

Kies tegen SLIM OP SOCIAL MEDIA (DEEL 2) wie je praat

In het tweede deel van deze serie gaan we in op de vraag: tegen wie praat je? Wanneer je praat tegen een opdrachtgever gebruik je andere bewoordingen dan wanneer je praat met een trekkerchauffeur of grondwerker. Logisch toch? Zo werkt het ook met social media. Als je bedenkt waarom je een bericht plaatst, kun je daarop je toon aanpassen. Het is goed om eerst een analyse te doen van je doelgroep.



Bedenk bij het maken van een bijdrage voor social media altijd op wie je je richt.

Via de sociale media kun je heel verschillende doelgroepen bereiken. De berichten moet je dus ook op verschillende manieren maken, want het is net als op het bedrijf: tegenover een opdrachtgever gebruik je een andere stijl dan op het bedrijf in de kantine. Wel moet je overal jezelf blijven. Een hulpmiddel om in beeld te brengen tegen wie je gaat praten, is het beantwoorden van de volgende vragen:

- Wat is de leeftijd van de mensen in mijn doelgroep?
- Waar wonen zij?
- Wat is hun opleidingsniveau en beroep?
- Wat zijn hun interesses en behoeften?

Een goed hulpmiddel is ook jezelf verplaatsen in de persoon die je wilt bereiken. Wanneer je op zoek bent naar personeel, redeneer dan vanuit de persoon die je zoekt. Draai de vraag om en bedenk wat jij zou willen weten als je niet lekker op je plek zit en hebt bedacht dat je op zoek gaat naar een andere baan. Wat zou je dan willen weten van je nieuwe werkgever, werkplek en collega's of het bedrijf?

Voor agrarische bedrijven kan de doelgroep bijvoorbeeld bestaan uit medewerkers die bij agrarische bedrijven werken, bij andere bedrijven of in aanverwante bedrijfstakken, zoals bij hoveniers. Je weet echter dat je vooral chauffeurs en machinisten zoekt. Heb je een grondverzet- of infrabedrijf, dan zoek je soms breder, bijvoorbeeld ook projectleiders of tekenaars. Dan richt je

je ook op medewerkers van andere bedrijven, bijvoorbeeld van grote ondernemingen. Die wil je laten zien hoe gezellig het is om te werken op een kleiner familiebedrijf.

WAAR IS JE DOELGROEP ACTIEF?

Niet elk social-mediaplatform is geschikt voor elke doelgroep. Het is belangrijk om te weten waar jouw doelgroep actief is. Elk platform heeft namelijk wel eigen gebruikers. Belangrijk voor onze sector zijn:

Facebook. goed voor een brede doelgroep. Ideaal voor het delen van foto's en verhalen over projecten. Hier kun je ook je vacatures delen.

LinkedIn. Perfect voor het bereiken van professionals en zakelijke netwerken. Deel hier bijvoorbeeld project-updates, verhalen uit je bedrijf (jubilea) en vacatures van projectleiders, tekenaars en werkvoorbereiders.

Instagram. Geweldig voor visuele content. Ideaal voor het laten zien van voor- en na-foto's van projecten of een kijkje achter de schermen.

Zoek dus een juiste mix van benadering en platform om optimaal met je omgeving in contact te komen, zodat je de tijd die je hebt ook efficiënt inzet om de goede mensen te bereiken.

SLIM OP SOCIAL MEDIA

In deze serie legt Koos Luijk alles uit over het slim gebruiken van social media. Luijk is een ervaren social-mediaspecialist in de sector groen, grond en infra. Een goed gebruik van social media 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. Scan de qr-code en bekijk de eerder verschenen stappen.



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.