

Sociale media optimaal inzetten

Waarom zou je op sociale media gaan? Sociale media als Facebook, Instagram en vele andere zijn niet meer weg te denken uit je communicatie. Je kunt er als erfgoedorganisatie gemakkelijk en gratis op inspelen, maar het heeft wel wat tijd en handigheid.

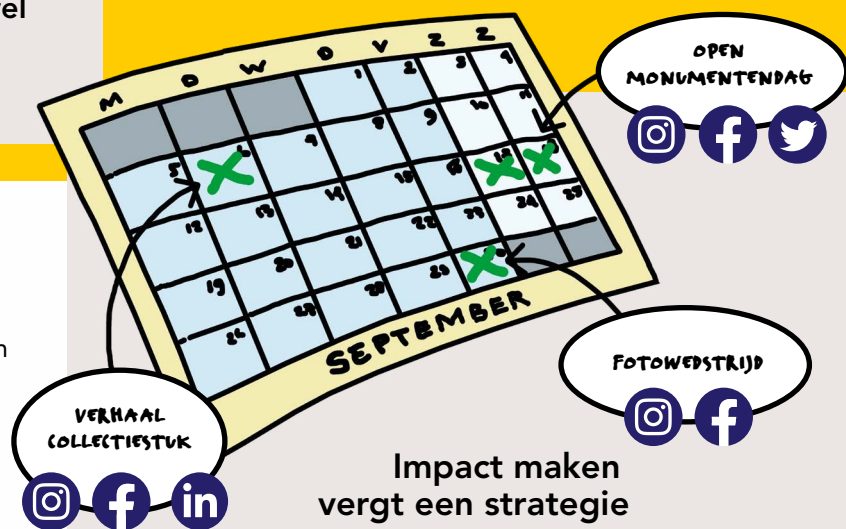
Met sociale media kun je:

- je eigen achterban vergroten
- een breder en jonger publiek aanspreken
- je online zichtbaarheid vergroten
- connecties leggen met samenwerkingspartners

Niet hetzelfde als offline media

Sociale media zijn niet hetzelfde als een krant, persbericht of folder. Je kunt berichten daarom niet kopiëren van het ene medium naar het andere, want sociale platforms zijn:

- informeler in toon
- vluchtiger in gebruik
- interactief
- vormgegeven met een bepaalde lay-out



Impact maken vergt een strategie

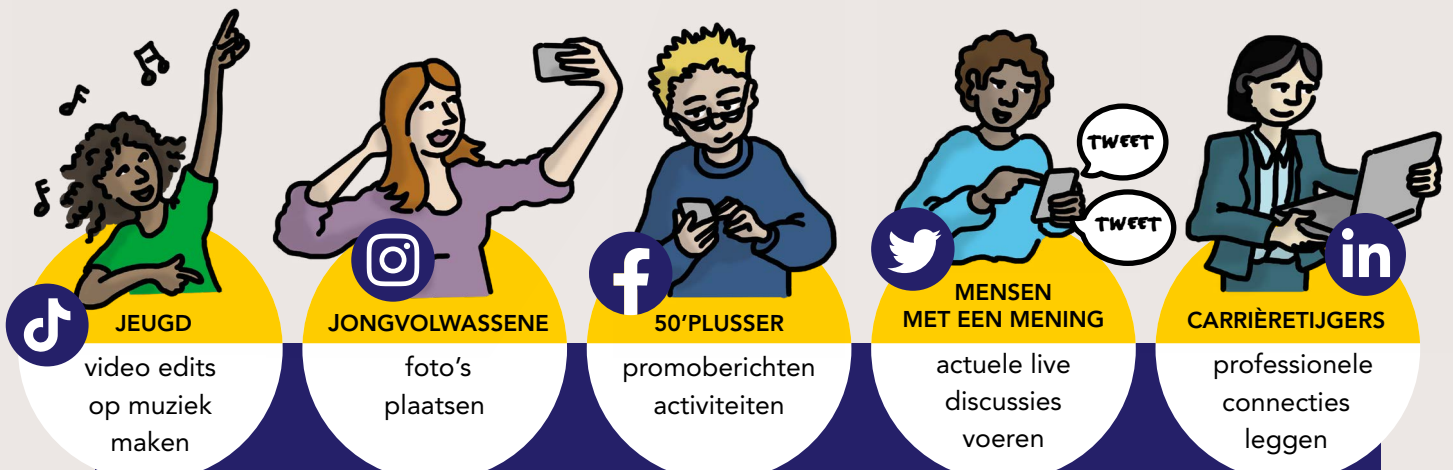
Je sociale media zijn alleen nuttig als je deze regelmatig bijhoudt en een duidelijk plan hebt voor je berichtgeving.

Welk sociaal platform?

Onderling verschillen sociale platforms in insteek en publiek, dus ook hiertussen kun je berichten niet zomaar kopiëren. Maak bewust de keuze welke je wel en niet gaat gebruiken en pas je bericht per platform aan.

Laat je communicatieverantwoordelijke daarom een contentkalender opstellen, dan weet je wanneer je wat gaat posten en kun je ook campagnes uitzetten.

Er bestaan verschillende websites waarmee je berichten van te voren kunt inplannen.



Wat is je doelgroep?

Wie wil je bereiken? Hoe ziet deze groep eruit? Wie zijn ze, wat zijn hun interesses en wat is hun gemiddelde leeftijd? Ga gericht te werk en stem je onderwerpen en updates op hen af.



**GEEN
ALGEMENE
BERICHTEN!**

Een goed bericht is het halve werk

- Authentiek - springt eruit in de stroom berichten (visueel en inhoudelijk)
- Prikkelend - triggert je doelgroep emotioneel
- Activerend - wekt interactie op
- Relevant - past binnen de thema's en waarden van je organisatie



Zichtbaarheid

Wordt bepaald door een **algoritme**, die selecteert op basis van:

- **hoeveelheid interactie:** berichten met veel likes en reacties worden verder verspreid
- **interesses:** zowel je eigen als die van je volgers
- **timing:** berichten van meer dan twee dagen geleden komen niet omhoog in je nieuwsoverzicht
- **nieuwe functies:** accounts die gebruikmaken van nieuwe functies worden sneller uitgelicht als suggestie

Om je zichtbaarheid te vergroten:

- plaats je regelmatig berichten
- neem je hashtags (#) en vermeldingen (@) op in je bericht
- beantwoord je reacties en chatberichten
- gebruik je de Verhalenfunctie
- like en reageer je op berichten van anderen



Balans in je berichten

Niemand wilt gebombardeerd worden met promoberichten. Daarom is het belangrijk om de balans tussen promotie (activiteiten, oproepen, publicaties) en andere berichten (actualiteit, updates, verhalen, rubrieken) in de gaten te houden. Houd hierbij rekening met je doelgroep!

Doe aan storytelling

Vertel met je berichten ook verhalen die gerelateerd zijn aan jouw organisatie, collecties en personeel. Door een waarom-vraag centraal te stellen geef je naast basisinformatie ook inzicht in de beleving, de verhalen en de zorg voor jouw erfgoed. Hier zullen mensen sneller emotioneel op aanslaan, waardoor je ze meer activeert om te liken, te reageren en te delen.



KIJK, WAT EEN LEUKE POST!

IK GEEF GELIJK EVEN EEN LIKE EN LAAT EEN REACTIE ACHTER IN DE COMMENTS



Wees creatief

Berichten kunnen meer zijn dan alleen informatief! Speel bijvoorbeeld eens in op de actualiteit, doe mee met een social media-trend, haak in op jaarlijkse themadagen of maak een podcast. Hiernaast kun je ook op nieuwsgierigheid inspelen: werk middels aftelberichten toe naar een onthulling, geef een kijkje achter de schermen of stel je volgers een vraag.

Beeldkwaliteit

Bij het scrollen valt ons oog als eerste op foto's en video's. Daarom is het van belang om de kwaliteit van je beeldmateriaal te bewaken met de volgende eisen:

- geen algemene beelden
- visueel opvallend
- statisch beeld afwisselen met levendig beeld
- hoge resolutie
- juist uitgesneden
- geen overdreven bewerkingen

Meer weten?

Voor een meer volledige uitleg en gedetailleerde informatie over de verschillende platformen en hoe deze in te zetten, kun je de [Sociale media hand-out voor PR-medewerkers](#) bij erfgoedinstellingen downloaden.



Kennis is Kracht

Het cursustraject Kennis is Kracht wordt geïnitieerd door Erfgoedhuis Zuid-Holland en gesubsidieerd door Mondriaan Fonds, Fonds 1818 en Fonds Schiedam Vlaardingen. Met steun van provincie Zuid-Holland.
Redactie: Victoria Verkerk, Evelien Masselink en Susan Lesker.
Vormgeving: studioBoven grafisch ontwerp.

www.erfgoedhuis-zh.nl



Fonds 1818

