





Social Media Algemeen

Welke kanalen gebruik je waarvoor?

Er zijn veel 'sociale' kanalen beschikbaar zoals LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, weblogs, etc. Maar welk kanaal gebruik je waarvoor en welke doelgroepen vind je op welk kanaal?

kanaal	doelgroep	trends
 Facebook 9,6 mio NL gebruikers, 6,8 mio dagelijks.	Privé gebruik 30+	Gebruik groeit vooral onder ouderen (65+) Live streaming en video
 Twitter 2,6 mio NL gebruikers, 0,9 mio dagelijks.	Professionals 30+	Gebruik neemt langzaam af, met name onder jongeren.
 LinkedIn 4,2 mio NL gebruikers, 0,3 mio dagelijks.	Professionals 45+	Het gebruik van bedrijven- pagina's neemt toe.
Instagram 	Jongeren 15 t/m 30	Groeit onder jongeren (tot 30)

Doelgroep en stakeholders in kaart brengen

9 op de 10 Nederlanders is actief op sociale media. Stel daarom de volgende vragen om af te stemmen wie je wilt bereiken en wat daarvoor een geschikte manier kan zijn:

- Wie willen we bereiken (en welke leeftijdscategorie)?
- Op welk sociale media-platform(en) is deze doelgroep actief?
- Op welke manier is deze groep bij IVN betrokken?
- Wat zijn de interesses van de doelgroep?
- Waar is de doelgroep naar opzoek?
- *What's in it for them?*

*'Onze gemiddelde
aandacht spanne is
8 seconden. Dat is
een seconde minder
dan een goudvis.'*

Vergeet ook je **stakeholders** niet! Met wie werk je regelmatig samen? Denk aan gemeenten, provincie, experts, andere natuurorganisaties en lokale media. **Noteer hun Facebook en Twitter account** om ze in relevante berichten te kunnen taggen.

Algemene tips

- Gebruik **foto's/ afbeeldingen/** filmpjes/ gifs. Social media posts met visuele content zorgen voor 180% (!) meer engagement (likes, reacties, retweets en shares)
- **Link altijd door** naar iets, bijvoorbeeld een website
- Gebruik een **call-to-action** (deel dit bericht/ please RT) **of vraag** in het bericht.
- Gebruik populaire **hashtags (#)** op Twitter
- Vermeld **stakeholders (@)**
- **Like, deel en retweet** zelf ook relevante berichten

'Tweets met 1 of 2 hashtags leiden tot twee keer zoveel interactie.'

Timing en frequentie

Het moment waarop een bericht online komt heeft veel invloed op het bereik en de interacties. De meeste mensen kijken tussen **12:00 en 16:00** uur op social media. Het is belangrijk om met regelmaat berichten te posten op een social media kanaal. De 'noodzakelijke' frequentie verschilt per kanaal.

Aanhaken op trends

Gebruik de actualiteit om berichten relevanter te maken en het bereik te vergroten.

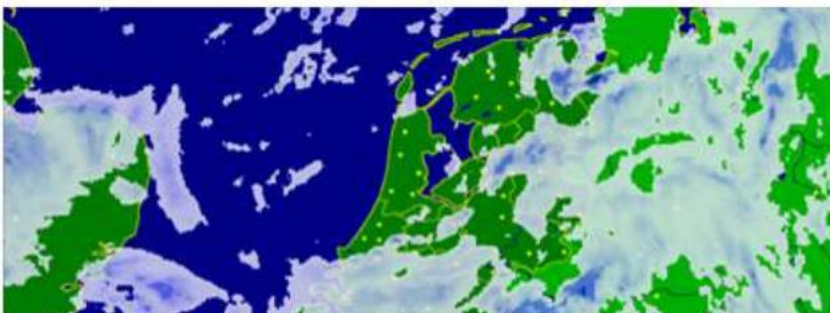
- Zijn er nu **populaire #'s**?
- Is er een nationale feestdag/ vakantie waar jouw aanbod op aan kan haken? www.issuekalender.nl geeft een overzicht van alle nationale feestdagen.



IVN, Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid

Gepubliceerd door Merel Den Otter [?] · 25 april ·

Het is weer meivakantie! En weer of geen weer, de natuur beleven met IVN kan altijd! 😊



Richtlijnen vanuit het landelijk bureau

- Houd altijd de missie van IVN voor ogen bij de inzet van sociale media. De beeldtaal van IVN is **mens én natuur**.
- Sluit aan op **landelijke campagnes** van IVN kanalen.
- **Gebruik nooit zomaar foto's van internet!** Denk aan portret- en auteursrechten van afbeeldingen. www.pixabay.com is een voorbeeld waar rechtenvrije afbeeldingen te vinden zijn.

Gratis afbeeldingen van hoge kwaliteit

Meer dan 820.000 gratis foto's, vectoren en illustraties

Zoek images, vectoren en videos

Alle afbeeldingen

