

Doelen stellen

SLIM OP SOCIAL MEDIA (DEEL 1)

In 2024 is het niet meer de vraag óf je als ondernemer actief bent op social media, maar h  e je dit het beste kunt aanpakken. Het kan helpen om de zichtbaarheid te vergroten, nieuw personeel aan te trekken en een sterk imago op te bouwen. In deze eerste aflevering van de serie gaan we in op het stellen van doelen.



Koos Luijk (rechts) merkt dat het in beeld brengen van mensen een positief effect heeft.

'HET HEBBEN VAN EEN PLAN ZORGT ERVOOR DAT JE JE TIJD EN MIDDELEN EFFICIËNT GEBRUIKT'

Het opstellen van specifieke doelen is de eerste stap in het effectief gebruiken van social media. Zonder duidelijke doelen is het moeilijk om te meten of je inspanningen succesvol zijn. Hier zijn een paar voorbeelden van doelen die je kunt overwegen:

Meer volgers krijgen. Dit betekent dat meer mensen je berichten zien en de naam van jouw bedrijf vaker voorbij komt. Je blijft 'in het koppie' zitten.

Websiteverkeer vergroten. Door links naar je website te delen op social media kun je meer bezoekers naar je website trekken. Dit kan leiden tot nieuw personeel of aanvragen voor werk.

Directe verkopen stimuleren. Social media kunnen ook direct bijdragen aan je verkoop. Dit kan door middel van promoties, speciale aanbiedingen of door producten direct via platforms zoals Facebook en Instagram te verkopen.

MAAK JE DOELEN MEETBAAR

Wekelijks zichtbaar zijn op social media is gemakkelijk te meten: gewoon bijhouden wat je plaatst. Minder eenvoudig is het op jaarbasis berekenen hoeveel omzet is gerelateerd aan je berichtgeving. Een voorbeeld: je hebt een nieuwe spuitmachine om onkruid te bestrijden en je maakt er een mooi bericht van op social media. Vervolgens gaat de volgende dag de telefoon. Wie zet er dan een vinkje achter 'omzet via social media'?

Omschrijf je doelen specifiek. In plaats van te zeggen "Ik wil meer volgers" zeg je "Ik wil binnen drie maanden 500 nieuwe volgers krijgen". Dit maakt het gemakkelijker om te bepalen of je op de goede weg bent.

Nog een voorbeeld van een doel: ik wil binnen één jaar mijn netwerk uitbreiden met mensen uit (semi-)overheidsinstellingen zoals Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten en Rijkswaterstaat om daar uiteindelijk zaken mee te kunnen doen.

Het hebben van een plan zorgt ervoor dat je je tijd en middelen efficiënt gebruikt. In een sector waarin tijd en middelen vaak schaars zijn, is dit bijzonder belangrijk.

TIPS VOOR HET STELLEN VAN DOELEN

Wees specifiek. Vage doelen leiden tot vage resultaten. Zorg ervoor dat je doelen specifiek en duidelijk zijn.

Wees realistisch. Stel doelen die haalbaar zijn. Het is beter om kleine, haalbare doelen te stellen en deze te overtreffen dan om onrealistische doelen te stellen en gefrustreerd te raken.

Evalueer en pas aan. Social media zijn een dynamisch veld. Wat vandaag werkt, werkt morgen misschien niet meer. Evalueer regelmatig je voortgang en wees bereid om je doelen en strategieën aan te passen.

NIEUWE SERIE

Vanaf dit nummer starten we een serie over het gebruik van social media. Deze artikelen worden geschreven door Koos Luijk, een ervaren social-mediaspecialist in de sector groen, grond en infra. De serie biedt handvatten om je aanwezigheid op social media te optimaliseren. Een goed gebruik geeft je de mogelijkheid om als bedrijf je hoofd wat hoger boven het maaiveld uit te steken, maar ook om de sector een positief imago te geven. Stap voor stap behandelen we zaken als het stellen van doelen, doelgroepen, inhoud en planning, vol met praktische tips die je direct kunt toepassen.

Heb je een vraag? Stel hem via e-mail cumela@koosluijk.nl en dan beantwoorden we die direct met een bericht op LinkedIn, Facebook of Instagram.

Tekst en foto: Koos Luijk