

Hoe belangrijk zijn sociale media voor uw onderneming?

Twitter, LinkedIn, Facebook, Hyves, YouTube. Het is maar een greep uit het aanbod van Social Media waar je je als onderneming bij kunt aansluiten. Met speels gemak kunt u uw bedrijf via een videofilmje op internet in een notendop presenteren bij de juiste doelgroep. Het inzetten van alleen een website is binnenkort ondenkbaar. Social Media marketing gaat een steeds belangrijker rol spelen in de relatiemarketing van bedrijven. Heeft u al goed nagedacht wat de consequenties zijn van het inzetten van Nieuwe Media voor uw bedrijf of organisatie? Ziet u hierin nieuwe kansen of wellicht bedreigingen? De mening van ons panel.

■ Rob van Veenendaal

Rob van Veenendaal - INEXTENS Loopbaanadvies Utrecht

In mijn vakgebied is dit een goede extra mogelijkheid voor mensen die een andere baan willen. Of überhaupt een baan. Door gebruik te maken van sociale media ben je als werkzoekende beter vindbaar. Voor cliënten die op zoek willen naar een andere functie of organisatie is het zeer handig. Via internet kan je natuurlijk al allerlei informatie vinden over bedrijven. Via LinkedIn kan je werken aan jouw profilering, en ook mensen vinden

die al bij een bedrijf of in een vakgebied werken dat je aanspreekt. Netwerken dus via het net. Ook voor opdrachtgevers is het interessant om bij te blijven op het gebied van social media. Online kan je specifieke talenten en medewerkers zoeken en oproepen met precies die kwaliteiten en vaardigheden die je nodig hebt. Dat kan je als organisatie zelf doen of door het inschakelen van een bureau voor werving en selectie dat ook werkt (of uitsluitend) met de social media.



■ Anoek Breunese

Anoek Breunese - A&E uitzendbureau

Om een maximaal rendement te halen uit inzet van social media is een gestructureerde aanpak noodzakelijk. Een gedegen voorbereiding om er zeker van te zijn dat de dialoog met de juiste doelgroepen via de juiste kanalen wordt gevoerd, maakt onderdeel uit van deze aanpak. Analyseer doelstellingen, doelgroepen en randvoorwaarden. U moet weten op welke social media uw doelgroepen zich bevinden en hoe (intensief) deze worden gebruikt. Aan de hand van de bestaande communicatiedoelstel-

lingen formuleert u concrete doelen voor het social media beleid. Binnen ons bedrijf zien wij veel voordelen van het gebruik van social media. De inhoud van social media websites is vrijwel altijd deelbaar en eenvoudig te verspreiden binnen een netwerk. Dit houdt in dat zeer snel veel mensen bereikt worden. Social media zijn snel doorzoekbaar en actueel en scoren zeer goed in zoekmachines. Uiteraard zijn er ook bedreigingen. Doordat iedereen alles kan zeggen kan dit zorgen voor positieve maar ook negatieve publiciteit. Daardoor is niet alles even betrouwbaar. Kortom er liggen kansen als u het gedegen aanpakt!



■ Harold Eggenkamp

Harold Eggenkamp - Univé Regio Utrecht

Social media is voor een dienstverlenend bedrijf als Univé geen bedreiging, maar juist een kans. Het is een bron van communicatie en informatie die zich eenvoudig en razendsnel verspreidt onder een ongekend groot publiek. Door de behoefte aan transparantie gebruikt de consument social media steeds vaker in het beslissingsproces door ervaringen te delen en informatie uit

te wisselen. Daarin schuilt direct het afbreukrisico: ga je er als organisatie niet zorgvuldig mee om, dan kan reputatieschade al snel het gevolg zijn. Het is zaak om in ieder geval te luisteren en zowel positieve als negatieve berichten over je dienstverlening te signaleren. Als organisatie kun je vervolgens kansen creëren en benutten door direct in te spelen op de wensen en behoeften van de consument.



■ Sharon de Ruwe

Sharon de Ruwe - Blömer accountants en adviseurs

Binnen onze organisatie is het belang van Social Media niet meer te ontkennen. Social Media platformen zijn ideaal om in contact te komen met je doelgroep. Daarnaast kun je de eigen organisatie online goed profileren. Verder laat je zien met de tijd mee te gaan en de organisatie van 'vers bloed' te voorzien. Social Media brengen ook risico's met zich mee. Mensen delen meningen en ervaringen over bedrijven via het Internet, die de re-

putatie kan schaden. Het is belangrijk een Social Media Code te hebben waarin o.a. staat hoe hiermee om te gaan. Momenteel zijn wij bezig om Social Media te integreren binnen onze eigen marketingstrategie. Om dit tot een succes te maken, is intern draagvlak een pré. De basis van vrijwilligheid moet voorop staan. Het heeft geen zin om verplichtingen op te leggen. Dit heeft een averechts effect op de motivatie en bereidheid om actief met Social Media om te gaan.

