



Wat voor content kun je op Facebook plaatsen?

Quotes, gebruik vooral korte en pakkende quotes en zorg dat deze relevant zijn voor je doelgroep. Als het je wat aan inspiratie ontbreekt, dan heb ik een heel handig artikel voor je geschreven waar je heel veel inspiratie voor quotes kunt vinden. Je kunt dit artikel hier lezen.

Milestones, om mijlpalen van je bedrijf, merk of fanpage te vieren. Bijvoorbeeld wanneer je een (voor jouw) indrukwekkend aantal pagina likes hebt behaald. Dit is dan ook iets wat je veel voorbij ziet komen op de pagina's van grote en bekende bedrijven.

Speel een spelletje, zoals 'zoek de verschillen' of 'raad het plaatje'. Dit klinkt misschien heel eenvoudig, en dat is het ook, maar mensen zitten meestal op Facebook om vermaakt te worden. Door het spelletje simpel te houden bedenken mensen automatisch het antwoord en dan is de stap naar een reactie ineens ook niet meer zo groot.

Inhakers, bijvoorbeeld op de feestdagen, seizoenen of de actualiteit. Wordt het morgen prachtig weer? Stel je fans dan bijvoorbeeld een keer de vraag of zij vinden of het weer tijd is om te barbecueën. Heeft de trein weer eens vertraging? Verwerk dit in een leuke afbeelding. Wees wel altijd een beetje zuinig met je inhakers, en laat het niet je waardevolle content overschaduwen.

Feitjes, geef je fans zo nu en dan een feitje over je organisatie/gemeente. Op deze manier kunnen ze jou en jouw bedrijf beter leren kennen.

Stel vragen, de beste manier om een antwoord los te peuteren is nog altijd door een vraag te stellen. Dat kan een serieuze vraag zijn met betrekking tot je bedrijf of product, maar ook een casual vraag als "De zomer komt in zicht. Heb jij al een vakantie geboekt?"

Facebook enquête, super handig als je een kort marktonderzoekje wil doen. Gewoon vragen wat je wilt weten.

Fill in the blanks, is een goede manier van content om in gesprek of discussie te gaan met je fans en potentiële klanten. Als coach kun je bijvoorbeeld zeggen: Als ik jou een dag lang gratis help, dan _____.



Fan berichten, sturen je fans vaak leuke verhalen of plaatjes in? Beloon ze dan ook voor hun toewijding en plaats eens een bericht van je fans.

Winactie, winacties zijn leuk, maar ze kunnen ook een beetje cheesy zijn. Kom dus niet al te wanhopig over en zorg dat je winactie echt een stukje waarde heeft. Geef niet iets weg voor alleen maar likes. Geef altijd een relevante prijs weg, zodat je relevante fans bereikt en niet alleen mensen die meedoen om de prijs.

Geef de like knop een andere betekenis, in plaats van het zitten wachten totdat de likes binnenstromen kun je zelf ook actie ondernemen. Bijvoorbeeld: 'Ben jij ook altijd zo onproductief op maandagochtend? Klik op vind ik leuk!' Of dit: 'Als dit artikel waardevol voor je is, en het je wellicht wat nieuwe inzichten en inspiratie heeft gegeven, klik je dan straks ook op de like button?'

Waar of niet waar, dit is een leuke manier van content die ook nog eens een discussie op gang kan brengen. Gebruik een niet al te omstrede feitje uit jouw branche en vraag om een waar of niet waar.

Waar moet je op letten?

Houd je berichten kort, mensen komen vaak niet op Facebook om hele boekwerken te lezen. Daarnaast is het ook gewoon aangetoond dat berichten met korte tekst het beter doen. Zorg dus dat je content overwegend kort en bondig is.

Varieer, en plaats dus niet elke dag alleen maar drie leuke plaatjes. Je fans willen ook graag zien dat jij tijd in ze steekt en nadenkt over hun wensen. Wissel dus af met verschillende soorten content.

Afbeelding, als er iets is wat het fantastisch doet op Facebook, dan zijn het wel afbeeldingen. Wij mensen zijn nou eenmaal heel visueel ingesteld. Houd je afbeeldingen clean en zorg dat de scherpte van de afbeelding goed is.

Tone of voice, ken je doelgroep, onderzoek hoe zij communiceren en stel daar je tone of voice op af. Een doelgroep met jonge mensen hoeft je bijvoorbeeld absoluut niet met u aan te spreken.

Volledige links, hier is ook een onderzoekje naar gedaan, en wat blijkt? De volledige link (naar bijvoorbeeld een specifieke pagina op je website) plaatsen in je content werkt veel beter dan een verkorte link.



Een mooi design, als je veel afbeeldingen plaatst, zorg dan dat je een bepaald stijl aanhoudt. Gebruik een paar vaste kleuren en lettertypes. En natuurlijk niet je logo vergeten!

Hoe krijg je engagement op Facebook?

Wees relevant, en zorg dus dat je content plaatst die past bij jouw doelgroep en interessant voor ze is.

Speel in op de emotie, we zitten allemaal als mens achter de computer, of op onze tablet of telefoon. Business to Business bestaat vrijwel niet op social media. Speel daarom ook in op het 'dat heb ik/ dat (her)ken ik ook gevoel' van de mens.

Identificeer je, zorg dat je dezelfde taal spreekt als jouw fans. Wees eerlijk en menselijk om het vertrouwen op te bouwen.

Hou van je fans, reageer op hun vragen. Persoonlijke aandacht is echt één van de sleutels tot succes. Geef ze veel liefde en zet ze af en toe in de spotlight.

Hoe en wanneer content plaatsen op Facebook?

Contentkalender, heel handig om het overzicht mee te houden. Bedenk ruim van te voren wat voor content je wilt gaan plaatsen en wanneer. Zo kun je aan de hand van je content kalender zien wanneer je iets uit moet werken en in moet plannen.

Experimenteer met tijden, niet iedereen zit namelijk op hetzelfde tijdstip op Facebook. Test dus wanneer jouw fans het meest online zijn door op verschillende tijden je content te plaatsen, totdat je de juiste hebt gevonden. Dit kan bijvoorbeeld om 13:00 en om 20:00 uur zijn.

Inplannen in Facebook, het scheelt je heel veel keren per dag inloggen als je aan de hand van je content kalender je Facebook berichten in gaat plannen. Dit kan variëren tussen weken en maanden, maar zo heb je wel altijd een beetje speling om nieuwe content te schrijven of belangrijk werk tussendoor te doen.

Post regelmatig, en daarom is het zo belangrijk om de juiste tijden vast te stellen. Met één keer posten per week kom je er niet. Met al het Facebook geweld zou jouw pagina in het niet verdwijnen. Je hoeft ook niet meteen all-in te gaan, maar kijk bijvoorbeeld eens of je misschien 1 tot 3 keer per dag iets kunt plaatsen.



Nog een paar tips..

Focus op waarde, niet op likes, het is best leuk als je veel likes hebt op je Facebook pagina, maar ze zijn nog altijd geen enkele cent waard. Je krijgt er geen brood mee op de plank. Focus je daarom op de waarde van je content, want dat zorgt wél voor nieuwe klanten, en een extra croissantje op zondagochtend.

Hou je tekst op afbeeldingen binnen de 20% marge, als je met die afbeelding wilt adverteren. Ze controleren hier op, dus de kans is groot dat als je over die 20% zit, je advertentie minder bereik krijgt. Je kunt dit meten met de Rastertool.

Promoot ook je andere kanalen, heb je een YouTube kanaal? Of net een fantastisch leuk Pinterest bord gemaakt? Maak eens een cross-over en promoot je andere kanalen op Facebook. Zo, heb je meteen ook weer wat leuke berichten voor op je contentkalender.

Hergebruik je content. Een artikel dat je een jaar geleden hebt geschreven (mits deze nog relevant is) kun je gewoon in een nieuw jasje steken en als nieuwe content plaatsen op Facebook.

Geef tips, ben je bijvoorbeeld personal trainer? Geef je fans af en toe een tip voor een goede sport oefening. Ben je makelaar? Wat dacht je van een tip voor de aankoop van een huis? Dit gaat heel veel waarde toevoegen voor jouw fans.

Geef je afbeeldingen tekst mee, wanneer je een afbeelding plaatst, zet dan niet alleen de tekst boven het plaatje, maar ook in de omschrijving wanneer je op de afbeelding klikt. Wanneer een afbeelding veel gedeeld wordt, verdwijnt vaak de begeleidende tekst op den duur. Door deze in de omschrijving te plakken blijft je belangrijke content eeuwig aan je afbeelding hangen.

Zorg dat je de juiste doelgroep target, weet niet alleen wie je fans zijn, maar ook waar je ze kunt vinden. Dit is echt cruciaal om een Facebook advertentie voor je bericht succesvol te maken.

Plaats je winnende berichten opnieuw, heel simpel maar heel effectief. Heb je een bericht dat het goed doet? Plaats hem gewoon nog een keer! Zo kunnen mensen die nieuw zijn op je pagina ook meteen je allerbeste content vinden.



Zorg voor een pakkende omslagfoto, die niet alleen mooi maar ook functioneel is. Geef je omslagfoto ook een tekstbeschrijving mee en gebruik je omslagfoto voor een call-to-action. Dit is namelijk de eerste content die de bezoekers van jouw pagina zien.

Plaats video op Facebook. Video krijgt de meeste aandacht en bereik.

Houd vol, verwacht niet dat je likes ineens de pan uit rijzen. De strategie is om consistent te blijven posten en waarde te geven aan je fans. Het kan wellicht een paar maanden duren, maar hard werk loont altijd.