gewaardeerde posts die beschikbaar zijn. Betrokkenheid genereren is daarbij cruciaal. Hoe hoger de betrokkenheid, hoe groter je bereik, hoe eerder je potentiële nieuwe klanten je product of dienst kunt tonen.

INSPIRATIE

Wat moet je posten voor maximale betrokkenheid?

Soms is het lastig om te bedenken wat je nú weer moet posten. Alles lijkt al gezegd en zitten je volgers wel op updates van alledag te wachten?

Nu je inzicht hebt in de werking van het Facebook Algoritme, hoef je je nooit meer te schamen voor dubbele posts. De kans dat een volger hetzelfde bericht nog een keer in zijn tijdlijn langs ziet komen is erg klein. Heb je een goed artikel geschreven? Dan mag je die natuurlijk vaker delen. Om het origineel te houden kun je bij iedere post een andere teaser of caption schrijven.

Post-ideeën

De mogelijkheden zijn écht eindeloos. Na de lijst met post-ideeën volgen een aantal voorbeelden van posts die het per definitie erg goed doen voor de betrokkenheid. Ofwel de 'interactieve posts'.

Een eigen **blog** of artikel delen.

Een **succesverhaal** delen.

Een veelgestelde **vraag** delen en het antwoord geven.

Je **nieuwsbrief** delen.

Een **nieuwtje** delen.

Een **klant in het zonnetje** (die je vervolgens kunt taggen).

Vertellen over je **uitdagingen**.

Een **extern**

Een kijkje **achter de schermen**.

artikel delen/aanbevelen.

Een persoon **voorstellen**.

Een handige **tool** of website delen.

Iets **aankondigen** dat op de agenda staat.

Iets **grappigs** delen.

Een **inspirerende quote** maken.

Een eigen **product** tonen (en taggen).

Iets **vieren** (een x-jarig bestaan).

Een **vraag** stellen.

Een eigen **dienst** tonen (en taggen).

Een eindproduct/**resultaten** tonen.

Een **mening** vragen.

Een **verslag** van de dag/week/weekend.

Oproepen om iets te doen of delen.

INTERACTIEVE POSTS

De échte winnaars op het gebied van betrokkenheid.

Interactieve posts zijn posts ontworpen om de betrokkenheid te stimuleren. Opvallende posts waar gebruikers wel op moeten reageren. Maak gebruik van de nieuwsgierigheid die we allemaal in ons hebben. Als we een puzzel zien willen we die oplossen, als een vraag ons aanspreekt dan willen we die beantwoorden. Gebruik dat bij het ontwerpen van je volgende 'interactieve' posts.



PRO TIP: Ben je bang dat gebruikers langs je post heen scrollen? Gebruik dan knallende kleuren. Een foto met iets meer contrast geven kan er ook voor zorgen dat een scrollend oog langer blijft hangen.



Canva is een ware gamechanger op het gebied van post ontwerp. Deze tool geeft je alle mogelijkheid om de mooiste visuals zelf te ontwerpen.

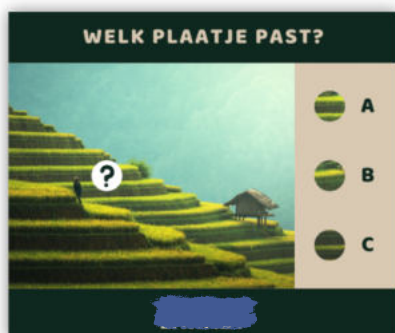
De gratis versie heeft al ontelbare mogelijkheden, maar die paar euro die je betaalt voor de Premium versie is zeker de moeite waard. Je krijgt toegang tot veel meer stockafbeeldingen en elementen die je posts net een beetje anders maken.

Bij ieder voorbeeld dat nu volgt vind je een button. Deze button opent een sjabloon in Canva zodat je deze zelf in kunt vullen en aan kunt passen aan je eigen huisstijl.

Veel plezier met ontwerpen!

1. Het zoekplaatje

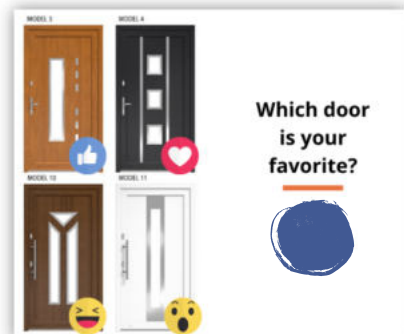
Het zoekplaatje daagt gebruikers uit, ze móeten deze puzzel gewoon oplossen! En dat nodigt uit tot interactie. Mensen worden graag uitgedaagd, gebruik dat en zie je betrokkenheid toenemen.



Vergeet het juiste antwoord niet voor jezelf te noteren.

2. Een stem uitbrengen

We laten graag zien hoe slim we zijn, maar we geven misschien nog wel liever onze mening. Roep in de caption op om de stem ook toe te lichten in de comments om te voorkomen dat er alleen maar likes op de post komen.



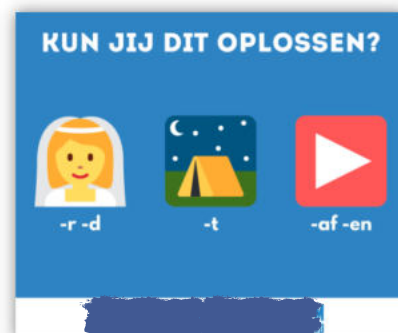
Je kunt dit type ook gebruiken om achter bepaalde voorkeuren van je doelgroep te komen. Dat geeft je waardevolle inzichten!

3. De hersenkraker

De hersenkraker blijft een populair type post op Facebook. Een rebus is eenvoudig relevant voor je business te maken, maar ook reken-raadsels met leuke emoji's kunnen relevant gemaakt worden.



sjabloon



Het zoekplaatje, een stem uitbrengen en de hersenkraker zijn slechts een aantal voorbeelden van 'interactieve posts'. In de cursus Facebookles Compleet ontdek je nog drie voorbeelden mét Canva sjablonen die je vrij kunt gebruiken. [Klik hier](#) voor meer informatie.

CONTENTPLAN

Nu alvast bedenken wat je de komende tijd gaat posten

Structuur en variatie zijn enorm belangrijk op Facebook. Door met regelmaat een post te plaatsen vergroot je je bereik en je voorkomt 'volgersmoeheid' door variatie te brengen.

De contentplanner is een agenda voor je berichten op Facebook. Werk met thema's. Je hebt commerciële / verkoop posts, vragen, tips, quizzes, feit/fabels, blogs en nog veel meer!

Wissel posts over je producten of diensten af met laagdrempelige posts en interactieve posts. Met de contentplanner bij de hand weet jij precies wanneer welk thema aan de beurt is.

Door ieder type post een eigen 'letter' te geven kun je gemakkelijk vooruit plannen. A is bijvoorbeeld een blog delen, B is ongegeneerd verkopen en C is een interessant extern artikel delen.

Bekijk hieronder het voorbeeld of vul het contentplan zelf in met de verschillende typen posts.

CONTENTPLAN
Bedrijfsnaam | Aantal posts per maand

Week A

Type post	
Dinsdag	Ongegeneerd verkopen (eigen product of dienst in de schijnwerpers)
Donderdag	Interactieve content (vraag stellen, poll, oproepen tot taggen)
Zaterdag	Blog (eigen blogartikel van website delen)

Week B

Type post	
Maandag	Quote (inspirerende quote opemaakt in eigen huisstijl)
Woensdag	Ongegeneerd verkopen (eigen product of dienst in de schijnwerpers)
Vrijdag	Humor (viral content delen)

Facebookles.nl

CONTENTPLAN
Bedrijfsnaam | Aantal posts per maand

Week A

Type post	
Dinsdag	
Donderdag	
Zaterdag	

Week B

Type post	
Maandag	
Woensdag	
Vrijdag	

Facebookles.nl

CONTENTPLAN
Post ideeën

Interactief:

- Een zoekplaatje maken.
- Een vraag stellen.
- Een poll houden.
- Een mening vragen.
- Oproepen om iets te doen of delen.
- Oproepen om iemand te taggen.
- Een like, share- en interactie.
- Een vorm afbeelding maken.
- Een lijst met namen / gebroedersnamen.

Kennis delen:

- Een eigen blog of artikel delen.
- Een vergaande vraag beantwoorden.
- Een succesverhaal / klantcase delen.
- Je nieuwste blogpost.
- Verhalen over je uitdagingen.
- Een extern artikel delen / aanbevelen.
- Een handige tool of website delen.
- Een videobericht / resultaten tonen.

Ongegeneerd verkopen:

- iets aankondigen dat op de agenda staat.
- Een eigen product tonen (en taggen).
- Een eigen dienst tonen (en taggen).
- Een succesverhaal delen.
- Je gratis weggever delen.
- Een nieuwje delen.
- iets winnen (of lanceren).
- Een succesverhaal delen.
- Verhalen over je uitdagingen.

Persoonlijk:

- Een klant in het zonnetje.
- Een kijkje achter de schermen.
- Een persoon voorstellen.
- Een verslag van de dag / week / weekend.
- Een succesverhaal delen.
- Verhalen over je uitdagingen.

Voorbeeld



Zelf invullen



De 2-2-2 regel

De 2-2-2 regel is een echte gamechanger als het aankomt op structureel, waardevolle content aanbieden aan je volgers. Als je je aan deze regel houdt, dan bouw je een pagina op die zichzelf op de lange termijn onderhoudt.

Stel je hebt een geweldig artikel geschreven en deze op je website geplaatst. Vervolgens post je hem op Facebook en 'dat was het'.

Met de 2-2-2 regel heb je veel langer profijt van de (waardevolle) content die je produceert.

Dit is hoe het werkt:

Je plaatst een post vandaag, 2 dagen later nog een keer, 2 weken later nog een keer en 2 maanden later nog een keer. Al deze posts plan je natuurlijk vooruit in én iedere post krijgt zijn eigen teaser of caption zodat hij nooit identiek is aan een eerdere post.

Voorbeeld: Je post op 1 maart, op 3 maart, op 17 maart en op 17 mei dezelfde content met een iets andere inslag.

Je kan je voorstellen als je dit bij 10, 50 of 100 posts doet, je op termijn een 'zelfvoorzienende' pagina hebt.

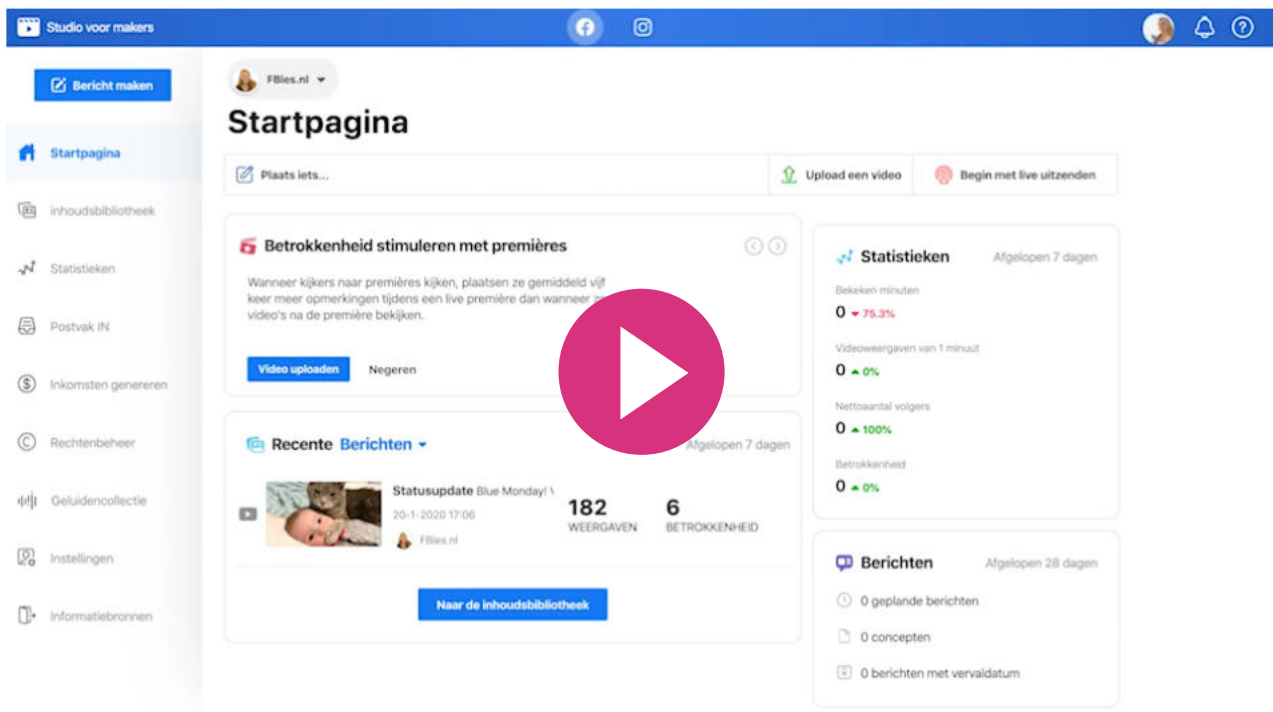


STRUCTUUR

Plan je posts vooruit in om tijd te besparen

Nu je een strak contentplan hanteert kun je natuurlijk zelf online gaan als een postmoment is aangebroken. Gelukkig maakt Facebook het je veel gemakkelijk. Je kunt je posts inplannen op datum en tijdstip met behulp van Creator Studio.

In deze video laat ik je zien hoe je dat doet:



Creator Studio



Met Creator Studio kun je ook Instagramposts inplannen!

SMAAKT NAAR MEER?

Stroom extra voordelig door naar Facebookles Compleet

Natuurlijk bestaat Facebookmarketing uit veel meer dan alleen structureel leuke content posten. Met de juiste strategie kost Facebook je niet alleen tijd, maar levert het je ook **serieuze omzet** op.

Ben je klaar om die strategie je eigen te maken en Facebook écht als aan baas vóór je te laten werken?

Dan bied ik je graag de optie om met ***50% korting** door te stromen naar de cursus **Facebookles Compleet**.

In deze cursus heb ik ál mijn kennis over Facebook gebundeld en in praktische lessen gegoten. Je kijkt mee op mijn scherm, voert zelf opdrachten uit en doet tussentijdse toetsen om te zien of je de stof hebt begrepen.

Gebruik de code BOOST in de checkout voor 50% korting!

Naar Facebookles Compleet



Gebruik de code
BOOST voor 50%
korting!

*Je ontvangt 50% korting op de geldende prijs op moment van aanmelden. Deze code is dus wel te gebruiken in combinatie met andere aanbiedingen, maar niet in combinatie met andere kortingscodes.

