

Voorwoord van Anne 13

Bonussen 14

Voorwoord van Aartjan van Erkel 15

WAAROM FACEBOOKMARKETING? 17

Jouw klant zit op Facebook 17

Eenvoudig contact maken 19

Facebook is een feestje 20

Ook directeurs en marketeers zitten op Facebook 21

Vind je dat Facebook niet bij je past? 22

Succes is dichterbij dan je denkt 23

Naar een winstgevende Facebookmarketingstrategie 24

Kortom: waarom Facebookmarketing? 25

1 FACEBOOKMARKETING IS SOCIALE MARKETING 27

Mensen doen zaken met mensen 27

Hoe word je vrienden met je klant? 28

De basis van sociale marketing 49

2 EEN SUCCESVOLLE FACEBOOKPAGINA MAKEN 53

Een bedrijfspagina of alleen een persoonlijk profiel? 53

Het online uithangbord van je bedrijf 54

Dit móet je in orde hebben 58

Nog meer succes... met Facebookgroepen 61

Snel je likes vergroten als je net begint 67

En nu consistent berichten plaatsen 71

3 GOEDE CONTENT MAKEN VOOR JE FACEBOOKPAGINA 75

- Wat is goede content? 75
- Wat is een goed Facebookbericht? 76
- Hoe kom je aan ideeën voor berichten? 78
- Hoe vaak plaats je een bericht? 79
- Hoe houd je het allemaal vol? 80

4 DE VIJFTIEN BESTE CONTENTIDEEËN VOOR JE FACEBOOKMARKETING 89

- Idee 1: storytelling 89
- Idee 2: bloggen 92
- Idee 3: inspringen op de actualiteit 93
- Idee 4: video 94
- Idee 5: Facebook Live 96
- Idee 6: quotes 102
- Idee 7: stel vragen 102
- Idee 8: verzin een wedstrijd of een winactie 104
- Idee 9: plaats selfies 104
- Idee 10: laat zien wat er achter de schermen gebeurt 105
- Idee 11: deel je gedachten 105
- Idee 12: vraag advies bij het nemen van beslissingen 106
- Idee 13: plaats foto's van je product of dienst in gebruik 106
- Idee 14: geef kennis weg 107
- Idee 15: zet je fans in de spotlights 107
- Bij alles wat je doet ... 108

5 ECHT CONTACT MET JE KLANTEN 113

- Interactie vergroot je bereik 113
- Reageren 114
- Humor 115
- Winacties 116
- Facebook Messenger 119

6 DE FACEBOOKSTATISTIEKEN

VERTELLEN JE VEEL 123

Leer je ideale klant kennen 123

Welke statistieken zijn belangrijk? 124

Bereik 125

Berichten 126

Hoe ziet je publiek eruit? 129

Leer je fans nog beter kennen door je Facebookgroep 129

7 ADVERTEREN OP FACEBOOK 133

Waarom zou je adverteren? 133

Hoe maak je een advertentie? 136

Vertrouw op Facebook 138

De Facebookpixel 140

Advertentie afgekeurd. Hoezo? Waarom? 142

De landingspagina is ook belangrijk 143

Maak je advertentie extra aantrekkelijk 143

EN NU? 147

OVER DE AUTEUR 149

DANKWOORD 151

FANFACTOR 155



Voorwoord van Anne

Ben je zzp'er of eigenaar van een klein familiebedrijf, dan biedt het ondernemen je in deze tijd meer kansen dan ooit eerder het geval is geweest. De opkomst van social media, en dan vooral Facebook, zorgt ervoor dat je meer contactmomenten met je (toekomstige) klanten kunt hebben dan je voor mogelijk hield. Meer dan 11 miljoen Nederlanders zitten dagelijks op Facebook, meerdere keren per dag. Facebook is de plek waar vrienden elkaar online ontmoeten, waar ze met elkaar praten, waar ze hun successen delen en vragen stellen aan elkaar. Het enige wat jij als ondernemer hoeft te doen is met ze in gesprek gaan. Zoals vrienden dat doen. Gewoon zoals jezelf, op een persoonlijke manier.

Facebook ligt vaak onder vuur, hoge bomen vangen nu eenmaal veel wind. Er is veel kritiek en terughoudendheid. Laat dat je er niet van weerhouden om je marketing op Facebook te voeren. Deze incidenten staan los van het feit dat het nog steeds een van de beste marketingkanalen is. Want jouw klanten zijn gewoon op Facebook gebleven. En het aantal dagelijks actieve gebruikers groeit nog steeds.

Van alle socialmediakanalen is Facebook een van de meest laagdrempelige manieren om in contact te komen met je klanten. Hoe je dat doet, lees je in dit boek. De succesverhalen die ik je hierbij geef, illustreren het allemaal. Facebookmarketing biedt je een geweldige kans, die je zeker niet mag missen als je wilt groeien met jouw bedrijf.

Heel veel succes,
Anne

BONUSSEN

Dit boek is ontstaan en geschreven naar aanleiding van een aantal interviews die Aartjan van Erkel afnam bij mij. Deze interviews zijn allemaal gefilmd en jij kunt deze video's aanvragen op boekvindikleuk.nl/bonus. Vind je vast leuk! 😊

Als je daar toch bent, download dan meteen de checklists, die aan het einde van ieder hoofdstuk staan. Een lijst met alle in dit boek genoemde links vind je er ook.

Wacht! Je kunt er ook de samenvatting in de vorm van een e-book én luisterboek aanvragen. Stuur gerust je vrienden en collega's voor wie dit ook interessant is naar www.boekvindikleuk.nl/bonus.



Voorwoord van Aartjan van Erkel (15K+ likes op Facebook)

Ik ken Anne al een hele tijd. En ik kan wel zeggen dat ze inmiddels een vriendin is geworden. Ik volg haar activiteiten op Facebook met veel plezier, omdat ik met de tips die zij geeft écht aan de slag kan. Ze houdt er niet van dingen moeilijk te maken, ze houdt juist van makkelijk. In dit boek ook: ze laat je zien hoe makkelijk Facebookmarketing is.

Anne zegt altijd dat veel ondernemers te moeilijk over Facebookmarketing denken, waardoor ze het helemaal niet leuk vinden om te doen en het uiteindelijk links laten liggen. Terwijl het eigenlijk heel leuk is om aan Facebookmarketing te doen. Ze laat dat in dit boek zien, met allerlei voorbeelden van ondernemers die hun Facebookmarketing succesvol inzetten. Van een ondernemer die aquaria verkoopt tot aan een afslankcoach, en van een restauranthouder tot aan Nutella: ze komen allemaal voorbij. Ikzelf ook.

Facebookmarketing is geen *rocket science*. Je hoeft er helemaal niet ontzettend diep over na te denken en je hoeft er ook niet technisch voor te zijn. Anne vertelt hoe je meer likes krijgt op je pagina en hoe je zorgt dat mensen reageren op je berichten. Ze vertelt over adverteren: Facebook is het beste advertentieplatform ter wereld, omdat je heel makkelijk de perfecte doelgroep bereikt. Heel anders dan met adverteren in de krant, want dat is schieten met hagel. Je hebt geen idee wie je raakt. Dat heb je met Facebook wel.

Ze vertelt hoe je video, Facebook Live en afbeeldingen gebruikt. Welke berichten goed zijn en zelfs viraal kunnen gaan. En nog veel meer. Het staat allemaal in dit boek. Je kunt het lezen als je net

met Facebook bent begonnen, maar ook als je het nog helemaal niet gebruikt. Het is ook een geweldig boek om te lezen als je al wel met Facebook bezig bent, maar er nog niet uithaalt wat je er graag uit zou willen halen.

Anne legt je heel simpel uit hoe jij van je Facebookmarketing een succes maakt. *Vind ik leuk!* is een echte aanrader. En ik kan het weten. Anne is met haar knowhow de motor geweest achter mijn succes.

Ik wens je veel leesplezier.

Aartjan van Erkel

Auteur van de bestsellers *Maak ze gek!* en *Verleiden op internet*

Waarom Facebookmarketing?

Het boek dat je nu in je handen hebt, vertelt je alles over Facebookmarketing. Het is geschreven voor alle ondernemers die hun bedrijf willen laten groeien en die willen weten hoe Facebookmarketing hierbij kan helpen. Of je nu zzp'er bent of eigenaar van een klein familiebedrijf: door de tips in dit boek toe te passen, behaal je zeker succes. Facebookmarketing is namelijk de marketing van nu en van de toekomst. Facebookmarketing is sociale marketing, en dat is waar het in deze tijd om draait. Je gaat het allemaal ontdekken.

Jouw klant zit op Facebook

Wist je dat er alleen al in ons land zo'n 11 miljoen mensen dagelijks over hun tijdlijn op Facebook scrollen? In België zijn dat er 6 miljoen. Over de hele wereld zijn het er 2 miljard. Al die scrollende mensen checken meerdere keren per dag hun nieuwsoverzicht. Omdat ze dat leuk vinden of om te socializen. Het geeft ze een fijn gevoel. Of ze nu werknemer zijn bij een bedrijf, zzp'er of directeur van een grote onderneming, dat maakt niet uit. Het gevoel dat ze erdoor krijgen is hetzelfde.

Facebookers willen graag weten wat hun vrienden leuk vinden, wat ze aan het doen zijn, wie ze leuk vinden en waar ze op reage-

ren. Ze vinden het leuk om te ontdekken waar hun vrienden op vakantie zijn geweest en hoe het hotel ze is bevallen. Ze vinden het leuk om te zien wat familie en vrienden motiveert en inspireert. Ze laten ook van zichzelf horen en zien: als kinderen diploma's hebben gehaald, als er weer een nieuwe etappe van het Pie-terpad is gelopen en als de training die ze volgden een succes was. Je begrijpt: op Facebook is het gewoon gezellig. Mensen delen er hun hele leven.

Als je dit zo leest, begrijp je dat Facebook als sociaal kanaal alleen al in ons eigen land een enorm belangrijk deel uitmaakt van het leven van miljoenen mensen. Het is een gigantisch netwerk van vrienden... die jouw klanten kunnen zijn. Daar wil jij met jouw bedrijf natuurlijk ook graag zijn.

Als ondernemer wil je met je bedrijf namelijk daar zijn waar je klanten zijn. En dat is dus op Facebook. Daar zijn jouw vrienden, jouw ambassadeurs en jouw trouwe fans. Elke dag, meerdere keren per dag. Jouw (toekomstige) klant kijkt meerdere keren per dag op Facebook. Het laatste wat hij 's avonds doet in bed, is even op Facebook kijken. 's Morgens kijkt hij weer. Als je je Facebook-marketing goed aanpakt, is de kans om hem te bereiken enorm groot. Je kunt er echt van uitgaan dat jouw klanten zich tussen die 11 miljoen Nederlanders bevinden. Jouw klanten zijn Facebookers.



**Je wilt daar zijn waar je klanten zijn.
En je klanten zitten elke dag
meerdere keren per dag op Facebook.**

Eenvoudig contact maken

Het is niet heel moeilijk om die klanten te bereiken. Als je zelf op Facebook zit, gewoon als persoon, dan weet je hoe het er daar aan toe gaat. Je voert allerlei gesprekken, je kijkt naar wat je aandacht trekt en naar wat je leuk vindt. Het inzetten van Facebook voor je bedrijf werkt op diezelfde natuurlijke manier. Als ondernemer doe je dus ook gewoon mee in de tijdlijn en in het nieuwsoverzicht – op zo'n manier dat je niet stoort, maar leuk bent.

Facebook is dus een gemakkelijk sociaal marketingkanaal waarmee je heel veel mensen kunt bereiken. Facebook geeft je een gouden kans, maar om die te pakken moet je wel weten wat je moet doen. En dat is sociaal zijn. Sociaal zijn is niets anders dan jezelf zijn. Door gewoon jezelf te zijn, creëer je een hoog bereik, vergroot je je naamsbekendheid en kun je nieuwe klanten werven. Dat maakt Facebookmarketing echt heel leuk. Je laat gewoon zien wie je bent. Ga niet plotseling heel formeel doen. Dat werkt niet, vooral niet op Facebook. Ga niet anders praten dan je in het echt doet. Gebruik geen woorden zoals 'echter', 'niettemin', 'tevens' of 'althans'. Zo praat je ook niet tegen je klanten wanneer ze bij je in de winkel staan. Gebruik spreektaal. Wees helemaal jezelf.

Facebookmarketing is gesprekken voeren, relaties onderhouden en nieuwe verbindingen maken: connecten met de mensen op Facebook, en dus connecten met je toekomstige klanten. Dat doe je door ze te inspireren, te motiveren en door ze iets te leren. Dat zijn de drie kernwoorden waar het om draait. Als je dat doet, op jouw eigen persoonlijke manier, dan maak je contact. Echt contact. Dan stoor je niet in de tijdlijn, maar vinden je klanten je leuk.

Het enige wat je dus op Facebook hoeft te doen, is leuk zijn. Zo bereik je je klanten. Als je leuk bent, klikken je klanten op 'Vind ik leuk'. Waarom zou iemand dat doen als je niet leuk bent?

Facebook is een feestje

Zie Facebook als een feestje. En zoals je je op een feestje gedraagt, zo gedraag je je op Facebook ook. Stel je voor dat een vriend je uitnodigt voor zijn feest. Je hebt je mooi aangekleed, je hebt een fijn cadeau gekocht en je belt aan. Je vriend doet de deur open en heet je welkom. Jij stapt naar binnen, zegt: 'Hartelijk gefeliciteerd!', geeft het cadeau en loopt de kamer binnen. Die kamer zit vol met vrienden en familie van jouw vriend. Jij steekt je hand op en zegt: 'Mag ik even de aandacht? Ik heb vandaag in de aanbieding: drie paar sokken voor een tientje!'

In het ergste geval word je buiten gezet. Als je geluk hebt, mag je blijven, maar praat er niemand meer met je. En je vriend is boos op je, want dat kun je niet maken. Natuurlijk doe je dat ook niet.

Wat wel kan, is dat je iemand treft met wie het klikt. Jullie kennen elkaar niet, maar hebben een leuk gesprek. Op een bepaald moment komt dan altijd die ene vraag: 'Hee, wat doe jij eigenlijk?' Stel nu dat je een reiswinkel hebt, dan ga je daarover vertellen. Je vertelt waarom je met die reiswinkel begonnen bent, waarom je zo veel van reizen houdt. Die nieuwe vriend hangt aan je lippen, want je vertelt heel enthousiast. Het is ook echt iets voor jou: je doet het met passie. En dat komt over. Je ogen gaan glinsteren en je hebt een goed gesprek. Je vertelt over het laatste nieuwe product dat je hebt ingekocht en waar je echt enthousiast over bent: 'Dat zijn sokken, en als je die aan hebt tijdens lange wandelingen, krijg je gegarandeerd geen blaren.' De nieuwe vriend zegt: 'Geen blaren? Meen je dat?' En jij zegt: 'Ja, het is echt een geweldig product. Ik heb deze sokken zelf uitprobeerd tijdens onze laatste vakantie, want wij wandelen graag. We hebben kilometers gelopen en geen blaren.' De vriend geeft aan dat hij binnenkort op vakantie gaat en dat hij die sokken wel wil proberen: 'Waar kan ik die kopen?' Jij zegt: 'Toevallig heb ik er nog een paar in de auto lig-

gen, die mag je meenemen! De week daarna staat hij bij jou in de winkel, want hij wil nog meer sokken.

Nog een ander voorbeeld. Je bent in een café en je ziet iemand die je leuk vindt. Dan stap je er niet meteen op af om deze persoon ten huwelijk te vragen. Voordat het tot een eerste afspraakje komt, gaat er een heel flirt- en verleidingsproces aan vooraf. En vervolgens zet je nog wat stappen samen, voor jullie naar het altaar lopen.

Op Facebook werkt dat hetzelfde. Recht op je doel afgaan, werkt niet. Facebookmarketing is dus niet heel geschikt voor directe sales. Je kunt wel met een tweetraps- of drietrapsraket verkopen. Je zet dan een aantal stappen via Facebook en de uiteindelijke verkoop vindt ergens anders plaats. Daarover vertel ik je later meer.

Facebook is bedoeld om die connectie te maken, met elkaar, met vrienden. Dezelfde connectie die je maakte met de nieuwe vriend die enthousiast werd over je sokken. Die vriend die je sprak op dat feestje werd jouw klant. Je connect dus met je klant door te zijn wie je bent en door dat op een natuurlijke wijze te laten zien. Dat wekt sympathie en zo maak je die connectie.

Ook directeuren en marketeers zitten op Facebook

Facebook is ook geschikt als je je richt op bedrijven. Het is belangrijk om te weten dat de marketingtermen *business-to-business marketing* (B2B) en *business-to-consumer marketing* (B2C) niet meer van deze tijd zijn. Dat is oude marketing. In deze tijd is marketing P2P, oftewel *person to person*: sociale marketing. Mensen doen zaken met mensen. Het maakt dus niet uit aan wie jij levert. Degene die jij wilt bereiken – de CEO, de manager, de beslissingsbevoegde of de inkoper – zit ook op Facebook. Misschien zit hij er

alleen op persoonlijke titel, maar ook al facebookt hij in zijn vrije tijd terwijl hij met zijn vrouw tv kijkt, dat wil niet zeggen dat zakelijk interessante onderwerpen hem niet opvallen. Hij ziet ook dan dingen voorbijkomen die bedrijfsmatig voor hem interessant kunnen zijn. Hij is dus toch getriggerd en geïnteresseerd. In het beste geval stuurt hij je bericht of advertentie snel nog even door naar zijn collega, zodat ze het daar de volgende dag even over kunnen hebben. Dat is de kunst: die CEO of inkoper bereiken in zijn eigen vrije, sociale omgeving. En het is dus belangrijk dat je dat op een heel sociale manier doet.

Vind je dat Facebook niet bij je past?

Er zijn ondernemers die Facebook helemaal niets vinden. Ze hebben er geen gevoel bij en zijn liever bezig met de inhoud en hun vak. Dat kan. Maar zij moeten niet vergeten dat marketing er is voor het publiek, voor hun klanten.

Je wilt als ondernemer met je marketing jouw publiek bereiken, jouw toekomstige klanten. Als jij Facebook niets vindt, is dat ondergeschikt. Jouw publiek vindt Facebook wel leuk. Dat jij jouw marketinguitingen niet aantrekkelijk vindt, is niet van belang. Als je toekomstige klanten dat maar wel vinden. Je moet dus echt anders gaan denken: vanuit de andere kant denken. Wat hebben je klanten nodig, wat willen zij weten? Welke woorden gebruiken zij vaak? Als ze op Facebook zitten, is het jouw taak om daar met jouw bedrijf te zijn. Maak dus een Facebookpagina aan voor je bedrijf (ook wel *bedrijfspagina* of *zakelijke pagina* genoemd). Mocht je niet op persoonlijke titel willen facebooken, dan hoeft dat niet. Je bent niks verplicht. Die bedrijfspagina brengt je verder.



Jouw marketing is niet voor jou. Je marketing is voor je toekomstige klanten.

Succes is dichterbij dan je denkt

In dit boek leer je hoe je Facebookmarketing succesvol inzet voor jouw bedrijf. Je leert hoe je een hoog bereik creëert, je naamsbekendheid vergroot en hoe je nieuwe klanten krijgt – low budget en op een leuke, gemakkelijke manier. Ik laat je zien hoe je consistentie bereikt en écht contact maakt met die toekomstige klanten. Hoe je ze inspireert en motiveert. Hoe je ze blij maakt. Uiteindelijk levert dat je verkoop op. Het succes is dichterbij dan je denkt.

Zoals gezegd: 11 miljoen Nederlanders zitten dagelijks op Facebook. Ook jouw klanten zitten daarbij. Als ondernemer in deze tijd kun je Facebook dus echt niet missen: het is een van de grootste kansen om je klanten te bereiken en met hen te connecten. Dat is de kracht van Facebook. Als ondernemer moet je daar zijn. Pak je Facebookmarketing niet op, dan loop je die geweldige kans op succes mis.

Ik zie heel veel ondernemers heel hard werken om hun droom waar te maken: een bedrijf opbouwen dat ze echt gelukkig maakt. Natuurlijk komt zoets nooit zomaar aangewaaid. Met een goede Facebookmarketing is die droom bereikbaar en het succes dichterbij dan je denkt. Precies daarom heb ik dit boek geschreven: ik wil jou als ondernemer inspireren en motiveren om je rol in het leven te pakken. Als ik het kan, kun jij het ook. Ik heb een bedrijf opgebouwd waarmee ik duizenden ondernemers heb geholpen hun droom te realiseren. Ik wil ook jou helpen een bedrijf op te bouwen dat je echt gelukkig maakt.

Naar een winstgevende Facebookmarketingstrategie

In de komende hoofdstukken leg ik je stap voor stap uit hoe je een winstgevende Facebookmarketingstrategie ontwikkelt en inzet. Ik geef je praktische adviezen en voorbeelden van verschillende ondernemers die een succesvolle Facebookmarketing voeren (succesverhalen). Uit deze adviezen en voorbeelden kun je allerlei ideeën halen voor jouw eigen Facebookpagina. De succesverhalen kun je allemaal op Facebook terugvinden, dus houd Facebook tijdens het lezen bij de hand.

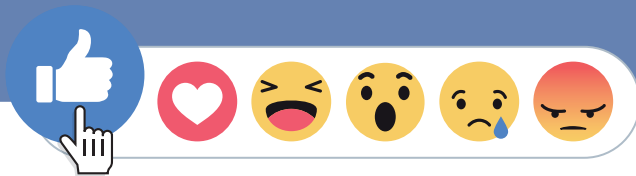
Met dit boek ontdek je hoe leuk Facebookmarketing is, hoe gemakkelijk het is, hoe je het volhoudt, hoe je consistent blijft en hoe je écht contact maakt met je (toekomstige) klant. In hoofdstuk 4 krijg je vijftien praktische ideeën die je kunt inzetten voor jouw Facebookmarketing. Verder eindigt elk hoofdstuk van dit boek met een checklist van de gegeven tips, die je meteen kunt toepassen voor jouw bedrijf. Als je deze checklists nu handig in een overzicht wilt hebben, ga dan even naar boekvindikleuk.nl/ bonus. Daar kun je het e-book downloaden waarin ik alle tips nog eens op een rijtje heb gezet voor je. Op deze website kun je je ook gratis aanmelden voor de video's van de interviews met mij en Aartjan van Erkel.

Wel doen hè! Met dit boek maak jij van jouw Facebookmarketing een succes. En dat vind ik leuk. Facebookmarketing is echt de leukste en makkelijkste manier om klanten te krijgen.

Kortom: waarom Facebookmarketing?

- Heel groot bereik: 11 miljoen Nederlanders zitten meerdere keren per dag op Facebook. Onder hen zijn ook jouw toekomstige klanten te vinden.
 - Het is gemakkelijk toepasbaar en leuk om te doen.
 - Het is een natuurlijke vorm van marketing, omdat je zelf al op Facebook zit, sociaal bent en deelneemt aan conversaties, en omdat je gewoon jezelf kunt zijn.
 - Met Facebookmarketing kun jij je bedrijf laten groeien.
-

*'Facebookmarketing
is marketing van
mens tot mens.'*





Facebookmarketing is sociale marketing

Facebookmarketing is sociale marketing, dat wil zeggen: marketing van mens tot mens, *person to person*. Dat vraagt om een nieuwe manier van denken. Facebook is namelijk een vriendennetwerk en dat is meteen het geheim waar alles om draait. Op Facebook ben je vrienden van elkaar. Hard gaan roepen wat je verkoopt, werkt in een vriendschap niet. In dit hoofdstuk ontdek je hoe jij als ondernemer vrienden wordt met je klant en hoe die vriendschap je succes kan brengen.

Mensen doen zaken met mensen

Mensen doen zaken met mensen en niet met een bedrijf, met een logo of een bedrijfspand. Toch is dat wat ondernemers nog regelmatig laten zien: dit is ons bedrijf, dit is ons product en dit is ons logo. Daarbij roepen ze wat ze doen en vertellen ze dat zij de beste zijn. Dat is ouderwetse marketing. Met de komst van internet is dit echt niet meer de manier om marketing te voeren. De keuze die een klant tegenwoordig heeft als hij ergens naar op zoek is, is zo groot dat je als ondernemer voortaan op een andere manier zijn aandacht moet trekken. De klant kan overall reviews zien en vergelijkingen bekijken. En natuurlijk vraagt hij zijn vrienden om advies.

Op Facebook zijn mensen vrienden van elkaar, het is een sociale omgeving. Ze laten in een bericht weten hoe ze zich voelen en

laten op een foto zien wat ze aan het doen zijn en waar, en hun vrienden klikken op 'Vind ik leuk'. Ze vragen ook op Facebook om elkaars mening en geven aanbevelingen en tips, net zoals ze dat doen als ze elkaar op een feestje zien. Mensen beïnvloeden elkaar op deze manier bewust, maar ze doen dat ook onbewust. Wanneer jij met je bedrijf op Facebook aanwezig bent, kun jij door sociale marketing te voeren, ook onder de aandacht komen van jouw potentiële klanten. Je kunt er met deze vorm van marketing voor zorgen dat de Facebookers – jouw toekomstige klanten – jou ontdekken, volgen en aanbevelen.

Dat doe je dus niet door hard te gaan schreeuwen wat je verkoopt. Sociale marketing is vriendelijke marketing, waarbij je als het ware vrienden wordt met je klant. Facebook is een vriendennetwerk. Je gaat dus marketen in een sociale omgeving, op een soort van feestje. Dat is gemakkelijke marketing. Op Facebook kun je vrienden worden met je klant en daarvoor hoef je alleen maar te doen wat vrienden doen.



**Je wordt vrienden met je klant
door te doen wat vrienden doen.
Door een vriend te zijn.**

Hoe word je vrienden met je klant?

Een logische vraag natuurlijk. Want vrienden worden met je klant, hoe doe je dat? Ik geef je drie gouden aandachtspunten:

- 1** jezelf zijn, persoonlijk zijn;
- 2** een oprechte verbinding aangaan met je klant;
- 3** het beste van jezelf weggeven.

Facebookmarketing, sociale marketing, gaat om sociale vaardigheden en het op een sociale manier beïnvloeden van je toekomstige klanten, op zo'n manier dat ze vrienden met je willen worden. Versta je die kunst, dan gebeurt dat ook. Ze worden jouw fan, zoals Facebook dat noemt. En dat zorgt uiteindelijk voor een groter bereik en een hogere omzet. Dat is wat sociale marketing kan doen voor jouw bedrijf.

Ik leg de drie gouden aandachtspunten uit, met een aantal succesverhalen als voorbeeld.

1 JEZELF ZIJN, PERSOONLIJK ZIJN

Je kunt vrienden worden met je (toekomstige) klant door vooral jezelf te zijn en je niet anders voor te doen dan je bent. Dat betekent dat je je kwetsbaar opstelt. Precies daardoor voelt je klant zich op een natuurlijke manier met jou verbonden. Jouw klant is namelijk net als jij gewoon mens. Dat gevoel van verbondenheid ontstaat dan volledig automatisch, want dat zit in onze natuur. Hoe doe je dat dan op Facebook, jezelf kwetsbaar opstellen?



Succesverhaal: Creative Cosmetics

Elma, eigenaresse van Creative Cosmetics, stelt zich op haar bedrijfspagina heel kwetsbaar op, waardoor ze een echte, oprechte connectie met het publiek maakt. Dat doet ze op een heel simpele manier: ze laat zich zien zoals ze is. Bij alles wat ze op Facebook doet, is ze helemaal zichzelf.

Zo leert ze je bijvoorbeeld via Facebook Live (hierover later meer) hoe je je mooi opmaakt of hoe je een make-over doet. In een van die livestreams komt ze met een blotebillengezicht in beeld en is ze aan het einde van de video echt prachtig opgemaakt. Elma heeft een slechte huid met rode vlekjes en is niet bang om die te laten zien.



Afbeelding 1.1: Elma stelt zich kwetsbaar op door zonder make-up live te gaan.

Haar huidprobleem is haar persoonlijke verhaal, en dat laat ze in haar Facebookmarketing zien. Het is de reden waarom zij met haar make up-lijn begonnen is. De make-up is goed voor de huid en camoufleert op een mooie, natuurlijke manier. Wanneer je die gebruikt, is er niets meer van die vlekjes te zien. Elma is hier heel open over en schaamt zich nergens voor. En dat is haar kracht: ze stelt zich kwetsbaar op. De livestream van dit voorbeeld duurde wel 40 minuten en alle kijkers bleven kijken.

Maar Elma doet nog veel meer. Ze vertelt op haar pagina wat een feestelijk kapsel is en welke kleuren make-up je kunt gebruiken bij welke kleding. Ze geeft tips voor de feestdagen. En bij alle tips geeft ze goed aan welke producten je het beste kunt gebruiken. Natuurlijk zijn dat producten van Creative Cosmetics.

Tussendoor strooit ze ook met persoonlijke berichten. Ze laat zien wat ze graag doet in haar vrije tijd en ook haar hondje komt regelmatig in beeld. Ze plaatst vaak meerdere keren per dag iets op Facebook en inmiddels heeft ze een bepaalde consistentie bereikt die werkt.