

# SOCIAL MEDIA STRATEGIE

## voor je organisatie

### 1. Doelstelling

- Wat wil je bereiken met social media?
- Maak nu je doelstelling SMART. - specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch.
- Beschrijf hoe je social media doelstelling een doelstelling van de organisatie ondersteunt of verrijkt.

### 2. Doelgroep

- Wie moet je bereiken met je social media strategie om je doelstelling te bereiken? Waarom deze doelgroep?
- Wordt deze doelgroep genoemd in het communicatieplan/marketingplan van je organisatie?
- Wat weet of voelt de doelgroep over je organisatie of situatie? Waarmee vind je wederpraak met hen?
- Welke hoofdpunten wil je overbrengen op je doelgroep?
- Wat voor social media tools gebruikt je doelgroep momenteel? Als je doelgroep samenkomt op bepaalde social media kanalen, waar hebben ze het dan over in relatie tot je merk/doelstellingen/belangen/concurrenten?
- Wat voor aanvullend onderzoek moet je doen om te leren over het online gedrag van je doelgroep in social media?

### 3. Integratie

- Hoe ondersteunt je social media strategie andere componenten van de internet strategie van je organisatie?
- Is er een offline component waar je rekening mee moet houden of die je moet ondersteunen?

### 8. Experimenteer

- Welk klein deel kun je eerst als pilot implementeren?

### 4. Cultuur verandering

- Als je een strategie hebt, hoe krijg je de organisatie in beweging om er gebruik van te maken? En er eigenaarschap van te nemen?
- Hoe ga je om met eventuele angsten of zorgen met betrekking tot social media strategie?
- Hoeveel veranderingen kan je organisatie aan? Hoeveel verandering tolereren ze?

### 5. Capaciteit

- Wie gaat je social media strategie implementeren?
- Kan er minimaal 5 uur per week gewerkt worden aan de social media strategie nadat je de initiële leercurve gepasseerd bent?
- Heb je de meest efficiënte workflow en taken klaar?
- Heb je expertise van buitenaf nodig?
- Is je content creatie afhankelijk van andere personen of bronnen?

### 7. Meting

- Wat is je originele meetbare doelstelling?
- Welke harde datapunten of data-metingen ga je gebruiken om de voortgang met betrekking tot je doelstelling bij te houden?
- Hoe vaak ga je metingen uitvoeren en data analyseren?
- Heb je de systemen en resources om deze metingen efficiënt uit te voeren?
- Hoe ga je inzichten verkrijgen van de data naarmate het project bezig is? Welke vragen stel je? Wie doet hieraan mee?

### 6. Tools en tactieken

- Welke tactieken en tools ondersteunen het best je doelstellingen en passen bij je doelgroep?
- Voor welke tactieken en tools heb je daadwerkelijk de capaciteit om ze te gaan hanteren?
- Welke keywords ga je veel gebruiken?
- Welke geluiden uit social media ga je gebruiken als input voor beslissingen?
- Wie reageert er onder welke omstandigheden? (vanuit organisatie)
- Hoe ga je om met negatieve reacties en beeldvorming?
- Welke content wordt er gebruikt om je social media actueel te houden en/of interactief te houden?
- Heb je oog voor vertelkunst om zo je doelgroep aan te spreken?
- Hoe assisteer of maak je het makkelijk voor gebruikers om je boodschap verder te vertellen? Wie doet dit?
- Als je content van buitenaf gebruikt om een autoriteitspositie te creëren, welke bronnen gebruik je daarvoor en waarom?
- Hoe brand je je organisatie op buzz sites?
- Wie gaat er contacten aan en onderhoudt deze met "influencers"?
- Hoe krijg je volgers/fans zover dat ze over je content praten met vrienden?
- Wat voor acties zou je willen dat je volgers/fans ondernemen wanneer ze in contact komen met je content?
- Hoe gaat je organisatie zich manifesteren op sociale netwerken?
- Wie kan/wil er allemaal content creëren?
- Wie wordt de community manager?