



**beyond**  
**ad hoc**  
QUICK GUIDE



# In 7 eenvoudige stappen naar een sterk Social Marketing Plan

## 1. Definieer heldere doelstellingen

Als organisatie moet je goed nadenken over wat je met sociale media wilt bereiken. In een social media plan formuleer je daarom eerst de doelstellingen die je met je communicatie wilt bereiken. Duidelijke doelstellingen geven richting. Drie belangrijke aandachtspunten hierbij zijn Brand Awareness, Betrokkenheid en Conversie. Beschrijf doelstellingen altijd SMART: specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden.

## 2. Zet de buying unit scherp

Door de doelgroep uitgebreid in kaart te brengen, kun je niet alleen de content beter afstemmen op de ontvanger maar zijn ook de soorten kanalen makkelijker te kiezen. Welke afdelingen zijn bij de aankoop betrokken? Welke functies spelen een cruciale rol? Operationele managers? Financiële managers? IT? Researchers? Operationele medewerkers? Al die personen hebben rechtstreeks of onrechtstreeks een grote invloed op de aankoopbeslissing of de klantrelatie op lange termijn. Daarom doe je er goed aan hun koopmotieven en gevoeligheden goed te kennen.

## 3. Creëer unieke content

Houd er rekening mee dat je inhoud wilt delen die waarde heeft voor je publiek, niet alleen informatie over jouw bedrijf en producten. Overweeg hoe je je expertise kunt omzetten in waarde voor de lezers. Ben je bijvoorbeeld actief in ICT? Deel dan tips over hot topics zoals cyber security of remote workspaces. Idealiter lever je in elke fase van het traject van de koper content aan die gemakkelijk kan worden gedeeld. Maak een lijst van de content die je al ter beschikking hebt, en een lijst van de content die je nog moet ontwikkelen.

## 4. Bepaal op welke sociale kanalen jouw mogelijke klanten actief zijn

Misschien zijn jouw mogelijke klanten actief in groepen op LinkedIn, of misschien zijn de experts in jouw branche vooral actief op Twitter en/of Facebook. Zoek uit waar ze actief zijn, en screen de onderwerpen en problemen waar ze het over hebben. Kies vervolgens het kanaal of de kanalen die het meest relevant zijn.

## 5. Ga in gesprek met jouw doelgroep

Naast het genereren van unieke content is het belangrijk om in gesprek te gaan. Vraag je volgers bijvoorbeeld wat ze van een bestaande dienst of een nieuw product vinden. Zorg voor interactie! Reageer altijd op personen die een bericht plaatsen op jouw pagina of jouw content delen. Hierdoor laat je zien dat je actief bent op sociale media en ontstaan er vanzelf gesprekken.

## 6. Reserveer voldoende advertising budget

Om de betrokkenheid en/of het bereik van jouw content te vergroten, kun je je content promoten. Reserveer of maak indien mogelijk extra budget vrij om een boost te geven aan jouw meest waardevolle content op sociale media. Voorzie in je social media plan dus ook content promotion budgetten.

## 7. Meet, evalueer en stuur bij

Om jouw sociale-mediadoelen te behalen en te meten, is het handig om een aantal KPI's (Key Performance Indicators) op te stellen en de vooruitgang periodiek (wekelijks of maandelijks) bij te houden. Op deze manier kan je zien of je jouw doelen haalt of dat je je content best toch wat bijsticht om de doelstellingen te realiseren.

---

Met deze 7 stappen heb je een goede basis voor een ijzersterk social media plan. Het belangrijkste is om onafgebroken te meten en te optimaliseren. Werk samen met Beyond, om jouw aanpak, inhoud en berichtgeving te finetunen. Contacteer ons via [gunther.walravens@beyondmarketing.be](mailto:gunther.walravens@beyondmarketing.be) en ontdek hoe voordelig het is om jouw sociale-mediaprogramma's uit te besteden.