



Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Het Doel	4
Uitstraling.....	4
Zichtbaarheid.....	4
De Basis.....	5
2. Hoe richt je het in?	6
1. Wat vinden we belangrijk?	6
Hoe begin je?	8
Stap 1 Beoordeel je profiel.....	8
Stap 2 Bekijk bedrijfsprofiel	8
Stap 3 Link het bedrijf aan jouw profiel.....	9
Stap 4 Maak het persoonlijk.....	9
Het Einde	10

Inleiding

In deze handleiding leren we jou “**het sociale mediabeleid**”. Sociale media is een middel, een platform dat ons de gelegenheid geeft om met andere mensen in contact te komen.

Voor een bedrijf biedt sociale media gigantisch veel kansen om met potentiële klanten in contact te komen. Ook binnen het bedrijf zien we sociale media als kans om goed zichtbaar te zijn voor een potentiële klant.

Als individu maak je niet echt een impact, maar als team kun je een grote impact maken en daarmee goed zichtbaar zijn. In deze handleiding willen wij jou daarom laten zien hoe wij als team op sociale media goed zichtbaar willen zijn.

Waarom?

Hoe beter we zichtbaar zijn, hoe méér we klanten kunnen aantrekken! Hoe méér klanten we aantrekken voor het bedrijf en wat goed is voor het bedrijf, is goed voor ons.

Help jij ons om een **Sociale Media IMPACT** te maken? Lees dan gauw verder..



Het Doel

Het doel van een sociale mediabeleid is om als team uniformiteit te creëren.

Je hebt vast wel gemerkt dat we binnen het bedrijf met onze klanten een hele goede band opbouwen. Met de klanten bouwen we zowel een formele, als een informele relatie op. Dit zorgt ervoor dat we ons te allen tijde bewust moeten zijn van wat we willen uitstralen voor onze klanten en hoe wij zichtbaar willen zijn voor potentiële nieuwe klanten. Het doel van dit sociale mediabeleid is dus **tweeledig**.

Uitstraling

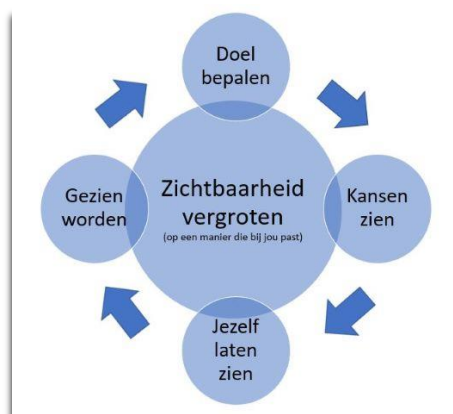
Uitstraling als doel heeft vooral betrekking op de klanten die naast onze zakelijke relatie, een privérelatie met ons opbouwen. Klanten zullen ons toevoegen op whatsapp, gaan ons volgen op diverse sociale media platformen zoals Facebook, Snapchat en Instagram. We zijn van mening dat wij hiervoor open moeten staan, omdat we hiermee een hechte en duurzame band opbouwen met de klanten.

Hierdoor zijn we ons er ook van bewust dat we na moeten denken over onze uitstraling op deze platformen. Onze online uitstraling!

Door aandacht te besteden aan onze online uitstraling op zowel onze bedrijfsprofielen als onze privé profielen willen we een positieve bijdrage leveren aan de band die wij met onze klanten opbouwen. Hoe wij dit verwachten te doen komen we verder in deze handleiding op terug.

Zichtbaarheid

Naast dat we de uitstraling ten doel hebben gesteld voor klanten, willen we met onze sociale mediakanalen ook zichtbaar zijn voor nieuwe klanten. Hoe beter je zichtbaar bent als bedrijf op sociale media, des te meer klanten je uiteindelijk aantrekt en des te meer omzet je als bedrijf kunt gaan genereren. Meer omzet, is meer geld om te besteden aan het team, aan leuke dingen of aan andere activiteiten die de ontwikkeling van het bedrijf ondersteunen. Hoe wij dit verwachten te doen komen we verder in deze handleiding op terug.



De Basis

In de basis zeggen wij *“als je niet trots bent op de plek waar je werkt, dan zou je er niet moeten werken”*. Omdat we weten dat werken bij **SPC Personal training** iets is waar onze collega's trots op zijn, dan mag je dit ook uitdragen op je sociale mediaplatformen. Daarmee toon je aan dat je waarde hecht aan de samenwerking met het bedrijf.

Door op sociale media uit te dragen waar je werkt, lever je ook een positieve bijdrage aan de ontwikkeling van het bedrijf. Zowel op gebied van zichtbaarheid, als op het gebied van uitstraling.

Om dit duidelijk te maken gebruiken we vaak het voorbeeld van verschillende influencers. Influencers geven altijd op hun sociale mediaplatformen aan met welke bedrijven ze een samenwerking hebben. Denk aan sponsors, zakenrelaties, maar denk bijvoorbeeld ook aan bekende voetballers die bij een voetbalclub spelen. Op hun sociale media platform zie je altijd terug aan welke bedrijven ze gelinkt zijn. Hiermee leveren ze direct een positieve bijdrage aan de ontwikkeling van het bedrijf.

Hier een aantal voorbeelden:



Ook bij kleinere influencers zie je altijd terug aan welke bedrijf ze gelinkt zijn. Of je nou rondkijkt op Instagram, Facebook, Snapchat of LinkedIn. Je ziet altijd een link met het bedrijf.

Ken je die sport-influencers die via een sponsor 10% korting aanbieden? Vaak zie je dan in de bio-info terug met welke bedrijven ze een samenwerking hebben. Alle grote bedrijven hechten er waarde aan om dit terug te zien bij een partner. Dus wij ook :p !

Grote bedrijven hechten waarde hieraan omdat je hiermee een bijdrage levert aan de marketing van het bedrijf (uitstraling en zichtbaarheid).

2. Hoe richt je het in?

Je bent er vrij in om zelf te bepalen hoe je jouw sociale media profiel inricht. Wat we altijd adviseren is dat je er rekening mee moet houden dat je jezelf benaderd als een “**persoonlijke merk**”. Presenteer alleen van jezelf wat je graag van jezelf gepresenteerd wilt hebben. Laat zien wat je wilt laten zien en verberg wat je wilt verbergen. Wil je je naam laten zien? Wees daar dan vrij in. Wil je je leeftijd laten zien? Wees daar dan vrij in. Wil je je professie, studierichting of carrière laten zien? Doe dat dan vooral.

Inrichtingen waar je voorzichtig mee moet zijn, zijn aspecten van je leven die geen positieve bijdrage leveren aan wat je graag zou willen uitstralen. Zo zijn er zaken die je liever privé kunt houden omdat mensen op sociale media daar een sterke mening over hebben en zich niet schamen om zich daarover te uiten op jouw profiel. Je kunt hierbij denken aan het delen van seksuele voorkeur, politieke mening, jouw denkwijze over bepaalde politieke aspecten etc. Hoe wel je vrij bent om deze uitingen te doen, trek je hiermee vaak ook de aandacht van negatief ingestelde politieke groepen.

Ondanks we leven in een land van “vrijheid van meningsuiting” leven we in een land met veel gekken. Ook op Sociale media!

1. Wat vinden we belangrijk?

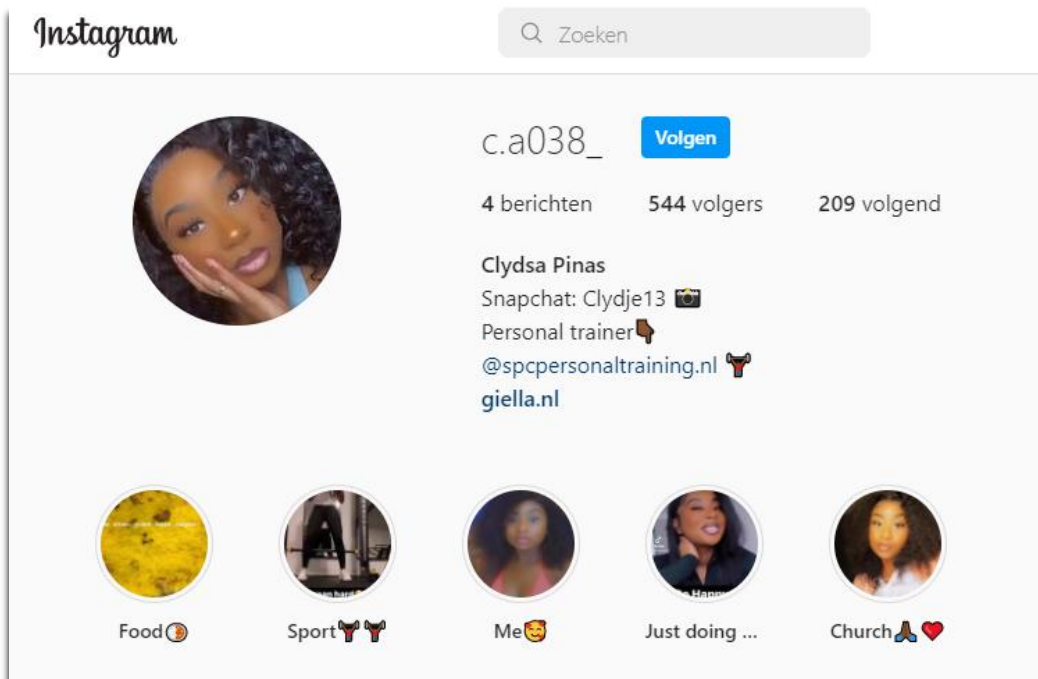
Wij vinden het belangrijk dat er in jouw sociale mediaprofiel direct duidelijk zichtbaar is dat je een relatie hebt met ons bedrijf. Deze samenwerkingsrelatie zien we graag op al jouw sociale media profielen terug. Hierbij kun je denken aan: **Facebook, LinkedIn, Instagram, Snapchat, YouTube** etc.

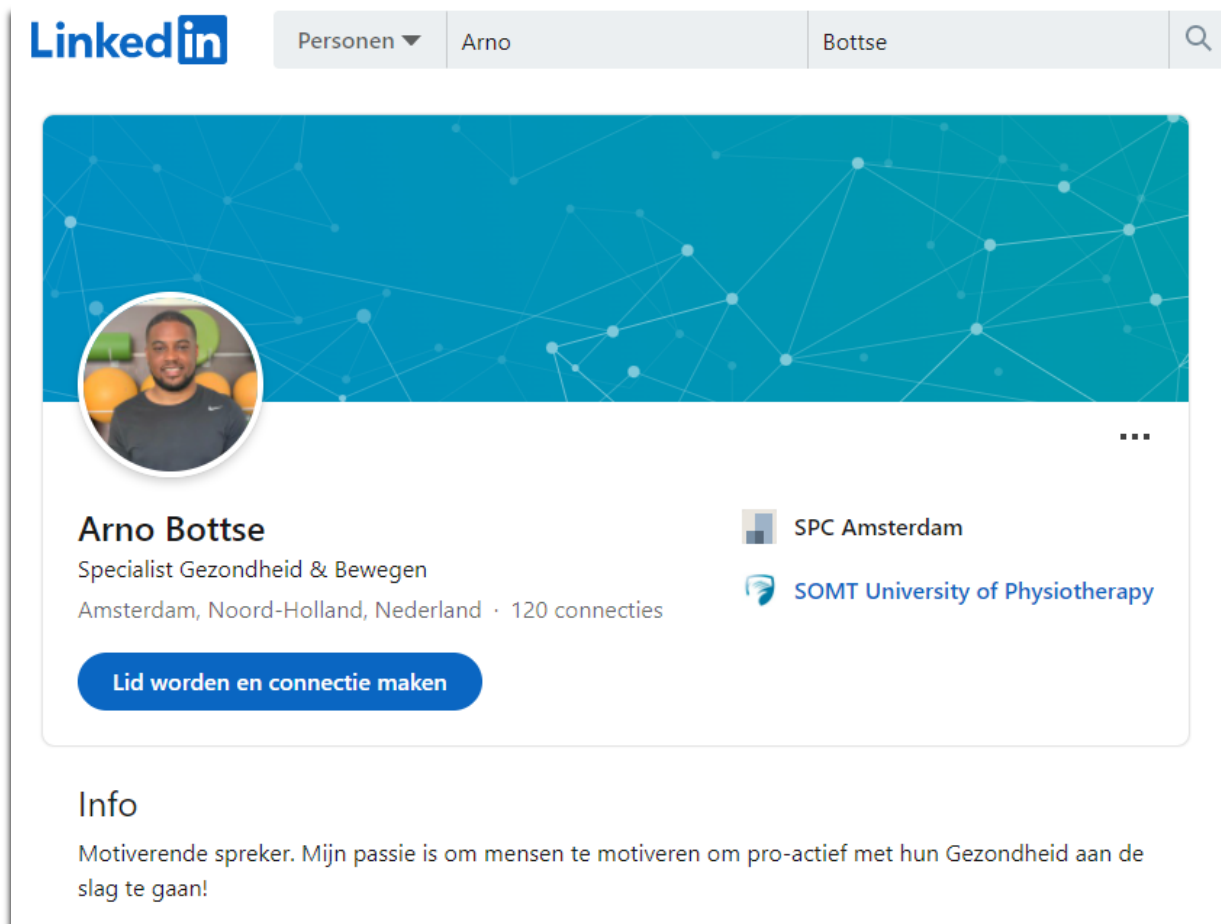
Je bent vrij om zelf te bepalen wat je erbij zet. Je kunt alleen de naam van het bedrijf noemen, je mag noemen dat je er werkt, je mag jouw functie benoemen. Belangrijk vinden wij dat al onze bedrijven waaraan jij gelinkt bent, ook daadwerkelijk genoemd worden.

Onze bedrijven:

- SPC Groep
- SPC Personal training BV
- Fysiotherapie 100% BV
- BeterVoeding BV

Als het sociale mediaplatform het mogelijk maakt, noem dan niet alleen de naam van het bedrijf, maar gebruik ook een doorstuurlink, zodat bezoekers direct op het bedrijfsprofiel kunnen belanden. Bij Instagram is het mogelijk door “@” voor de naam het bedrijfsaccount te plaatsen. Bijv.: [@spcpersonaltraining.nl](https://www.instagram.com/spcpersonaltraining.nl)





Hoe begin je?

Je begint door voor jezelf in kaart te brengen welke sociale mediaplatformen je gebruikt. Facebook, Snapchat, LinkedIn, Hyves, Youtube, Instagram.. Breng alle sociale media platformen van jezelf in kaart. Op elke platform ben je zichtbaar voor een groep die potentiële klant is of voor een groep die misschien nu al klant is. In allebei de gevallen is de uitstraling een belangrijke factor.

Stap 1 | Beoordeel je profiel

Stel jezelf de kritische vraag of jouw sociale mediaprofiel een positieve bijdrage levert aan wie je wilt zijn en wat jij graag wilt uitstralen. Doe op basis hiervan eventuele aanpassingen.

Stap 2 | Bekijk bedrijfsprofiel

Onderzoek of vraag in het team na of we op dat desbetreffende platform ook al een bedrijfsprofiel hebben en wat hier dan van het account is. Op sommige platformen hebben we wel al een bedrijfsaccount en op sommige nog niet. Heb jij een platform ontdekt waarop wij nog niet zichtbaar zijn. Geef het aan ons door!

Stap 3 | Link het bedrijf aan jouw profiel

Maak de koppeling met onze bedrijfsaccount en jouw persoonlijke account. In de meeste gevallen kan het door onze accountnaam te benoemen in jouw Bio-info. Soms kan dit met een directe doorverwijzing en soms kan dit niet. In allebei de gevallen wordt er al een goede zichtbaarheid gecreëerd.

Stap 4 | Maak het persoonlijk

Het is altijd leuk als je laat zien hoe trots je bent op het bedrijf en de samenwerking, dit zou je kunnen doen door jouw rol, jouw functie of de samenwerking binnen het bedrijf ook te benoemen. Kleed het leuk aan.

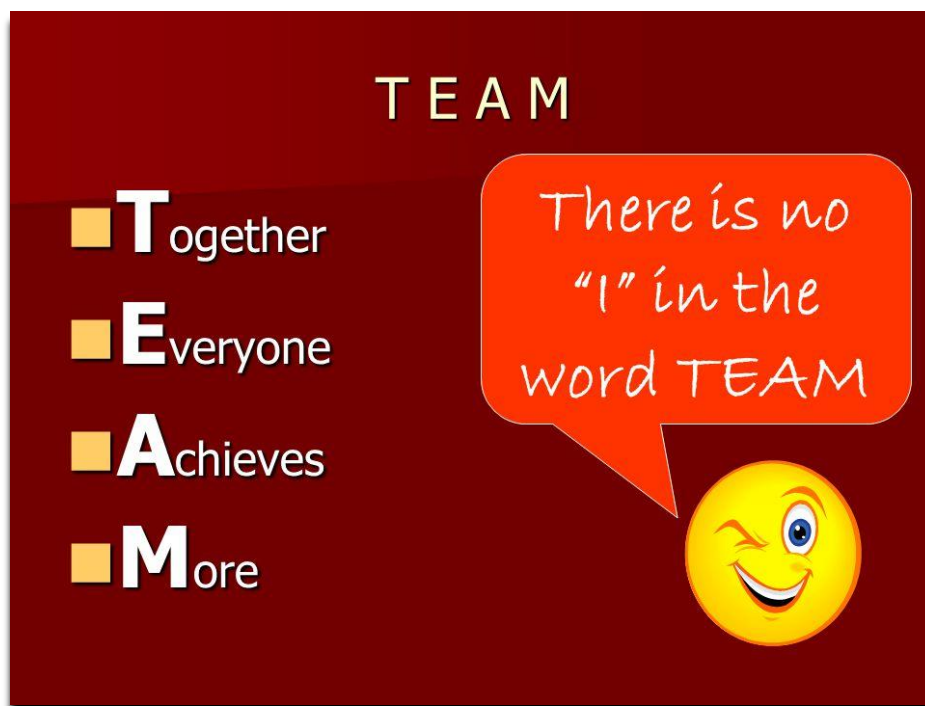
Stap 5 | Inspireer jouw collega's

Ben je klaar? Maak dan een leuke print screen en drop het in de groepsapp. Hiermee laat je aan de rest van het team zien, hoe leuk je het hebt ingericht en daarmee inspireer je ook het team om een impact te maken. Ook als management vinden wij het leuk om te zien hoe je het hebt ingericht.

Als je klaar bent, richt dan het volgende platform op dezelfde manier in!

Hoe meer platformen, des te groter ons bereik..

Want een goede impact maken we samen..



Het Einde

Wij zijn inmiddels aangekomen bij het einde van deze handleiding. Als het goed is hebben we je in deze handleiding geleerd hoe je het bedrijf kan helpen om op sociale media een impact te maken en hoe je jouw sociale mediaprofiel daarop inricht.

Werken bij één van de bedrijven van SPC Groep is een teamsport, we doen het met zijn allen. We groeien samen, we ontwikkelen samen en we bouwen samen.

Door het volgen van dit sociale mediabeleid leven je niet alleen een positieve bijdrage aan de ontwikkeling van het bedrijf, maar ook aan jouw eigen persoonlijke merk.

Is het verplicht? Zeker niet!

Maar het is natuurlijk wel apart als je spelers hebt in jouw team, die zich niet 100% inzetten om een positieve bijdrage te leveren aan het team waar ze in spelen..

