



# VOOR- EN NADELEN VAN SOCIAL MEDIA





## VOOR- EN NADELEN VAN SOCIAL MEDIA

Social media zijn leuk en boeiend. Maar er zitten ook zeker andere kanten aan. Niet voor niets volg je nu deze lessen. Het is belangrijk om social media bewust in te zetten in je werk. Dat betekent dat je er even bij stil moet staan om af te wegen of het voor jou, in jouw functie, handig is om social media te gaan gebruiken. Je gaat voor- en nadelen tegenover elkaar zetten.

### Het gaat om jou

Ga hierbij uit van jezelf, dus niet van je cliënt of doelgroep. Of het voor hen zinvol is komt in een ander werkblad aan de orde. Hier gaat het om jou, als zorgprofessional, als medewerker van jouw organisatie en met jouw functie. Wat zijn voor jouw voor- en nadelen?



### Voordelen

- Op Social Media staat altijd de meest actuele informatie. Door het grote aantal gebruikers is er altijd wel iemand op de hoogte van de laatste informatie. Dat geldt voor het neerstorten van een vliegtuig tot en met de nieuwste versie van de Apple iPhone.
- De inhoud van Social Media websites is vaak gemakkelijk te verspreiden door middel van 'tweetbutton' (Twitter), 'Vind ik leuk knop' (Facebook), 'Share button' (Linkedin). Dat vergroot de mogelijkheden voor een 'sneeuwbaaleffect' enorm.
- Social Media platforms lenen zich goed om specifieke doelgroepen te bereiken, zoals mensen met specifieke kennis of ervaringen op je vakgebied die je anders niet zou kunnen vinden.
- Social Media zoals bijvoorbeeld Wikipedia (hier mag iedereen informatie toevoegen aan onderwerpen waar hij of zij iets van denkt te weten) zijn relatief objectief. Juist omdat hier grote groepen mensen hun kennis 'op loslaten'.
- Zoekmachines als Google, Bing en Yahoo hechten steeds meer waarde aan Social Media. Vooral door de betrouwbaarheid die er door gebruikers aan wordt toegekend.

Noem hieronder een paar voordelen die social media voor jou kunnen hebben. Dat kunnen ook hele anderen zijn dan de voorbeelden hierboven.

### Wat zijn voor jou de voordelen van social media?

.....

.....

.....



## Nadelen

- Op Social Media kan alles door iedereen 'gezegd' worden. Dit kan heel positief uitwerken maar brengt ook risico's met zich mee. Collega's, medewerkers, concurrenten of andere gebruikers kunnen je organisatie ook slechte publiciteit bezorgen (zelfs al is dit onterecht). Je hebt hierin natuurlijk allereerst zelf een rol als zorgprofessional.
- Social Media is niet altijd betrouwbaar, mensen vinden het ook leuk om geruchten te verspreiden zonder dat het waar hoeft te zijn. Op Twitter kunnen geruchten razendsnel verspreid worden. Dat noemen we sinds kort "fake news" en is voor social media platformen een groot probleem omdat ze daar verantwoordelijk voor worden gesteld.
- Het effect van Social Media is lastig in harde cijfers te gieten. Dat maakt het lastig om de ROI (Return On Investment of Return On Internet, dus ... "wat heb je er aan") te berekenen. Toch zijn organisaties er steeds meer van doordrongen dat aanwezigheid op Social Media een 'must' is.
- Sommige mensen vinden dat ze achter lopen als ze niet serieus werk maken van social media en ze een hoop missen van wat er gaande is. Dat noemen we "fear of missing out" of FOMO. De angst om daardoor buitengesloten te raken.

## Wat zijn voor jou de nadelen van social media?

.....

.....

.....

Bovenstaande opsomming van voor- en nadelen komt voor een groot deel van deze bron:  
<http://socialmediasucces.nl/social-media-informatie/>



## Bij blijven in je vakgebied

Wij zien nog meer voordelen van social media. Er is namelijk veel te leren voor jou als zorgprofessional. Er verschijnt op social media veel informatie over je vakgebied. Er zijn collega's, deskundigen, onderzoekers, bestuurders, beroepsgroepen, organisaties, instanties, cliënten, verwanten en journalisten die publiceren over wat er gaande is. Social media maken het makkelijker om snel te scannen wat voor jou interessant is en wat niet. Door de juiste mensen, blogs, groepen en publicisten te volgen blijf je eenvoudig bij.



Zoek op social media platformen naar tenminste 3 mensen of groepen, waar jij je vakkennis op peil kan houden. Volg deze of vraag lid te worden.

Aan de andere kant bieden social media jou ook een platform om jouw expertise of specialiteit te delen met anderen. Wanneer jij regelmatig publiceert over een onderwerp is de kans groot dat mensen jou daarvoor gaan volgen. Jij wordt dan zelf een autoriteit.

Wie volg jij graag in jouw vakgebied? Wat doet hij of zij goed? Zou jij dat ook kunnen?

.....

.....

## Een campagne

Een van de voordelen van social media is dat je zelf makkelijk de aandacht kan trekken naar iets op je werk. Met social media is het maken van "reclame" een stuk makkelijker geworden.

Je kan de aandacht trekken voor de producten van je zorgboerderij, de taartjes uit jullie bakkerij, de lekkere koffie in jullie café én voor jouw cliënt, die in te huren is als DJ.

Een foto of video, een leuk kort stukje tekst, een uitnodiging en een link naar je site, meer is vaak niet nodig om mensen te trekken. Je kan het bij dat ene berichtje laten. Dat zal dan snel naar de achtergrond verdwijnen en alleen mensen bereiken die op dat moment op social media keken.



**AAN DE SLAG MET DIGITALE VAARDIGHEDEN**  
**TRAINING: SOCIAL MEDIA**

's Heeren Loo 

Je kan ook een campagne maken. Het voordeel is dat je langer in beeld bent met je boodschap en dus een groter bereik hebt. Meer mensen zullen het zien. In de reclame kom je veel campagnes tegen. Bedrijven en de overheid maken soms heel bekende campagnes. Ook op social media zie je die terug. Sommige campagnes zijn alleen daar te vinden omdat ze bijvoorbeeld alleen jeugd als doelgroep hebben, die niet anders te bereiken is.

Zoek op social media naar een campagne. Welke is het en van wie?

---

---

Wat valt je op? Voor wie is de campagne bedoeld?

---

---

Wat is het doel en wat spreekt je aan?

---

---

### Zelf een campagne maken

Zelf een campagne maken is dus niet moeilijk en kan op verschillende manieren, goed voorbereid met oog voor alle details. Of sneller, minder doordacht en met ruimte voor spontaniteit. De afdeling communicatie of het team Social Media kan je daar ook zeker bij helpen! Let weer goed op privacy en toestemming van collega's, cliënten en gasten.

### De zorgvuldige route:

Een communicatieafdeling maakt niet zomaar een social media campagne. Daar gaat een heel plan aan vooraf. En gesprekken met de mensen die in beeld komen en de consequenties er van. Een campagne trek je immers niet zo maar terug!

Wat je op social media te zien krijgt is het topje van de ijsberg.



De stappen van een goed doordachte campagne op social media zijn grofweg als volgt:

### Vorbereiding

1. je bedenkt wat je wil en voor wie
2. Wat is je kernboodschap? Kan je daar een slogan van maken?
3. je bedenkt welk beeldmateriaal er moet komen, kleur, beeld, sfeer, onderwerp, logo, enz.
4. Je bedenkt welke tekst er moet komen
5. je verzint wat jij wil dat mensen gaan doen na het zien van je bericht
6. welke contactgegevens moeten er bij?
7. welk social media platform gebruik je?
8. wie komen er in mijn campagne en zijn de consequenties helder voor hen?
8. verzin een #hastag voor je campagne

### Uitvoering

1. wie ....
2. maakt welke boodschap, in beeld en tekst
3. plaatst het op welk social media platform
4. wanneer moet het klaar zijn en wanneer verschijnt het (een planning dus)
5. maakt berichten voor, tijdens en na afloop van een gebeurtenis

### Nazorg

1. wie reageert op reacties
2. hoe reageer je? Op positieve reactie en op de negatieve?
2. is het doel gehaald?
3. hoe kijken jullie er op terug?
4. zit er nog zo iets aan te komen?
5. kan je dat vast aankondigen met een nieuw bericht?

### De snelle route:

“Oh, gelukkig, is die er ook?” jazeker! Want dit is een best uitgebreide weg om een campagne te maken. Dat zal voor jou, als je ook allerlei andere taken hebt, lang niet altijd haalbaar zijn. Natuurlijk kan het ook sneller, ook dat is de kracht van social media. Heb je minder tijd, maar wil je toch iets meer dan een enkel bericht op social media zetten? Maakt dan een mini-campagne met drie berichten.



1. een aankondiging
2. tijdens een gebeurtenis
3. een terugblik en meteen vooraankondiging van een volgende gebeurtenis.

Ook hier moet je er wel even over nadenken. Maar het kan het bijkomende voordeel hebben dat je berichten een stuk spontaner en minder gepolijst zullen zijn. Bijvoorbeeld met een snel geschoten video. Misschien past deze stijl wel veel beter bij wat je wil duidelijk maken.



Wat spreekt jou het meest aan?  
De lange route, de korte route of een mix van beide? En waarom?

### Tips

- Maak een basisbericht dat alles bevat dat je wil vertellen en maak daar varianten op.
- Herhaal eerder verzonden berichten op andere tijdstippen nog een paar keer. Om andere mensen te bereiken.
- Overleg altijd even met de communicatieafdeling. Ze hebben daar tips voor je én zijn waarschijnlijk blij met het materiaal dat jij aan hen geeft. Dat kunnen zij weer delen op de organisatie-accounts. Daarmee vergroot jij ook weer jouw bereik.
- Op social media kan je campagnes voeren om meer volgers te krijgen. Je kan dan als lokkertje iets weggeven. Gratis dus. Een product, een dienst of een beleving. Waarvan je vervolgens ook weer verslag doet op social media, natuurlijk. ;-)



Maak met je team over iets, een evenement of iemand op je werk een campagneopzet voor op social media, volgens de uitgebreide route. Hoe zouden jullie dat aanpakken?

Vorbereiding

.....

.....

.....

Uitvoering

.....

.....

.....

Nazorg

.....

.....

.....