

CADOCIAL GRATIS E-BOOK

digital marketing #1



#cadocial
strategy

01

Euh? Hallo? Ziet iemand mijn posts?

Het is algemeen geweten dat niet al je volgers je posts te zien krijgen.

Gemiddeld genomen ziet op Instagram slechts 50% van al je volgers je posts. Op Facebook ligt dat percentage nog veel lager.

Het **algoritme** bepaalt, op basis van het gedrag van Instagram gebruikers, hoe interessant bepaalde content voor iemand is. Als uit die analyse blijkt dat jouw content niet relevant is voor een deel van je volgers, zullen zij je posts ook niet meer te zien krijgen, tot ze weer actief naar jouw account of content gaan zoeken.

Uiteraard wil je heel graag ál je volgers bereiken en gelukkig kan ik je enkele tips geven om dat percentage te verhogen:



1 Creëer de juiste **content** voor je doelgroep. Weet wat er leeft bij je doelgroep en pas je content hierop aan. Weet je niet wat mensen van jou verwachten? Vraag het hen! Dat kan via de comments onder een post of via een sticker op je IG stories.

2 Probeer en **analyseer!** Heb je een nieuw idee? Durf doen en analyseer het resultaat. Werkt het niet? Dan voer je het gewoon af.

3 Zet je Instagram Stories in om je volgers te **laten weten** dat je een nieuwe post hebt gepubliceerd. Je kan de stories ook inzetten om extra content te creëren rond je post.

4 **Reageer** op je volgers als zij reageren op je post, deel eventueel hun reacties op je Instagram Stories.

5 Een klassieker... maar als je mensen niet **vraagt om een actie**, dan doen ze dat vaak niet. Wil je dat je post wordt geliket? Vraag dat dan onderaan je caption.

6 Gebruik relevante **hashtags**. #

7 Zoek het **beste moment** van de dag om te posten. Opgelet... dit moment kan zeer regelmatig veranderen. Het is dus van belang dat je je statistieken blijft analyseren.

8 Heb je een post die het écht super goed doet en erg belangrijk voor jou is? Dan kan je hem betalend gaan **boosten** op betrokkenheid.



Moet je TikTok doen?

02

Heb je al gehoord van TikTok?

Dit social media platform komt overgewaaid uit China en is bijzonder populair bij jongeren tussen 10 en 19 jaar. In 2019 was het zelfs de meest gedownloade social media app.

Je kan met TikTok makkelijk korte video's (max. 15 seconden) maken en ontdekken. Oorspronkelijk werd de app voornamelijk gebruikt om playbackfilmpjes op te nemen, maar intussen zijn er ook heel wat andere filmfragmenten op terug te vinden.

Als dit platform zo aan het groeien is, vraag jij je ongetwijfeld af of je mee op de kar moet springen. Als jongeren tussen 10 en 19 jaar jouw doelgroep zijn, dan is dat in elk geval het overwegen waard. TikTok heeft nog geen speciale features voor bedrijven, maar toch kan je er als merk of product je voordeel mee doen.

- ➡ Zo kan je populaire jongeren vragen om ambassadeur te worden voor je merk en hen zo in te zetten als influencer.
- ➡ Je kan ook een eigen account lanceren. Dat vraagt uiteraard een strategische aanpak en humor is op dit platform en voor deze doelgroep cruciaal.

Laat je dus zeker begeleiden door een professional wanneer je deze stap overweegt.

Ik zet je alvast op weg met enkele tips:



- ➡ Ga voor een pro-account
- ➡ Gebruik hashtags
- ➡ Gebruik ondertiteling
- ➡ Koppel je YouTube of IG-account.

03

Zó worden je medewerkers Brand Ambassadors

Onderzoek van [@Sproutsocial](#) wijst uit dat werknemers die merkaanbevelingen op hun eigen sociale kanalen plaatsen de meest effectieve vorm van influencermarketing is.

Maar hoe pak je dat dan aan?

Ik neem graag de Amerikaanse warenhuisketen [@macys](#) als voorbeeld.

Zij hebben een Brand Ambassador Programma opgezet, specifiek voor de eigen werknemers. Het programma heet Style Crew en werd gelanceerd in 2017. Het groeide uit van 20 naar meer dan 300 werknemersambassadeurs, die elk hun individuele stijl en flair tonen.

De gekozen medewerkers delen stelselmatig door Macy gesponsorde berichten op hun sociale media-feeds, inclusief shoppable video's. Style Crew-leden worden financieel beloond als hun post leidt tot verkoop voor het merk. Medewerkers die worden toegelaten tot het programma hebben toegang tot een trainingsreeks die tips geeft voor het vergroten van hun publiek en krijgen een preview van de nieuwste collecties.

Mijn tips om van jouw team echte ambassadeurs te maken:

- 1 Laat de influencer-medewerker zijn eigen stijl behouden.
- 2 Communiceer duidelijk de doelstelling en afspraken met de influencer/medewerker.
- 3 Zorg voor een tegemoetkoming voor hem/haar (als een doelstelling wordt behaald).
- 4 Zorg dat de influencer/medewerker zich écht betrokken voelt en geef hem bijvoorbeeld toegang tot exclusieve previews.
- 5 Deel de creaties in de mate van het mogelijke van je ambassadeurs op je eigen feed of in je stories.



Digitaal, dat is pas echt normaal!

04

Steen en been klagen dat de wereld is veranderd en dat het vroeger allemaal beter was... dat helpt natuurlijk niet! Want de wereld *is* veranderd... al heel lang, dus als je nog een bleu'ke bent... dan wordt het tijd om uit uw kot te komen!

Enkel een website op de wereld los laten is vandaag de dag al lang niet meer genoeg. Gebruik je social media slim om je onderneming top-of-mind te krijgen...

Niet mijn woorden... Wél die van Emiel van [@uptodate_webdesign](#). Heb je zelf niet veel kaas gegeten van het hele digitale universum? Dan help ik je graag op weg...

Enkele tips van Emiel:



1

Maak gebruik je social media om zowel online als offline mond-aan-mond-reclame te generen

2

Breng je Google paspoort in orde

3

Verzamel veel Google Reviews en neem een voorsprong op je concurrenten

4

YouTube advertenties zijn ivm. andere middelen erg goedkoop

5

E-mails hebben de grootste impact.

05

5 tips voor je online branding

Een merk... dat moet je bouwen, zowel offline als online.

- ➡ Offline doe je dat uiteraard door de diensten en producten te leveren die je belooft. Promise what you preach.
- ➡ Je creëert een imago door wat je online van jezelf of je onderneming deelt.

Deze 5 tips vond ik in het boek #LikeMyLike van [@hannes_bhc](#) (auteur van [@uglybelgianhouses](#) en eigenaar van [@hurae.be](#)).

Doe er vooral je voordeel mee:



Be prepared for shit

Hoge bomen vangen veel wind. Hoe succesvoller je bent, hoe meer commentaar je krijgt... zo werkt dat, helaas! Maar laat je hier vooral niet door ontmoedigen. focus op heet positieve en ga je eigen weg!

Wees gul

Deel je ideeën, kennis, ...

Wees positief

Ik geef toe... er zijn accounts waar mensen succesvol zijn omdat ze het "niet zo perfecte" leven delen. Maar eerlijk? Er is echt kei veel negativiteit in de wereld, dus be positive online! Ja op social media worden dingen over het algemeen wat rooskleuriger voorgesteld, maar ... we love roze. De kunst zit hem erin een evenwicht te vinden in realiteit en positiviteit.

Zorg dat mensen je onthouden

Ahja! Want dat is uiteindelijk waarom je het allemaal doet. Door de grijze muis uit te hangen, verdwijn je in de grijze massa. Denk en doe verrassend en vernieuwend.

Vind een mentor, vind gelijkgestemden

Deel je ideeën met mensen. Luister naar hun advies. Je kan dan nog beslissen wat je ermee doet. Doordat anderen dingen vanop een afstand bekijken, krijg je soms nieuwe inzichten. Dat helpt jou dan weer vooruit. Wees niet bang voor negatieve feedback. Falen is beter dan niks doen.

Een website, is dat echt nodig?

06

Je bent een dienstverlenende onderneming. Je bent super actief op social media en je hebt ondervonden dat je inspanning effectief renderen.

Daarnaast heb je een website, waar je geld voor betaalt, maar die in vergelijking met je inspanningen op sociale media minder geld oplevert.

Tot slot heb je een beperkt budget én beperkte mankrachten om alles te doen. Dan vraag je je af... is die website nog wel nodig?



spoiler:

JA

Je eigen website is het hart van je communicatie waarop gebruikers alle informatie vinden die ze nodig hebben.

Je sociale media zijn 'vluchtiger'. Ze dienen om snel en efficiënt te communiceren met je klanten (acties, promo's, verspreiding van een nieuwe blogpost of video, technische problemen of sluitingsdagen).

Zonder website zou men wel eens durven twijfelen aan je bestaan. Zorg dus dat hij er professioneel uitziet.



07

Weet wat je klant doet en vooral... wanneer!

Weet jij wanneer je klant online is?



Dat zoek je best eens uit. Als je je klant bereikt op het moment dat hij ervoor openstaat, er zin in heeft en er tijd voor wil maken, kan ervoor zorgen dat hij ook **actie** onderneemt.

Stuur jij telkens interessante aanbiedingen de wereld in wanneer je klanten er helemaal geen tijd voor hebben of hun hoofd er niet naar staat, dan ben je hun aandacht kwijt.

Wist je trouwens dat de meeste mensen online shoppen 's avonds en 's nachts?



Check dus goed je statistieken, zowel van je e-mailcampagnes, social media als je website statistieken.



Geen kaas van gegeten?

Stuur mij een Instagram berichtje of mailtje (cado@cadocial.be) en boek jouw workshop **statistieken voor dummies**.

Kies voor een face-2-face workshop of online workshop.



Smartphones en tablets aan de top!

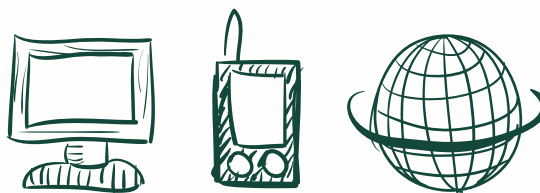
08

De laatste jaren surfen we met z'n allen alsmaar meer via smartphone of tablet. Het is dus belangrijk om ervoor te zorgen dat gebruikers (en dus potentiële klanten) je website gemakkelijk kunnen raadplegen via hun smartphone.

Mensen hebben geen geduld om steeds in- en uit te zoomen en naar links en rechts te swipen. Alles moet onmiddellijk klaar zijn voor gebruik!

Dat kan door middel van 'responsive design' waarbij de inhoud en opmaak van een website automatisch aangepast wordt aan het gebruikte scherm.

Daarnaast kan je ook opteren om een aparte mobiele site te maken. Vooral wanneer je website veel informatie bevat is het handig om een vereenvoudigde versie te creëren voor mobiel gebruik.



09

Verkopen via bol.com, iets voor jou?

Als retailer moet je continu **schakelen**. Heb je al een webshop? Dan kun je daar nu volop tijd en energie in steken om er dan (hopelijk) zoveel mogelijk uit te halen. Heb je enkel een fysieke winkel of lig je als merk enkel in fysieke winkels, dan moet je op zoek naar een alternatief.

Een verkoopplatform als bol.com of Amazon, kan een optie zijn, ik zet even de voor- en nadelen op een rijtje:

1

super makkelijk

Je heb geen eigen webshop nodig om met een verkoopplatform als bol.com in zee te gaan. Je kunt gewoon je eigen producten uploaden en hupsakee, je bent vertrokken. Heb je wel een eigen webshop? Dan kun je hem koppelen met het verkoopplatform.

2

super groot bereik

Zonder veel geknoei met je SEO, bereik je een super groot publiek.

3

kosten zijn duidelijk

Voor wat, hoort wat. Je staat een percentage van je omzet af, maar dat zou je ook doen als je bijvoorbeeld je merk laat verkopen door een retailer.



Veel retouren

Cijfers tonen aan dat de retouren via een platform hoger liggen dan op een eigen webshop, maar dat zou komen doordat de retourtermijn langer is.



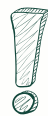
Concurrent van jezelf

Heb je een eigen webshop? Dan betaal je ongetwijfeld voor je positie in Google. Als je ook via bol.com gaat verkopen, kan het dat je voor bepaalde zoekwoorden met hen in concurrentie gaat. Houd dat dus in de gaten!



Je maakt het platform een beetje slimmer

Alles wat op zo'n platform gebeurt, wordt bijgehouden. Zo maak je het platform een beetje slimmer en dus sterker.

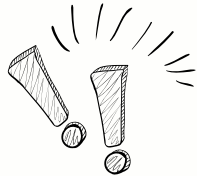


Als je het niet goed doet, word je gestraft

Om de kwaliteit te kunnen waarborgen checkt bol.com een aantal parameters. Zo kijken ze naar het aantal annuleringen, of je op tijd levert en of je goed bereikbaar bent. Zo wordt het kaf van het koren gescheiden.

Meer volgers betekent niet meer omzet

Ik kan het niet genoeg benadrukken, maar doelen stellen is zó belangrijk!



Ik hoor dagelijks dat mensen meer omzet willen, dus meer volgers.

Het ene is helaas niet het gevolg van het andere.

Als je meer omzet wil genereren, dan moet je een **concreet plan** opzetten.

- ➡ Zet bijvoorbeeld een actie op, communiceer die via al je kanalen heel duidelijk gedurende een periode (niet te lang en niet te kort), zorg dat de actie aantrekkelijk is, breng het product of de dienst op een aantrekkelijke manier in beeld (zorg voor kwalitatief fotomateriaal!). Adverteer op je succesvolle posts, zet A/B tests op,...

Je volgers verhogen is een andere doelstelling. Het zorgt ervoor dat meer mensen je naam kennen, maar levert je niet onmiddellijk omzet op.



11

Persoonlijke content werkt

Op instagram is tekst net zo belangrijk als je foto's en video's.



Weet je wat slim is? Als je een mooie foto plaatst met een persoonlijk stukje tekst eronder.

Heb je bijvoorbeeld een interieurzaak? Dan kun je een sfeerfoto publiceren van je winkel met daaronder een verslagje van je dag... Misschien heb je een bijzondere ontmoeting gehad in de winkel, ga je vanavond nog sporten, denk je na over het eten dat je straks op tafel wil toveren.



Vertel het en geef je volgers een kijkje achter de schermen.



Wedden dat hen dat meer boeit dan de prijs, de stof en de kleur van die ene zetel op je foto?

Als je volgers écht interesse hebben in die zetel, dan zullen ze je wel een PM sturen of een comment plaatsen onder je post.

Het proberen waard!



Wat je zelf doet, doe je beter

12

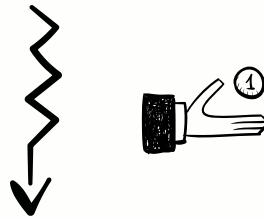
Misschien maak jij kei **mooie foto's** en bedenk je super creatieve tekstjes?

Misschien ben jij een échte **planner** die een prachtige Instagram feed in elkaar kan boxen en zet je elke dag op het juiste moment je post online

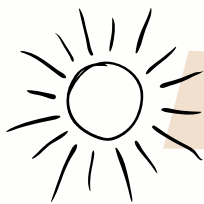
Misschien ben je een kei in het bedenken van de juiste **strategieën**, werk je super efficiënt én doelgericht, waardoor je altijd je doelstellingen behaalt.

... Maar misschien ook niet.

Wat je zelf doet, kan je soms wel beter, maar dat betekent niet dat je alles zelf moet of wil doen.



Je **social media uitbesteden** kan een verademing zijn. Je hoeft je hoofd niet meer te breken over tekstjes, foto's, creatieve ideeën. Nee hoor! Alles wordt voor jou gedaan en jij kan gewoon wat meer van het leven genieten. Of je zaak op andere vlakken verder ontwikkelen. Dat kies je dan maar helemaal zelf.



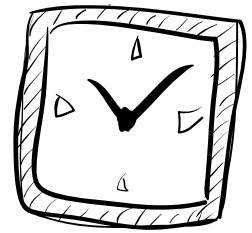
Zin om wat last van je schouders te halen? Stuur mij [een PM](mailto:cado@cadocial.be) of mailtje: cado@cadocial.be

13

Geen tijd, geen zin, geen inspiratie
Zo houd je je sociale media toch in leven!

Je hebt het druk zeker? *Ahja!* Je bent een ondernemer... dat betekent per definitie dat je aan álles moet denken, dus ja... ook aan je social media!

Veel ondernemers beheren in eerste instantie zelf hun socials, maar al snel blijkt dat ze niet voldoende tijd hebben om dat consequent en constructief te doen.



Herkenbaar? Een goede contentplanning is je redding liefste ondernemer.

- ➡ Maak een **jaarplanning** op met grote lijnen die jaarlijks terugkomen. Denk aan: lancering nieuwe collectie, belangrijke feestdagen, solden, ...
- ➡ Maak ook **maandelijks** een planning op. Welke dingen wil je specifiek deze maand communiceren? Heb je een actie of evenement dat je wil aankondigen, ...
- ➡ Zorg voor een handige **planningstool**... Denk aan: Facebook Creator Studio, Buffer, Later, Kontentino, ...
- ➡ **Plan** je post op voorhand in. Zo zorg je voor continuïteit.
- ➡ Deel de dagdagelijkse dingen eventueel via je **stories**.

Zo pakken we dat aan met [@billyrose.be](https://www.billyrose.be). Wij zorgen voor de continuïteit & de grote lijnen, maar Annelies post zelf nog veel leuks via haar stories! Werkt geweldig!



Goede foto's zijn geen overbodige luxe!

14

Je foto's zijn ontzettend bepalend voor je imago

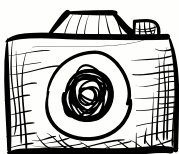
Ik ben zelf absoluut geen groot talent in het maken van foto's. Daarom adviseer ik mijn klanten altijd om samen te werken met een goede, professionele fotograaf.

Ik vind het ook belangrijk om te kijken naar de specialiteit van de fotograaf. Een foodfotograaf is geen lifestyle fotograaf of fashion fotograaf.

Goede foto's kun je niet alleen gebruiken voor je website, maar ook voor je social media, nieuwsbrieven, offline communicatiemateriaal,...

Ik heb de afgelopen jaren met verschillende goede fotografen mogen samenwerken. Onderstaand som ik er een aantal op, maar ik ben er vast vergeten!

Gebruik je slechte, onprofessionele foto's? Dan geef je als merk ook geen professionele indruk



[@diego_franssens](#) - Fashion

[@bartstudiowauters](#) - Food

[@mirab_photography](#) - Lifestyle

[@fotogralliess.be](#) - Portret

[@estelle.parewyck](#) - Lifestyle

[@studiowauters](#) - Food

[@vandesandeleen](#) - Sport + Lifestyle

[@magalydorieux_photography](#) - Family

[@Lies.v](#) - Portret

15

Dit zijn de golden hours om te posten

Het moment waarop je een post plaatst, kan een invloed hebben op het succes van je post. Daarom is het goed om je statistieken in de gaten te houden, want het kan voor elk profiel verschillend zijn.

Om toch een houvast te geven, heb ik de “golden hours” van een aantal branches op een rijtje gezet:



Food - 15 uur, wanneer iedereen honger krijgt en nog boodschappen moet doen.



Fashion - 8u of 19u - wanneer mensen onderweg zijn en tijd hebben om zich te laten inspireren op de trein of de bus.



Interieur - 8u of 20u met zondag als dé ultieme inspiratiedag



Fitness/Health - tussen 8u en 9u. Mensen hebben dan nog energie en zijn nog gemotiveerd om fitness die dag op de agenda te zetten. Een post om 17u is in dit geval niet zo'n top idee.



Zakelijk - tussen 10u en 18u doordeweeks, want 's avonds en in het weekend willen (de meeste) mensen niet aan hun werk denken.



Zo reageer je gepast op negatieve reacties op social media

16



De do's & don'ts bij negatieve feedback of recensies

Een schouderklopje of duimpje omhoog krijgen we allemaal graag. Kritiek, dat is een ander paar mouwen en al zeker als iemand die kritiek publiekelijk uit... op social media bijvoorbeeld...

Zo ga je er best mee om:

✓ Bedank voor de feedback en laat weten dat je er aan zult werken.

✗ Verwijder geen reviews, tenzij ze racistisch of discriminerend zijn. In dat geval meld je ze ook beter.

✓ Reageer zo snel mogelijk op een professionele, rustige manier.

✗ Negeer zeker niet en stel je reactie niet uit. Dat komt arrogant over.

✓ Spreek de persoon aan bij naam, vermeld ook de naam van diegene die het antwoord heeft geschreven en houd het positief.

✗ Negeer de reactie niet. Ook dat komt arrogant over.

✓ Personaliseer je reactie.

✗ Gebruik geen standaard antwoord.

✓ Geef een kort & positief antwoord en zeg dat je per mail of telefoon verder contact opneemt om het probleem uit te klaren & een oplossing te bieden.

✗ Vermijd een lang antwoord.

✓ Bespreek de fout ook in je team. Laat dat ook weten aan diegene die de negatieve feedback heeft gegeven.

✗ Is er een fout gemaakt? Geef geen excuses of ga niemand met de vinger wijzen.

17

Stop met doelloos te schieten op social media

**Track je wel eens hoeveel uren je spendeert aan je social media?
En nog belangrijker! Track je wel wat jou dat opbrengt?**

Als ondernemer is je tijd écht kostbaar. Zomaar iets doen, zonder doel is dus nutteloos én het kost je uiteindelijk (veel)geld.

Het begint allemaal bij het bepalen van je **doelstellingen**. Eens je die kent, kan je doelgericht aan de slag en pas dan zal het je iets opleveren, misschien wel met minder moeite en sowieso met minder tijdverlies!

Aan jou de keuze:

- Naamsbekendheid vergroten
- Leads genereren
- Klanten behouden
- Klantenservice verbeteren
- Reputatie verbeteren
- Beïnvloeders betrekken
- Marktinzicht vergroten
- Risico's beheersen
- Medewerkers werven
- Medewerkers betrekken
- Productiviteit verhogen
- Innovatie/ontwikkeling bevorderen



Onderschat de *Kracht* van je medewerkers niet!

Zélf over de daken schreeuwen hoe geweldig je product of je dienst is, is leuk, maar niet zo geloofwaardig als andere mensen enthousiast zijn over jouw product of dienst.

In de ideale wereld wordt elke klant een ambassadeur, maar begin bij het begin! Begin bij het enthousiasmeren van je eigen teamleden.

Als zij binnen hun eigen netwerk enthousiast zijn over hun job, de onderneming waarvoor ze werken en die trots uitdragen als echte **ambassadeurs**... dan zit je kei goed!



Voorbeeld van een *enthousiast team* : [@mixteshop](#)

Elk teamlid maakt foto's, speelt model, komt met ideeën, volgt berichtjes op,... Neem zelf maar eens een kijkje op hun account: elke dag nieuwe inspirerende foto's, updates over de collectie, super snelle reacties op vragen van klanten.



dankjewel

Fijn dat je tot het einde hebt meegelezen!
Hopelijk heb je iets opgestoken van de tips en ben je nu helemaal klaar om zelf aan de slag te gaan.

Smaakt dit naar meer? Neem dan eens een kijkje in onze andere e-books via de link hieronder.

[download andere e-books](#)



e-mail marketing

instagram

ads

facebook

influencers

Cadocial

Als je zelf opmerkingen hebt, geef deze dan door via cado@cadocial.be want de wereld van de digitale marketing is constant in verandering en het is altijd mogelijk dat de info moet geüpdatet worden.



Cado
Founder | Cadocial

CONTACT

0473/92.37.39
cado@cadocial.be

www.cadocial.be