

# Stappenplan voor social media

## De wereld van LinkedIn, Facebook en Twitter

Maakt u al gebruik van de kracht van social media? Of hebt u er vooral weerstand tegen door negatieve berichten in het nieuws en van anderen? Het is in ieder geval de moeite waard om te onderzoeken welke zakelijke mogelijkheden deze media bieden, en ook welke gevaren op de loer liggen.

**Tekst:** Marja van der Ende, massagetherapeut en coach

Social media zijn niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Zoals het haast ondenkbaar is dat er in Nederland nog mensen zijn zonder computer, internet of e-mail, zo zal over een aantal jaren nagenoeg iedereen een vorm van social media gebruiken om te communiceren. Gemak is het grote voordeel; met een druk op de knop kan een bericht bij een grote groep mensen terechtkomen. Ook informatie voor markt- of gezondheidsonderzoek kunt u soms sneller vinden als u uw netwerk via deze kanalen daarom vraagt, dan wanneer u een zoekmachine gebruikt.

### Gevaren

Natuurlijk bevat de negatieve berichtgeving een kern van waarheid. Als verspreider van berichten bent u zelf verantwoordelijk voor wat u plaatst. Schrijven dat u vier weken met vakantie bent en daar nog bijna aan toevoe-

gen waar de sleutel van de voordeur ligt bij calamiteiten, is vragen om moeilijkheden. Ook de Facebook-rel in Haren is een goed voorbeeld. Daar plaatste een meisje van 16 een uitnodiging voor haar verjaardag in een open bericht waardoor het verspreid kon worden door iedereen die op Facebook zit. Een ander aandachtspunt is het onbewust opbouwen van uw imago. Bent u regelmatig te vinden in discussiegroepen en gaan discussies er soms hard aan toe? Dan ontstaat een beeld van u als u daar zelf fel in meeschrijft. Ook dan bent u zelf verantwoordelijk voor uw berichten en de toon daarin. Soms is het lastig een gevoel duidelijk te maken; het gebruik van smileys en beeldmateriaal is handig om toch emotie mee te zenden waardoor de ander beter begrijpt wat u bedoelt. Soms bent u zelf niet eens de veroorzaker van een rel. Op Facebook is het bijvoorbeeld

mogelijk foto's en filmpjes te plaatsen waarin u 'getagd' wordt. Een 'tag' is een verbinding tussen u en een foto/bericht. Denk aan foto's op feestjes in privésfeer waar u zelf niet voor zou kiezen om deze te plaatsen. Om dit te voorkomen, kunt u in de profielinstellingen aangeven dat u voor iedere tag toestemming wilt geven. Conclusie: wees goed op de hoogte van technische instellingen en mogelijkheden voordat u actief social media gaat gebruiken voor communicatieuitingen.

### Het doel van social media

Elk platform heeft een eigen bedoeling en eigen specifieke functionaliteiten. LinkedIn is vooral een medium dat zakelijk interessant kan zijn om uw achtergrond te laten zien, om uw netwerk in kaart te brengen en om contacten te leggen en te onderhouden. Facebook is een meer persoonlijk gericht medium, waarbij het profiel uitgebreid kan worden met een zakelijke bedrijfspagina, zodat u kunt splitsen met wie u contact houdt. Facebook wordt veel gebruikt voor het verspreiden van foto's, blogs en YouTube-filmpjes. Twitter is een vluchtig medium bedoeld om te microbloggen: het verzenden van korte berichtjes van maximaal 140 tekens met nieuws dat voor anderen interessant kan zijn en zaken waar u zich bijvoorbeeld over verbaast, door ontroerd voelt of teleurgesteld in bent. De omloopsnelheid van een bericht is maar een paar seconden. Hoe groter het netwerk van Twitter-accounts dat u volgt, hoe minder een tweet van een afzonderlijke Twitteraar u zal opvallen. Google+ is bedoeld om een samengevoegd platform te bieden van de hiervoor genoem-

