

# Verkoop je Huis met Facebook

**MUST-HAVE!**

  
HUIS  
PROMOTIE.NL

80+ pag. vol  
tips, trics en  
stappenplannen

## Inleiding

‘Verkoop je huis sneller, maar zak niet met de verkoopprijs’ – dat is het motto van dit boek.

Aan de hand van dit boek ben je in staat om het huis onder de aandacht te brengen op het meest krachtige Social Media kanaal van dit moment; Facebook.

## Waarom Facebook

Facebook wordt in Nederland met meer dan 9 miljoen gebruikers het meest gebruikt. Van deze gebruikers is 50% zelfs dagelijks actief. Het is daarom niet voor niets dat bedrijven sterk aangeraden wordt om actief te zijn op Facebook. En wij raden dit jou als huisverkoper ook aan.

Facebook	9,2 miljoen gebruikers
YouTube	7,1 miljoen gebruikers
LinkedIn	4,1 miljoen gebruikers
Twitter	3,5 miljoen gebruikers
Google +	3,3 miljoen gebruikers
Instagram	1,4 miljoen gebruikers
Pinterest	1,1 miljoen gebruikers

*De meest gebruikte Social Media-kanalen in Nederland*

De meest krachtige Facebook strategieën worden in dit boek met je gedeeld. Wij zijn er namelijk van overtuigd:

### **Je kunt je huis daadwerkelijk sneller verkopen met Facebook!**

Maar voordat je verder gaat lezen eerst deze tip van onze kant: **Print dit boek uit voordat je verder leest.**

Het is natuurlijk minder goed voor het milieu, maar je zult veel meer profijt van je investering hebben als je dit doet. Je bent minder snel afgeleid door pop-ups, geluidjes en andere zaken die je focus zouden kunnen verleggen bij het lezen vanaf een scherm.

Daar komt bij dat je op papier makkelijk even een aantekening kunt maken, wat je zal helpen bij het toepassen van wat je gaat leren.

In dit boek zullen we je aan de hand nemen om je stap voor stap te begeleiden om je huis op een juiste manier te promoten op Facebook.

Veel leesplezier en succes!

Team Huispromotie.nl

# Inhoudsopgave

<b>1. Voordat je begint met promoten op Facebook .....</b>	<b>4</b>
1.1 Waarom zou je zoveel moeite doen?.....	4
1.2 Bepaal je doelen op Facebook .....	6
<b>2. Maak je eigen Facebook strategie .....</b>	<b>8</b>
2.1 Welke personen wil je op Facebook bereiken? .....	8
2.2 Dit kun je over je huis vertellen op Facebook .....	13
<b>3. Het begin van jouw Huispromotie op Facebook.....</b>	<b>20</b>
3.1 Het begin - je persoonlijke account .....	20
3.2 Belangrijke handelingen in je profiel.....	24
3.3 Een belangrijke keuze voordat je verder gaat.....	27
3.4 Je eigen Facebook promotie pagina.....	30
<b>4. Je Facebook promotie pagina 'likeable' maken.....</b>	<b>36</b>
4.1 Het toevoegen van juiste pagina informatie .....	36
4.2 Een aantrekkelijke omslag maken.....	40
4.3 Een goede start is het halve werk .....	46
<b>5. Je Facebook promotie pagina gratis promoten .....</b>	<b>48</b>
5.1 Altijd inspiratie voor het plaatsen van berichten .....	49
5.2 Een handigheid die je gelijk veel tijd bespaart.....	53
5.3 Hou inzicht in je resultaten .....	56
<b>6. Promoten met betaalde Facebook advertenties .....</b>	<b>58</b>
6.1 Eindeloze mogelijkheden – een stappenplan .....	59
6.2 Tips voor het maken van een goede advertentie.....	66
6.3 Inzicht in je Facebook advertentieresultaten.....	70
<b>7. Bonus: De juiste combinatie is goud waard .....</b>	<b>73</b>
<b>8. Bedankt!.....</b>	<b>77</b>
<b>Bijlage 1. Facebook begrippenlijst .....</b>	<b>78</b>

## 1. Voordat je begint met promoten op Facebook

Er zijn een paar belangrijke zaken die we eerst helder moeten hebben voordat we echt gaan beginnen. Hierbij gaat het om het doel van wat je doet. Als je ergens tijd en moeite in steekt wil je weten waarvoor je het doet.

### 1.1 Waarom zou je zoveel moeite doen?

Straks zullen we het hebben over de doelen die je wilt bereiken op Facebook. Maar de vraag die je eerst voor jezelf moet stellen is waarom je eigenlijk zo veel moeite doet. Als je die vraag niet helder en duidelijk voor jezelf kunt beantwoorden, kun je het lezen van de rest van dit boek wel achterwege laten.

Wij van Huispromotie.nl zijn echte ondernemers en vinden het leuk om geld te verdienen. Of het nou voor onszelf is of voor onze klant, wij vinden het leuk om daar mee bezig te zijn.

Maar wat wij vaak merken is dat de mensen die wij goed van dienst zouden kunnen zijn geen zin in 'gedoe' hebben. Ze hebben alles immers uit handen gegeven aan hun makelaar? En dat doen zij toch niet voor niets?

Deze mensen denken niet verder dan de moeite die dit alles kost. Zij denken niet aan de beloning die het kan opleveren.

Want stel nou dat je een huis te koop hebt staan voor 255.000 euro. Na een maand of twee, drie wordt er na gedacht over een prijsverlaging, laten we zeggen 243.500 euro. Nog drie maanden later kan het zijn dat je er nu toch echt 'af' wilt en besluit je er 235.000 euro van te maken. Dit is toch een prijsverlaging van in totaal 20.000 euro. 20.000 euro die je gewoon laat liggen.



Afbeelding 1 - Je laat geld liggen zonder promotie

Veel mensen moeten daar toch 9 tot 11 maanden voor werken om dat op hun rekening bijgeschreven te krijgen, laat staan over te houden.

Laten we het anders zeggen. Voor je nieuwe huis zal je die 20.000 euro extra moeten gaan lenen. Dit betekenen maandlasten van ongeveer 100 euro netto per maand **extra**. Dat is toch 1200 euro per jaar.

Daar gaat je skivakantie. Of het spaarpotje voor een nieuwe auto. Of een flink uitstel op financiële onafhankelijkheid... Met andere woorden, daar gaat een deel van je dromen.

Wil jij jouw dromen wel werkelijkheid laten worden? Dat gebeurt niet vanzelf, daar kun jij invloed op uitoefenen. Dus de keuze is aan jou.

- 1. Wacht je af en laat je het aan je makelaar over?**
- 2. Of ga je ervoor om je huis voor de hoogst mogelijke prijs verkopen?**

Bij keuze 1: Leg het boek aan de kant, en ga lekker genieten van je vrije tijd!

Bij keuze 2: Hou die energie vast en ga snel verder naar hoofdstuk 1.2!



## 1.2 Bepaal je doelen op Facebook

We zijn blij dat je voor keuze 2 bent gegaan. Laten we gelijk het diepe huispromotiewater induiken.

Voordat je begint met het promoten van je huis op Facebook is het goed om een aantal doelen voor jezelf op te stellen. Dit zal je meer inzicht geven in het gebruik van Facebook en de wijze waarop je jouw doelen kunt gaan bereiken.

**Hieronder hebben we alvast een aantal doelen voor je neergezet die je direct kan overnemen:**

- Laten weten dat je huis te koop staat
- Je makelaar helpen om je huis sneller te verkopen
- Zo snel mogelijk de potentiële koper bereiken
- Vrienden vragen om mee te helpen om je huis sneller te verkopen

Als je daarnaast zelf nog doelen hebt die je wilt toevoegen, dan kun je die hieronder invullen.

**Mijn andere doelen op Facebook:**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Laten weten dat het huis te koop staat**

Eén van de belangrijkste doelen is dat je laat weten dat je huis te koop staat. In eerste instantie kan je dit zelf doen, maar je kan ook je vrienden vragen om een bericht te plaatsen op Facebook. Dit kan door de URL van Funda.nl of van een andere website over te nemen waarop je huis staat vermeld. Door deze link te delen zien mensen direct dat je huis te koop staat. Hoe je dit precies doet zal verderop in het boek worden behandeld.

**Je makelaar helpen om je huis sneller te verkopen**

In de meeste gevallen vertrouwen huisverkopers blindelings op hun makelaar en dat is jammer. We leven in een tijd dat je als huisverkoper zelf ook heel veel kunt doen. Dit geldt natuurlijk helemaal voor degenen die hebben besloten om hun huis zonder een makelaar te verkopen.

Het is daarom prima om je makelaar te helpen om jouw huis te verkopen. Het is zelfs zo dat er maar heel weinig makelaars effectief gebruik maken van de mogelijkheden van Facebook.

### **Bereik zo snel mogelijk de potentiële koper**

Het is van belang dat je zo snel mogelijk de potentiële koper gaat bereiken. Elke maand dat een woning langer te koop staat, nemen de verkoopkansen af. In de eerste maanden van de verkoop is de kans dat een huis verkocht wordt ongeveer 17%, en na die eerste maanden neemt deze kans om te verkopen geleidelijk af tot uiteindelijk maar een paar procenten.

Voordat je daadwerkelijk tot actie overgaat om de potentiële koper te bereiken, is het van belang om je te verdiepen in welke personen kopers zouden kunnen zijn. Dit wordt jouw doelgroep. Op welke wijze je dit kunt doen zal behandeld worden in het volgende hoofdstuk.

Vrienden vragen mee te helpen om je huis sneller te verkopen

Vele handen maken licht werk is het spreekwoord. Ook in dit geval is dat zeker waar. Toch twijfelen veel huisverkopers of ze de mensen in hun omgeving wel om hulp moeten vragen.

Maar juist op Facebook kan dit heel goed. Voor de anderen is het een makkelijke manier om je even te helpen met iets wat erg belangrijk voor je is. De omgeving vind het meestal juist erg leuk om te helpen.

**Hoe we deze doelstellingen gaan bereiken behandelen we in het volgende hoofdstuk wat gaat over het maken van een Facebookstrategie.**

## 2. Maak je eigen Facebook strategie

Voordat je begint met het plaatsen van berichten op Facebook is het goed om een plan te hebben. Daardoor kan je gericht te werk gaan en heb je meer kans dat je je tijd en geld zo goed mogelijk gebruikt. In de stappen die we met je gaan doornemen ga je bepalen tot wie je je eigenlijk richt op Facebook. Als je dat weet, kun je daar ook je berichten (posts) op Facebook op afstemmen.

Met Facebook is het mogelijk om heel gericht bepaalde personen te bereiken. Hoe beter je weet wie je wilt bereiken hoe gericht je je berichten kunt gaan maken en positioneren. Dit is van belang voor zowel onbetaald berichten plaatsen op Facebook als voor het plaatsen van betaalde berichten (adverteren).

Daar komt bij dat hoe meer je in de hoofden duikt van je potentiële kopers, hoe meer kansen je gaat zien om hen te bereiken met je berichten op Facebook.

Maar over deze beide varianten later meer in het boek. Belangrijk is dat je je berichten en advertenties alleen richt op personen waarvan je verwacht dat men past bij je huis en dus wellicht potentiële kopers kunnen zijn.

### 2.1 Welke personen wil je op Facebook bereiken?

Je kunt er natuurlijk voor kiezen om met losse flodders te gaan schieten, maar dan heb je kans dat je alle moeite voor niks doet. Dat doe je namelijk als je je op alle mensen richt. Hoe mooi zou het zijn als jouw huis alleen onder de aandacht komt van hen die ook echt interesse in jouw huis kunnen hebben?

Voordat je daadwerkelijk met Facebook begint is het daarom goed om een doelgroep analyse uit te voeren. Dit klinkt misschien wat ingewikkeld, maar dat is het niet. Door dat gedeelte van je hersens te gebruiken wat wij het 'boerenverstand' noemen, kun je een heel eind komen. Als je maar weet welke stappen je moet zetten.

Voor een goede doelgroep analyse is de volgende vraag van belang:

#### **Welke personen zouden het huis kunnen kopen?**

Om hier achter te komen kun je jezelf de volgende vragen stellen:

- In welke gebieden wonen deze personen?
- Hoe oud zijn de geschikte kopers?
- Wat zijn de interesses van deze personen?

Als je hier voor jezelf antwoord op geeft ben je al een heel eind op weg.



We zullen hier nog even wat verder op inzoomen.

Probeer drie verschillende groepen (segmenten) te maken van personen die het huis zouden willen kopen. We hebben hieronder enkele voorbeelden voor je op een rijtje gezet om je inspiratie te geven en te laten zien wat we bedoelen.

**Voorbeeld 1.**

Je verkoopt een kleine woning. De drie segmenten die je dan zou kunnen maken zijn bijvoorbeeld:

- Jonge stellen
- Alleenstaanden
- Moeder en dochter

**Voorbeeld 2.**

Je verkoopt een eengezinswoning. De drie segmenten die je dan zou kunnen maken zijn bijvoorbeeld:

- Gezin
- Werkende ouders
- Kinderen boven de 17 jaar

----- **Opdracht** -----

En dan nu jij. Probeer minimaal drie verschillende segmenten (soorten kopers) voor jouw huis te bedenken voordat je naar de volgende stap gaat;

Segment 1.

.....

Segment 2.

.....

Segment 3.

.....

**Woongebied**

De volgende vraag die we behandelen gaat over de woongebieden waar de personen die je wilt gaan bereiken in wonen. Je kunt om te beginnen je eigen woonplaats hiervoor gebruiken. Hiernaast kun je er ook over nadenken welke woonplaatsen nog meer interessant zouden kunnen zijn om op in te zetten.

Het is goed om tenminste drie woongebieden te hebben die in aanmerking komen als woonplaats voor jouw doelgroep. Je kunt hierbij denken aan bijvoorbeeld Amsterdam, met een straal van 10 km er omheen.

----- **Opdracht** -----

Probeer nu minimaal drie woongebieden voor jezelf te bedenken waarin de mensen wonen die geïnteresseerd zouden kunnen zijn in jouw huis.

Woongebied 1.

.....

Woongebied 2.

.....

Woongebied 3.

.....

**Leeftijd**

We zijn er bijna. Als één na laatste stap in het maken van jouw strategie gaan we kijken naar de leeftijd van jouw doelgroep. Het is de bedoeling dat daarbij minimaal twee verschillende leeftijdsgroepen gemaakt worden.

Bijvoorbeeld voor de eengezinswoning kun je er voor kiezen om de leeftijden van de verschillende gezinsleden te pakken. Je zou de leeftijdscategorie van 17 tot en met 23 jaar kunnen pakken. En hiernaast kan je bijvoorbeeld een leeftijdsgroep maken van 40 tot en met 50 jaar.

Verkoop je een huis in een duurder segment, dan kun je ervoor kiezen om de leeftijdsgrens te verhogen.

----- **Opdracht** -----

Probeer nu voor jezelf drie leeftijdscategorieën te bedenken die geïnteresseerd zouden kunnen zijn in jouw huis.

Leeftijdscategorie 1.

Van.....jaar tot en met.....jaar

Leeftijdscategorie 2.

Van.....jaar tot en met.....jaar

Leeftijdscategorie 3.

Van.....jaar tot en met.....jaar

**Interesses**

We gaan steeds verder het segment uitwerken. Als laatste willen we weten wat de interesses van jouw potentiële kopers zijn. Welke sporten vinden ze leuk? Wat zijn hun hobby's? Wat voor amusement vinden ze interessant? Wat vinden ze belangrijk om te lezen over het huis?

----- **Opdracht** -----

Deze vragen mag je nu tot slot voor jouw doelgroep gaan beantwoorden:

Welke sporten vinden ze leuk?

.....  
.....  
.....

Wat zijn hun hobby's?

.....  
.....  
.....

Wat voor amusement vinden ze interessant?

.....  
.....  
.....

Wat vinden ze belangrijk om te lezen over het huis? (Noem minimaal 4 dingen)

.....  
.....  
.....

### **En nu verder...**

Je hebt uitgewerkt welke personen het huis zouden kunnen kopen. Je hebt verschillende segmenten gemaakt van kopers. De meest geschikte gebieden waar deze personen wonen heb je bedacht en je hebt verschillende leeftijdsgroepen onderverdeeld. De interesses van de kopers heb je bedacht en uitgewerkt.

Deze gegevens ga je straks goed kunnen gebruiken bij het maken van de berichten en advertenties op Facebook.

Wanneer je de stappen uit dit hoofdstuk hebt uitgevoerd heb je een prima begin om te starten met Facebook. Het is nu tijd dat je ook werkelijk met de berichten voor Facebook aan de slag gaat. Je gaat laten weten dat je huis te koop staat aan zoveel mogelijk relevante kopers.

## 2.2 Dit kun je over je huis vertellen op Facebook

We kunnen ons voorstellen dat het lastig is om te bedenken wat je over je huis op Facebook kunt vertellen. Het is toch gewoon een fijn huis waar je over het algemeen met plezier hebt gewoond? Wat valt daar nou over te vertellen?

Facebook is bij uitstek een goed medium om je huis onder de aandacht te brengen bij de mensen uit je omgeving. Als je het goed doet gaan deze mensen de berichten over je huis weer delen in hun kringen en zo krijg je een olievlek die zich uitbreid.

### Maar wat plaats je er nou op?

Is het een kwestie van elke dag even de link naar de advertentie van je huis plaatsen? En dan maar hopen dat je vrienden de link delen en er op klikken? Misschien deelt een enkeling je huis, maar dat is na één keer wel afgelopen is onze ervaring.

Sterker nog, steeds hetzelfde bericht plaatsen wordt als irritant ervaren bij je vrienden op Facebook. Het is daarom van belang dat je goed nadenkt over welke informatie je deelt.

Voor je het weet raak je vrienden kwijt en dat is wel het laatste wat je wilt.

Daarom hebben we een klein stappenplan voor je gemaakt. Als je deze doorloopt zul je niet snel verlegen zitten om goede informatie over je huis om via facebook te delen.

### 1. Ga brainstormen

Doe een kleine brainstorm over waarom je dit huis ook nog maar gekocht had. Vanwege de ligging of de buurt? De supermarkten op loopafstand of juist de vrije omgeving?

Leuke details in de woning zoals een inloopkast, mooi beslag op de deuren, glas in lood of de aparte tegels in de badkamer horen hier juist ook bij. Of een kelder in de keuken.

Een tweede wc.

Het grappige is dat wat voor jou heel normaal (geworden) is, voor anderen super interessant of zelfs een droom kan zijn.

### 2. Doe het op de juiste manier

Bij een brainstorm gaat het er om dat je zo veel mogelijk dingen in een bepaalde tijd, laten we zeggen 20 minuten, opschrijft. Doe dit op een plek waar je niet afgeleid wordt, dus niet achter de computer, maar gewoon lekker met pen en papier.

Doe de brainstorm op een moment dat je creativiteit het grootste is. Dat kan het moment zijn dat je net uit bed stapt, of wanneer je 's avonds om een uur of tien in de achtertuin zit met een glas wijn.

Hou in gedachten dat het er om gaat dat je zo veel mogelijk dingen opschrijft, het maakt niet uit of het echt goede dingen zijn.

Blijf schrijven, ook al is het onzin. Er zit vanzelf wat goeds tussen!

### **3. Vraag om hulp**

Ben je niet zo goed in brainstormen? Vraag je partner of de buurman of -vrouw om je te helpen.

De burens wonen misschien wel in het zelfde soort huis als jij. Ze wonen in ieder geval in dezelfde omgeving! Het is trouwens ook gewoon een goed excuus om een kop koffie of een biertje bij de burens te drinken.

Kom je er op deze manier nog steeds niet uit?

Maak dan de volgende categorieën aan en bedenk welke onderdelen er in jouw huis zijn per categorie:

- Keuken
- Woonkamer
- Gang/Hal
- Bijkeuken
- Balkon
- Slaapkamers
- Overloop
- Douche
- Toilet
- Zolder
- Voortuin
- Achtertuin
- Uitzicht
- Buurt
- Ontspanning
- Ligging
- Etc.

#### 4. Blijf de lijst aanvullen

Ook na de brainstorm kun je natuurlijk altijd nog zaken toevoegen die je te binnen schieten. Als je er eenmaal mee bezig gaat kom je vanzelf in de 'flow' en zullen er steeds meer zaken te binnen schieten welke je kan posten.

Op deze manier creëer je een mooie lijst om over te posten op Facebook.

----- **Opdracht** -----

**Nu mag jij aan de slag.** Dit is een belangrijk onderdeel. Neem hier dan ook de tijd voor. Begin eens met de buitenkant van het huis, en beschrijf zo alle belangrijke aspecten van je huis. Vergeet niet de details bij alle aspecten te noteren, ze kunnen voor de koper van belang zijn!

- Heb je een voortuin/balkon/achtertuin?

.....  
.....  
.....

- Wat zijn de bijzonderheden bij de buitenruimtes?

.....  
.....  
.....

- Wat is er bijzonder aan de woonkamer?

.....  
.....  
.....

- Heb je iets aan het huis veranderd?

.....  
.....  
.....

- Wat is er bijzonder in de buurt?

.....

.....

.....



## 2.3 Wat je WEL en NIET moet doen op Facebook

**Er is nog één belangrijk onderdeel om door te nemen voordat je daadwerkelijk begint met het promoten op Facebook. Facebook is een super krachtig kanaal om je huis onder de aandacht te brengen, maar er schuilen ook gevaren aan Facebook.**

Het is namelijk een Social Media kanaal. Dit betekent dat iedereen je berichten kan zien, delen en verder delen. Het is daarom van cruciaal belang dat je goed oplet wat je plaatst op Facebook.

### **De juiste tone-of-voice**

Hoe zit het nu met de toon in de berichten? Is het beter om zakelijk te blijven of wordt humor en luchtigheid meer gewaardeerd? En moeten berichten persoonlijk zijn of kan er op de massa worden ingezet?

Wat in alle adviezen van Facebook goeroes naar voren komt, is dat de beste tone-of-voice een menselijke toon is. Maar hoe schrijf je nou op een menselijke manier voor een zakelijke boodschap?

### **Wij hebben een aantal tips voor je samengesteld.**

Mensen schijnen op een intuïtieve manier aan te voelen wanneer een bericht recht uit het hart komt en wanneer er sprake is van zogenoemde 'verkoperige communicatie'. Hoe hard je ook je best doet, als je berichten schrijft die alleen maar als doel hebben het huis te verkopen, dan zal de lezer dit snel in de gaten hebben.

Probeer daarom dicht bij jezelf en je doelgroep te blijven en probeer vooral niet geforceerd te verkopen. Denk bij het plaatsen van berichten bijvoorbeeld eens na over hoe je zou reageren op een privé-bericht.

In het volgende voorbeeld is hier goed op ingespeeld door KLM:



Afbeelding 2 - Een voorbeeld van inleven in je doelgroep

Wat mensen graag willen, is eerlijkheid en een kijkje achter de schermen. Met wie heb ik te maken is altijd een belangrijk aspect. Dit kun je al bereiken door zo nu en dan een foto van jezelf of je gezin te plaatsen of door een filmpje op te nemen in het huis.

Vind je dit teveel van het goede? Dan kunt je er ook voor kiezen om iets minder persoonlijke informatie te delen. Het is van belang dat je niks forceert en alles op een zo natuurlijk mogelijke manier doet.

Verder is het goed om te weten dat mensen zich goed willen voelen en vermaakt willen worden. Helemaal op Facebook! Humor spreekt daarom ook veel mensen aan en werkt vaak goed. Wanneer je hierin een goede weg weet te vinden, zullen veel mensen met een lach terugdenken aan jouw huis en hier een goed gevoel aan overhouden.

De NS maakt daar goed gebruik van in onderstaand voorbeeld:



Afbeelding 3 - Een voorbeeld van humor in je berichten

Hou er rekening mee dat wanneer je berichten gaat plaatsen op Facebook je ook berichten terug kan krijgen. Dit kunnen zowel privé berichten zijn, maar ook berichten die elk ander zien. Berichten op je eigen pagina kan je altijd bewerken en verwijderen. Dit geldt zowel voor je eigen berichten als voor berichten die anderen plaatsen.

## 3. Het begin van jouw Huispromotie op Facebook

Voordat je überhaupt berichten kunt gaan plaatsen op Facebook zul je eerst een account moeten hebben. Daarom zullen we je helpen een persoonlijk account aan te maken, maar ook de vervolgstappen nemen we met je door. Want je persoonlijke account is alleen nog maar de basis. Voor het echte werk zullen we nog een flinke stap verder gaan.

De reden dat we er voor gekozen hebben om ook de basisstappen te vermelden van het aanmaken van een persoonlijk account, is omdat we willen laten zien dat het heel eenvoudig is om Facebook als verkoopmiddel te gebruiken. Vooral voor degenen die nog niets met Facebook hebben of doen kunnen dit als een hoge drempel ervaren, weten we uit ervaring.

### 3.1 Het begin - je persoonlijke account

**Daarom gaan we nu eerst beginnen met de stappen van het aanmaken van een persoonlijk account. Zonder persoonlijk account kun je je huis niet op Facebook promoten. Ook voor de vervolgstappen, waarmee je nog veel meer mensen kunt gaan bereiken, heb je een persoonlijk account nodig. Daarom is het zaak om deze eerst in orde te maken.**

Hier volgen de stappen:

- Ga naar de website van Facebook; <https://facebook.com/>
- Wanneer je al een profiel hebt dan kun je je aanmelden aan de bovenkant bij de gele pijl (Afbeelding 4).
- Heb je nog geen Facebook account? Vul dan je voor- en achternaam, e-mailadres, wachtwoord geslacht en geboortedatum in. Alle velden vindt je rechts van de groene pijl (Afbeelding 4).
- Klik daarna op registreren om je eigen account aan te maken.

Afbeelding 4 - Inloggen of registreren op Facebook

Bij de **eerste stap** die volgt nadat je op registreren hebt geklikt, vraagt Facebook of je al je 'vrienden' wilt uitnodigen. Wij adviseren je om eerst je profiel compleet te maken en daarna pas vrienden uit te nodigen. Als je namelijk je profiel compleet hebt en dan pas vrienden uitnodigt, je vrienden er ook van overtuigd zijn dat jij het bent met wie ze linken.

De doelstelling is om alle mensen in je omgeving waar je 'offline' (in het gewone leven) ook al een klik mee hebt, te verzamelen op je Facebook account. Dit zijn de mensen die graag een stapje extra voor je doen, en je dus graag helpen bij de promotie van je huis. Hoe meer je van deze 'ambassadeurs' hebt, hoe beter.

Je kunt deze stap van het uitnodigen van je vrienden gemakkelijk overslaan met de knop 'Deze stap overslaan' rechtsonder (Afbeelding 5).



Afbeelding 5 - Vrienden uitnodigen overslaan

Vervolgens kom je bij **stap 2**. Hier kan je de gegevens invoeren over je opleiding en/of werkgever. Mocht je deze stap over willen slaan dan kan dit ook rechtsonder (Afbeelding 6).

**Stap 1**  
Je vrienden zoeken

**Stap 2**  
Profielgegevens

**Stap 3**  
Profielfoto

**Vul je profielgegevens in**  
Met behulp van deze gegevens kun je je vrienden vinden op Facebook.

Middelbare school:

Hogeschool/universiteit:

Werkgever:

← Terug

→ Overslaan · Opslaan en doorgaan

Afbeelding 6 - Niet alle profielgegevens zijn noodzakelijk

Vervolgens kom je bij de volgende stap. Bij deze **derde stap** kan je een profielfoto instellen (Afbeelding 7). Een goede profielfoto is een foto waarop het gezicht duidelijk zichtbaar is. Bedenk bij het plaatsen altijd dat de profielfoto openbaar is. Heb je nog

geen goede profielfoto? Dan kun je er ook voor kiezen om een foto van het huis als profielfoto te nemen.



Afbeelding 7 – Een profielfoto toevoegen

Na het opslaan van de laatste stap kom je op je profiel terecht. Je dient dan nog wel het account te bevestigen via de bevestigingsmail die naar het eerder opgegeven e-mailaccount is gestuurd.

Onderstaande melding ontvangt je wanneer de registratie is voltooid (Afbeelding 8).



Afbeelding 8 - De laatste bevestiging van het aanmaken van een account

## 3.2 Belangrijke handelingen in je profiel

In dit hoofdstuk behandelen we enkele basishandelingen die je onder de knie moet hebben om huispromotie op Facebook te kunnen uitvoeren. Want hoe plaats je jouw berichten op Facebook? En hoe zorg je ervoor dat de juiste mensen deze berichten krijgen te zien? Hierbij de antwoorden.

**Let op:** De uitleg van alle begrippen wordt behandeld in bijlage 1.

**Het plaatsen van een bericht** - Volgens Facebook een 'statusupdate'

Je kunt een nieuwe status vanaf de bovenzijde van je tijdlijn of nieuwsoverzicht plaatsen. Een statusupdate plaatsen gaat als volgt:

Typ je update in het menu 'Delen' op je tijdlijn of bovenaan het nieuwsoverzicht.

Je kunt ook een van de volgende dingen doen:

- Vrienden taggen
- Een datum voor het verslag kiezen
- Laten weten hoe je je voelt of wat je doet
- Een locatie toevoegen
- Een foto toevoegen

Selecteer een publiek voor je bericht door op de knop naast 'Plaatsen' te klikken.

Klik vervolgens op 'Plaatsen'

**Hoe plaats ik iets op mijn tijdlijn?**

Misschien is de uitleg van een tijdlijn hier eerst op zijn plaats:

Je tijdlijn is de plek in je profiel waar je je berichten, berichten van vrienden, en verslagen waarin je bent getagd, gerangschikt op basis van de datum waarop ze zijn geplaatst, kunt zien.

Je kunt verslagen vanaf de bovenzijde van je tijdlijn of nieuwsoverzicht delen. Doe het volgende om een nieuw bericht te maken:

Kies het type verslag dat je wilt delen (bijvoorbeeld Status, Foto/video). Voeg eventuele details toe.

Je kunt ook een van de volgende dingen doen:

- Vrienden taggen
- Een datum voor het verslag kiezen



- Een locatie toevoegen
- Een foto toevoegen
- Laten weten hoe je je voelt of wat je doet

### **Hoe plaats ik berichten en deel ik iets met een groep?**

Als je iets in een groep plaatst, weet je zeker dat je veel bereik gaat hebben (Afhankelijk van de grootte van de groep natuurlijk). Het is daarom goed om te weten hoe je dit doet.

Om een bericht te plaatsen voor een groep, ga je naar de groep en klik je in het vak Schrijf iets.

Vervolgens kun je:

- Een update plaatsen
- Een foto of video toevoegen
- Een vraag stellen
- Een bestand uploaden

Als je wilt, kun je je locatie toevoegen en andere leden van de groep taggen in je bericht.

Groepsleden krijgen een melding over alle nieuwe berichten die in de groep worden geplaatst, tenzij ze de meldingsinstellingen van de groep aanpassen. Als de groepsprivacy is ingesteld op Besloten of Geheim, kunnen alleen de groepsleden de inhoud zien die in de groep wordt geplaatst.

### **Hoe upload ik foto's?**

Foto's toevoegen aan en plaatsen op Facebook:

Klik boven aan je nieuwsoverzicht op Foto's/video toevoegen.

Selecteer een optie:

- Foto's/video's uploaden: plaats foto's vanaf je computer. De door jou geplaatste foto's worden aan het album Tijdlijnfoto's toegevoegd.
- Gesynchroniseerde foto's toevoegen: Als je fotosynchronisatie hebt ingeschakeld, kun je foto's plaatsen die je via je telefoon of tablet hebt gesynchroniseerd. De door jou geplaatste foto's worden aan het album Tijdlijnfoto's toegevoegd.
- Fotoalbum maken: plaats foto's van je computer in een nieuw album.

Selecteer de foto's die je aan Facebook wilt toevoegen. Je kunt ook een van de volgende dingen doen:

- Vrienden taggen
- Delen hoe je je voelt of wat je aan het doen bent
- Een locatie toevoegen

Klik vervolgens op Plaatsen.

Je kunt ook bepalen wie je bericht kan zien. Houd er rekening mee dat wanneer je iemand tagt, de foto of het bericht met die persoon en zijn of haar vrienden wordt gedeeld. Meer informatie over hoe je deze instelling kunt uitschakelen.

### **Hoe deel ik een link op Facebook?**

Om een link te delen, geef je de URL op in het menu Delen boven aan je tijdlijn of startpagina. Als je wilt, kun je naast je link een bericht typen. Zorg ervoor dat je de privacy instelt voordat je je bericht plaatst en klik vervolgens op Plaatsen.

Tijdens het surfen op internet kun je opties tegenkomen waarmee je links weer op Facebook kunt plaatsen. Als je op een andere website op de knop Vind ik leuk of Aanbevelen klikt, kan er een verslag voor jou op Facebook worden gemaakt.

### **Hoe voeg ik video's aan Facebook toe?**

Je kunt als volgt video's uploaden:

- Klik op boven aan je nieuwsoverzicht of tijdlijn
- Klik op Foto's/video's uploaden en selecteer een videobestand dat op je computer is opgeslagen
- Klik op Plaatsen

Je video moet worden verwerkt voordat anderen deze op Facebook kunnen zien. Je krijgt een melding zodra de video klaar is voor weergave. Ga naar de video en klik op Bewerken om een titel toe te voegen, vrienden te taggen, een miniatuurafbeelding te kiezen enzovoort.

### 3.3 Een belangrijke keuze voordat je verder gaat

**Voordat je nu verder gaat met lezen over het promoten van je huis op Facebook zal je voor jezelf opnieuw de beslissing moeten nemen of je er echt voor gaat of niet. De reden dat we dit aanhalen is omdat wat er in de volgende hoofdstukken volgt een flinke stap verder gaat dan het gebruik van alleen het persoonlijke profiel.**

Wat we je willen leren is om jezelf te zien als een klein bedrijfje. Op Facebook kun je je namelijk als bedrijf profileren met een eigen Facebook pagina. De voordelen van het aanmaken van een pagina op Facebook is dat je je huis los van je persoonlijke profiel kunt gaan promoten.

Ook kun je likes krijgen voor je pagina, waardoor je zeker weet dat degenen die jouw pagina liken jou ook mee willen helpen met de promotie van je huis. Verder kun je met een eigen promotiepagina er voor kiezen om te gaan adverteren via Facebook.

Kijk, en dan wordt het pas echt 'leuk'. Het bereik en de respons dat je kunt hebben met Facebook is namelijk zoveel groter dan via de traditionele kanalen zoals een krant, huizenblad of een bord in de tuin.

Je kunt je doelgroep dan actief gaan benaderen via het internet, in dit geval Facebook. Je kunt de pluspunten van je huis helemaal naar voren laten komen, de mogelijkheden zijn eindeloos.

Je zult hierbij wel de keuze moeten maken tussen het soort pagina dat je gaat aanmaken. Gelukkig hebben wij al veel ervaring met de soorten pagina's en weten we precies welke je moet hebben.

De voordelen van een eigen Facebook huispromotie pagina zijn de volgende:

- Een Facebook pagina is laagdrempelig voor de bezoeker
- De informatie op een pagina is zichtbaar in zoekmachines (nog groter bereik)
- Een Facebook promotie pagina houdt statistieken bij
- Je hebt toegang tot doelgericht adverteren

#### **Een Facebook pagina is laagdrempelig voor de bezoeker**

Met een pagina nodig je geen vrienden uit om met je te 'connecten', maar worden mensen fan door op 'vind-ik-leuk' of 'like' te klikken. Facebook gebruikers die geïnteresseerd zijn in jouw pagina, klikken sneller op 'vind-ik-leuk' dan op 'toevoegen als vriend'. Overigens is er wel een functie om je vrienden uit te nodigen om op 'like' te klikken.

Een Facebook promotie pagina is daarmee in vergelijking met een persoonlijk account laagdrempelig. Het geeft fans controle over hun privacy, want jij als paginabeheerder krijgt geen toegang tot zijn of haar persoonlijke account. Vindt iemand jouw Facebook

promotie pagina of een bericht daarop leuk, dan is dit zichtbaar voor zijn of haar vrienden en reclame voor jouw pagina en dus voor je huis.

### **De informatie op een Facebook promotie pagina is zichtbaar in zoekmachines**

Een ander belangrijk voordeel van een Facebook pagina is dat zoekmachines, zoals Google, Yahoo en Bing deze pagina indexeren. Dit betekent dat jouw promotie pagina meegenomen wordt in de zoekresultaten van iemand die zoekt op Google. Zoekmachines belonen een actieve en gewaardeerde Facebook pagina met een hogere ranking. Een actieve pagina draagt zo bij aan een grotere online zichtbaarheid van jouw huispromotie.

### **Een Facebook promotie pagina houdt statistieken bij**

Zodra je pagina meer dan 30 fans heeft, krijg je toegang tot je paginastatistieken. Een schat aan demografische en gebruiksgegevens van je fans. Zo ontdek je onder meer:

- Hou oud je fans zijn
- Waar ze vandaan komen
- Of het overwegend mannen of juist vrouwen zijn
- Hoeveel mensen je bericht heeft bereikt
- Hoe vaak erop is geklikt
- Wanneer je fans online zijn

Waardevolle informatie die je helpt bij het plaatsen van relevante berichten en het laten groeien van je promotieomvang.

### **Toegang tot doelgericht adverteren**

Het grootste voordeel van een Facebook promotie pagina is dat je toegang hebt tot een van de meeste krachtige manieren om jouw doelgroep te bereiken. De mogelijkheden voor doelgroep gericht adverteren zijn eindeloos; op woonplaats, op interesses, op gedrag, op leeftijd, enz.

Het aanbod aan advertentietypen is groot, betaalbaar en bijzonder effectief. Het is daarmee een van de krachtigste manieren om jouw doelgroep te bereiken. We gaan straks dieper in op hoe je Facebook adverteren kan gaan toepassen.

### **Ga je er nog steeds voor?**

Wij zijn enthousiast over een eigen Facebook promotie pagina en we hopen dat we jou ook zover kunnen krijgen om dit zelf te gaan doen en uitvoeren. Hiermee ga je namelijk de best mogelijke resultaten bereiken op Facebook.

Gaat dit je een stap te ver? Sla dan het volgende hoofdstuk over. Je kunt er altijd voor kiezen om het aan ons uit te besteden:

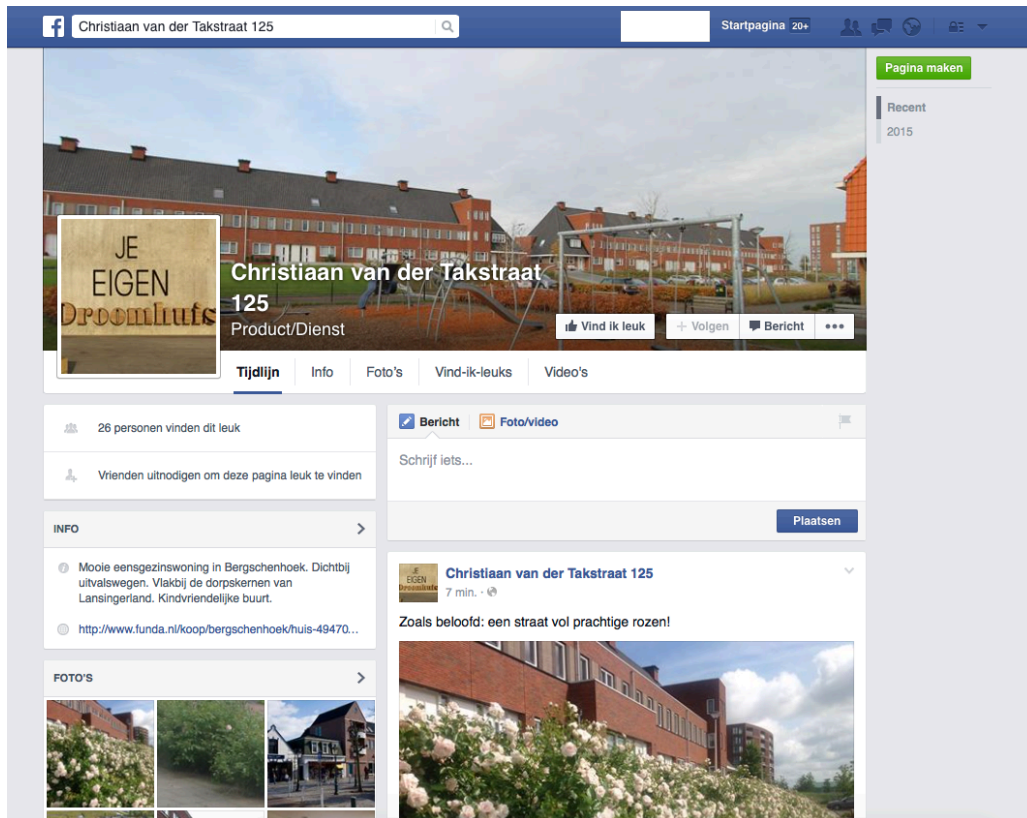
<http://huispromotie.nl/pakketten/>

Ga je er helemaal voor? Lees dan snel verder.

### 3.4 Je eigen Facebook promotie pagina

Als je er voor gekozen hebt om de stap te zetten om vooruitstrevend je huis te gaan promoten, dan zit je bij dit hoofdstuk goed. We zullen je precies uitleggen wat je met je eigen Facebook promotie pagina kan én hoe je resultaten behaalt.

Eerst even een voorbeeld van hoe dit er uit kan komen te zien (Afbeelding 9):



Afbeelding 9 - Een voorbeeld van een Facebook huispromotie pagina

**Dan is het nu tijd om je eigen Facebook huispromotie pagina aan te maken.**

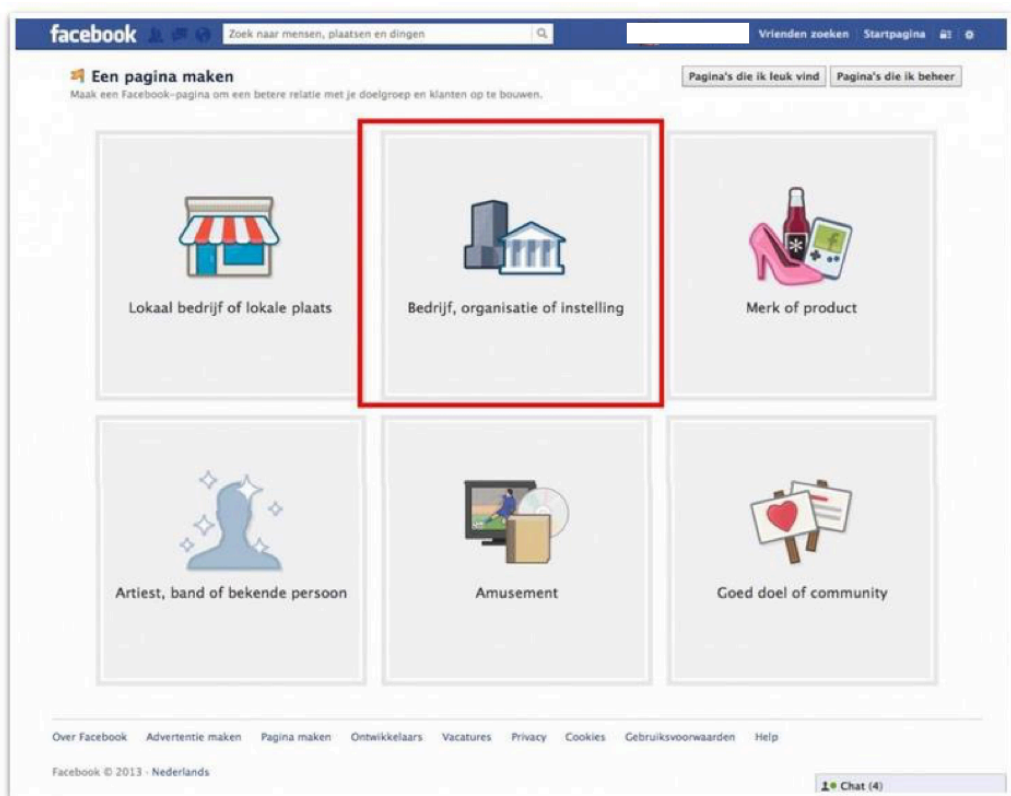
Een Pagina (ook wel Fanpage genoemd) is altijd gekoppeld aan een persoonlijk profiel. Het hangt er als het ware als een extra ballon aan vast. Het is dus noodzakelijk dat je een persoonlijk profiel hebt, deze zul je ook moeten gebruiken om een pagina aan te kunnen maken. Degenen die jouw pagina gaan 'liken' zullen nooit (zonder een geaccepteerd vriendschapsverzoek) toegang tot je persoonlijk profiel krijgen.

**Stap 1.** Klik op het pijltje in de blauwe bovenbalk en daarna op Pagina maken (Afbeelding 10).



Afbeelding 10 – Een promotie pagina maken

**Stap 2.** Kies vervolgens voor het blok waarin staat: 'Bedrijf, Organisatie of Instelling' (Afbeelding 11). Natuurlijk is een dergelijke pagina vooral voor bedrijven bedoeld, maar als huispromotor is dit de beste optie voor je om gebruik van te maken.



Afbeelding 11 - De juiste pagina aanmaken

Het is goed om de instellingen van je Facebook promotiepagina te verkennen en zo nodig aan te passen. Je zult hierbij enkele keuzes moeten maken waar je je zelf goed bij voelt.

Kunnen de bezoekers een reactie plaatsen met een foto of een video of beperkt je dit? Hoeveel interactie wil je met je bezoekers? Hou daarbij in gedachten dat als je interactie hebt met mensen over je huis, deze mensen dus op enige manier

geïnteresseerd zijn in je huis. Je weet nooit waar het toe kan leiden. Interactie zorgt er ook voor dat anderen zien dat er over je huis gepraat wordt. Dat maakt je huis extra aantrekkelijk. Want waarom zouden er mensen geïnteresseerd zijn in jouw huis? Het maakt anderen nieuwsgierig.

### Jouw Facebook huispromotie pagina: het aanpassen van Instellingen

We laten je zien waar je de instellingen voor je pagina kunt aanpassen. We gaan verder waar we gebleven waren.

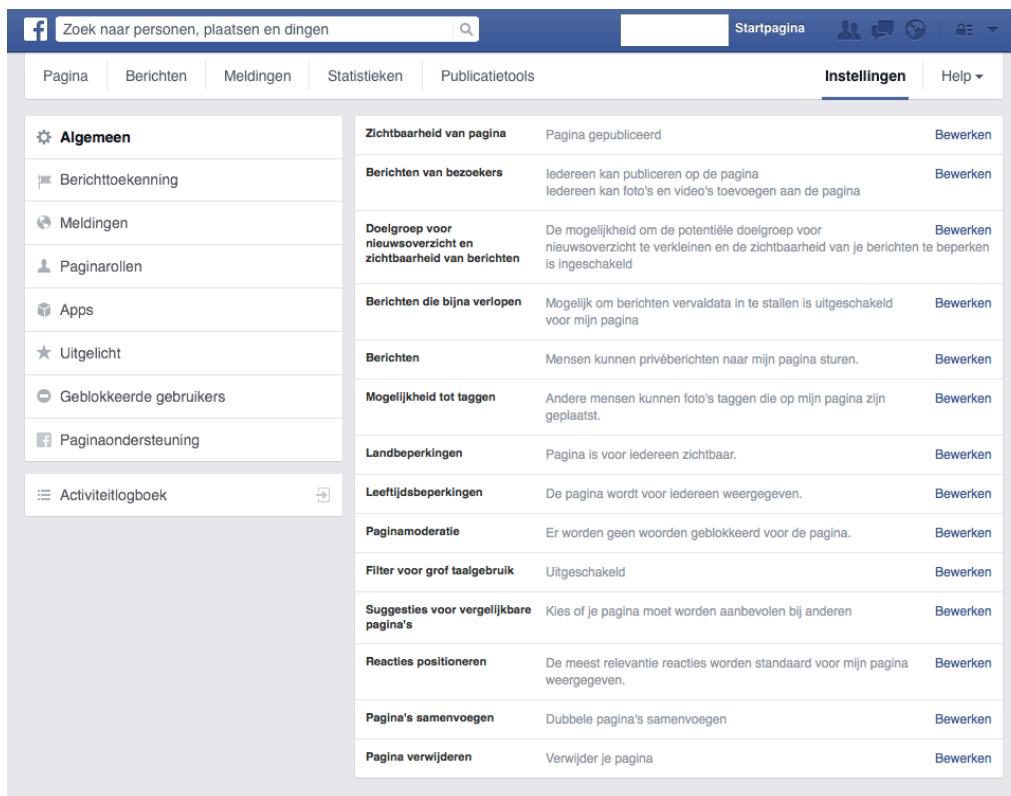
**Stap 3.** Klik op Instellingen in de bovenbalk van de pagina (Afbeelding 12).



Afbeelding 12 - Navigeer naar 'Instellingen'

Je komt nu in een overzicht waarin je alles van je pagina kunt instellen (Afbeelding 13). Links zijn de hoofdgroepen. Telkens als je op een van de hoofdgroepen klikt, zie je aan de rechterkant de instellingen die je per groep kunt bewerken. Bekijk ze op je gemak en zie wat je kunt veranderen.





Afbeelding 13 - De instellingen van je promotie pagina

We zullen de belangrijkste instellingen onder de hoofdgroep 'Algemeen' met je doornemen.

### Instelling: Zichtbaarheid van pagina

Je kunt de zichtbaarheid van je pagina verbergen. In de opstartfase en tijdens het onderhoud is dit een handige optie. Vooral wanneer je net begint met je pagina is het goed om deze eerst nog niet zichtbaar te laten zijn. Je kunt de pagina dan eerst gaan vullen met foto's, een aantrekkelijke omslag, informatie over de pagina en enkele berichten.

### Instelling: Mogelijkheid om te plaatsen

Berichten van anderen op de tijdlijn van mijn pagina toestaan (Afbeelding 14): Iedereen kan tekst berichten plaatsen op de tijdlijn. We hebben zojuist besproken dat interactie goed is, dus toestaan is hier de juiste keuze.

Ook is het goed om hier te kiezen om foto- en videoberichten toe te staan. Iedereen kan dan foto's en video's toevoegen aan de tijdlijn. Je kunt het nog enigszins in de hand willen houden door aan te vinken dat je berichten van anderen wilt controleren

voordat deze op je pagina worden weergegeven. Dat is maar net waar je je goed bij voelt. Als je betrouwbaar en open over wilt komen, dan zouden wij er voor kiezen om deze optie niet aan te vinken.



The image shows a Facebook settings dialog box titled 'Mogelijkheid om te plaatsen'. It contains four radio button options: 'Berichten van anderen op de tijdlijn van mijn pagina toestaan' (selected), 'Foto- en videoberichten toestaan' (checked), 'Berichten van anderen controleren voordat deze op mijn pagina worden weergegeven [?]' (unchecked), and 'Berichten van anderen op de tijdlijn van mijn pagina uitschakelen' (unchecked). At the bottom are two buttons: 'Wijzigingen opslaan' and 'Annuleren'.

Afbeelding 134 - Mag iedereen alles doen op jouw pagina?

De bezoekers van je pagina kunnen nu berichten en foto's plaatsen op de pagina. De geplaatste berichten (al of niet met foto) verschijnen in het blok 'Berichten op pagina' in de linker kolom op je pagina.

De reacties op deze berichten zijn alleen 'uitgeklapt' zichtbaar. Door erop te klikken wordt de gehele tekst en de foto(s) zichtbaar. Het is goed om je bezoekers te laten zien dat je het bericht opgemerkt hebt, en dat je het waardeert dat zij berichten plaatsen. Dit is namelijk voor andere bezoekers ook leuk om te lezen. Je kunt dit doen door het geplaatste bericht te 'liken' en een reactie te plaatsen op het bericht.

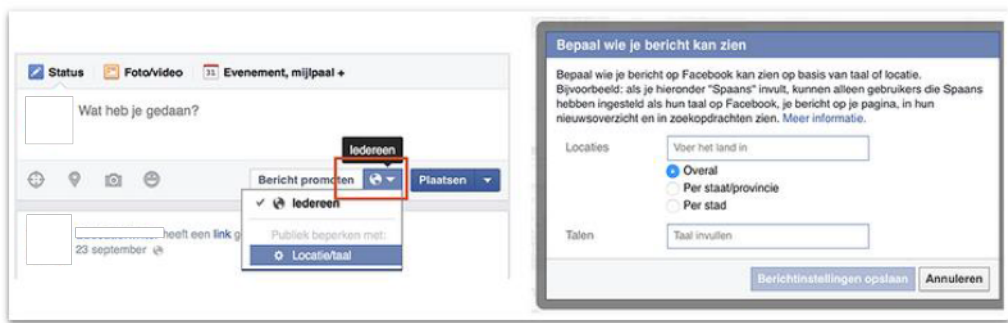
Probeer daarbij in je reactie de naam van de schrijver van het bericht te verwerken, dan krijgt hij via zijn persoonlijke account te zien dat hij genoemd is in een reactie en ziet hij dat jij op zijn bericht gereageerd hebt.

Wat je verder nog kunt doen is de schrijver van het bericht 'in het zonnetje' zetten (Als het een leuke en vermeldenswaardige reactie is) door zijn bericht als beheerder opnieuw te posten op de tijdlijn.

Bezoekers kunnen ALTIJD reageren op jouw geplaatste berichten. Dit kun je niet uitschakelen.

### **Instelling: Doelgroepen en Privacy voor berichten**

Door deze optie te activeren verschijnt er onder je statusupdate venster een keuzeknop Openbaar of Doelgroep (Afbeelding 15). Door te klikken op Locatie/taal wordt er een venster geopend waarin je een specifieke doelgroep kunt definiëren. Na het definiëren van de doelgroep kun je een bericht maken speciaal voor die doelgroep.



Afbeelding 14 - Optie om berichten alleen aan een doelgroep te laten zien

### Instelling: Berichten

Door deze optie te activeren verschijnt de knop Bericht op je pagina. Deze knop biedt de bezoeker extra mogelijkheden om te reageren. De bezoeker kan een bericht sturen al of niet voorzien van een foto's en/of bijlage. De knop Bericht krijg je alleen te zien wanneer je de eigen bedrijfspagina bekijkt onder het persoonlijk profiel van iemand anders.

### Instelling: Mogelijkheid tot taggen:

In hoofdstuk 3.2 gaven we al een uitleg van wat 'taggen' precies inhoud. Wanneer je de bezoekers deze mogelijkheid geeft kan iedereen personen 'taggen' op foto's die je plaatst op je Facebook promotie pagina. Niet iedereen die op een foto staat is ervan gediend dat zijn of haar naam wordt verbonden aan een openbare foto. Aan de andere kant is het wel een goede manier om je boodschap tot ver in de sociale Facebook kringen te verspreiden.

**Tot zover de belangrijkste instellingen en wat je er mee kan uitwerken op je Facebook promotie pagina. In principe zou je nu kunnen gaan starten met het promoten van je huis en je vrienden gaan uitnodigen om de pagina leuk te vinden. Maar om zoveel mogelijk mensen 'over te halen' om je pagina te 'liken', is het verstandig om deze eerst te vullen met gegevens zodat de eerste bezoekers niet op een lege pagina komen.**

## 4. Je Facebook promotie pagina 'likeable' maken

In het vorige hoofdstuk werd al even aangestipt dat het mogelijk is om de pagina niet gelijk zichtbaar te laten zijn.

De reden om te wachten met het zichtbaar maken van de pagina is dat als je straks mensen (bijvoorbeeld de vrienden van je persoonlijke profiel) gaat uitnodigen, deze eerder op de 'like' knop gaan drukken als ze zien dat het een 'levende' pagina is, en niet één in opbouw.

Je wilt juist dat je zoveel mogelijk 'likes' gaat krijgen op je pagina, want hoe meer likes, hoe groter je bereik is en hoe meer mensen je berichten onder ogen krijgen.

Daarom gaan we jouw Facebook promotie pagina 'likeable' maken. Dit doen we door hem te gaan vullen met informatie, plaatjes en berichten.

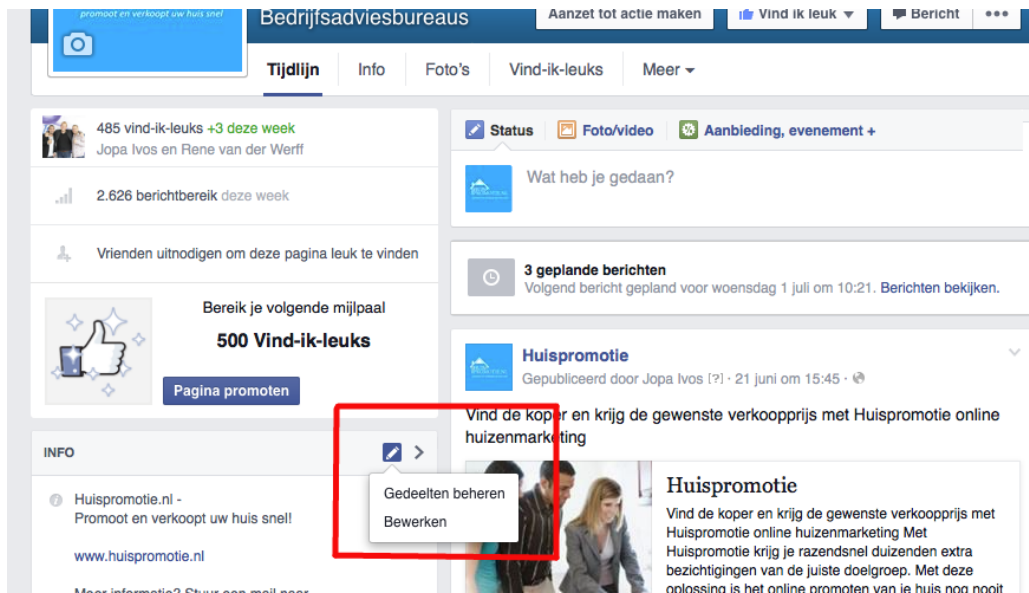
### 4.1 Het toevoegen van juiste pagina informatie

Je wilt natuurlijk graag dat iedereen die op jouw pagina komt in een keer ziet waar de pagina over gaat. Het is namelijk een feit dat mensen op het internet altijd snel surfen en klikken. Als ze niet zien wat ze zoeken klikken ze zo weer verder.

Het is daarom van belang dat je de juiste informatie op de juiste plek hebt staan. Dit gaan we nu samen met je instellen.

**Stap 1.** Login op je Facebook account en schakel over naar je promotie pagina. Deze kun je vinden aan de linkerkant van je berichtenoverzicht in je persoonlijke profiel.

**Stap 2.** Eenmaal op je promotie pagina ga je aan de linkerkant van je pagina (Naast de lijst met berichten) naar het blokje info (Afbeelding 16). Als je daar met je muis overheen gaat, zie je een potlood verschijnen. Ga je met je muis op het potlood staan, dan verschijnt het woord '**Beheren**'. Klik op het potlood. Klik vervolgens op '**Bewerken**'.



Afbeelding 16 - Bij het blokje 'Info' kun je de pagina informatie bewerken

**Stap 3.** Ga de juiste pagina informatie toevoegen (Afbeelding 17). We hebben hieronder de onderdelen beschreven die het meest van belang zijn voor een huispromotie pagina.

**Onderdeel: Categorie**

Bij categorie kun je voor 'lokaal bedrijf' kiezen. In het volgende drop down menu kies je voor 'onroerend goed' Je bent dan geen bedrijf, je wilt gewoon je huis promoten. Deze keuze heeft verder niet veel invloed op je promotie pagina. Het gaat er om dat je iets kiest.

**Onderdeel: Naam**

Wat je hier invult wordt door bezoekers van je pagina als een van de eerste dingen gezien. Het is dus belangrijk dat je hier een pakkende titel neerzet. Je kunt daarbij denken aan: 'Gezellig wonen in Amsterdam' of 'Verhuizen naar Breda' of 'Kees' woning show'. Het gaat er om dat de titel pakkend is. Daarbij moet je in gedachten houden dat je op Facebook zit; hier staat het sociale voorop. Dit betekent dat het best grappig dan wel vermakelijk mag zijn, zakelijk is juist minder de bedoeling.

**Onderdeel: Facebook-webadres**

Hier mag je bepalen hoe jouw link er uit moet komen te zien die naar je promotie pagina leid. Dus wat komt er achter <http://www.facebook.com/.....> te staan? Je mag dit maar één keer wijzigen, dus bedenk goed wat handig is om te gebruiken. Als je slim bent gebruik je een makkelijk te onthouden beschrijving. Hij moet dus niet te lang en te ingewikkeld zijn. Als iemand moet nadenken hoe hij het moet schrijven, dan val die benaming al af.

### Onderdeel: Adres

Hier kun je het adres van de te koop staande woning invullen. Dan weet men gelijk waar zij de woning kunnen vinden, en ben je transparant naar je bezoekers toe waardoor je nog betrouwbaarder overkomt.

### Onderdeel: Korte beschrijving

De korte beschrijving is na het onderdeel: 'Naam' een uitgelezen mogelijkheid om de bezoeker van je pagina te laten weten waar je pagina over gaat. Beschrijf hier dus dat je huis te koop staat, en wat zo leuk is aan je huis. Verder is het belangrijk om een persoonlijk tintje hieraan te geven zodat bezoekers direct in de gaten hebben dat ze met andere mensen te maken hebben. Dan maak je gelijk meer kans op de gunfactor wat weer goed is voor de 'likes' van je pagina. Je kunt dit doen door kort te vertellen wie je bent of dat je op eigen houtje probeert je huis te verkopen.

Bedenk wel dat je maar drie korte regels hebt om dit tekstveldje te vullen. Zorg dus voor een pakkende tekst.

The screenshot shows the Facebook page editor interface. At the top, there's a blue header with the page name 'Huispromotie Bedrijfsadviesbureaus' and navigation options like 'Aanzet tot actie maken', 'Vind ik leuk', and 'Bericht'. Below the header, there are tabs for 'Tijlijn', 'Info', 'Foto's', 'Vind-ik-leuks', and 'Meer'. The main content area is titled 'Over Huispromotie' and contains a 'Pagina-informatie' section. This section is a table with the following data:

PAGINA-INFORMATIE	
Categorie	Bedrijven en organisaties : Bedrijfsadviesbureaus
Naam	Huispromotie
Onderwerpen	<a href="#">Beschrijf je pagina in drie woorden</a>
Facebook-webadres	<a href="http://www.facebook.com/huispromotie.nl">www.facebook.com/huispromotie.nl</a>
Begindatum	Is nu lid van Facebook
Adres	<a href="#">Voer je adres in</a>
Korte beschrijving	Huispromotie.nl - Promoot en verkoopt uw huis snel!  <a href="http://www.huispromotie.nl">www.huispromotie.nl</a>  Meer informatie? Stuur een mail naar <a href="mailto:info@huispromotie.nl">info@huispromotie.nl</a>
Impressum	<a href="#">Voer impressuminformatie in voor je pagina</a>
Lange beschrijving	<a href="#">Voer een lange beschrijving in voor je pagina</a>

Afbeelding 17 - Voeg per onderdeel de gewenste pagina informatie toe

### Onderdeel: Lange beschrijving

De lange beschrijving is een aanvulling op de korte beschrijving. Hier kun je nog meer tekst kwijt over je pagina. Echter wordt deze tekst pas getoond nadat er twee door de bezoeker ergens op is geklikt. Bedenk wel dat als iemand de moeite neemt om hier op door te klikken, diegene echt geïnteresseerd is. Je doet er daarom goed aan om ook hier relevante informatie over je pagina neer te zetten. Ook hier kun je bijvoorbeeld de link naar de advertentie van je huis neerzetten.

#### **Onderdeel: Telefoonnummer**

Zorg dat je bereikbaar bent en zet hier je telefoonnummer neer. Wees niet bang dat gelijk allerlei onbekenden je gaan bellen. Als iemand met kwade bedoelingen achter je telefoonnummer wil komen, dan lukt hem dat toch wel. Als iemand de moeite neemt om je te bellen, dan weet je zeker dat het een serieus geïnteresseerde is.

#### **Onderdeel: Emailadres**

Hiervoor geldt hetzelfde als voor je telefoonnummer. Je kunt er eventueel voor kiezen om je Facebook e-mailadres uit je persoonlijke profiel hier neer te zetten dat er zo uitziet: naam@facebook.com.

#### **Onderdeel: Website**

Dit is natuurlijk de ideale plaats om de link naar de advertentie van je woning neer te zetten. Doe dat dan ook.

**Als je deze belangrijkste velden voor je Facebook huispromotie pagina hebt ingevuld, kan de bezoeker van je pagina er niet meer omheen dat het hier gaat om jouw huis en dat deze te koop staat. Het is daarom essentieel om dit goed in te vullen. In het volgende hoofdstuk gaan we in op het meest opvallende van je pagina, de omslag. Dat is het bovenste gedeelte, de afbeelding die over de hele breedte van je pagina staat, welke als eerste in het oog springt.**

## 4.2 Een aantrekkelijke omslag maken

De omslag is de afbeelding die bovenaan je pagina staat en de hele breedte van de pagina beslaat. Je kunt je wel voorstellen dat dit het meest in het oog springende gedeelte is van een (nieuwe) bezoeker van je pagina. Dat is ook precies de reden waarom we hier dan ook nodige aandacht aan willen besteden.

Aangezien je zover bent gekomen om dit boek te lezen gaan wij er vanuit dat je serieus met de promotie op Facebook aan de gang wilt. Dan kunnen we je nu wel vertellen dat voor een goede promotie het goed is om zo nu en dan je omslag te wijzigen. Dit zorgt voor dynamiek op je pagina, en het is telkens een goede mogelijkheid om weer onder de aandacht te komen van je fans.

Als eerste kun je je afvragen wat voor omslag het beste is voor je pagina. Het gaat er om dat de omslag een beeld geeft van wat de pagina inhoudt. Dat de titel van de pagina samen met de omslag in een keer duidelijk maken waar het bij jouw Facebook pagina om draait.

Als het goed is heb je behoorlijk wat foto's van je huis voor de online verkoopadvertentie. Deze foto's kun je goed gebruiken voor de omslag van je huispromotie pagina. Eventueel in combinatie met enige tekst op de afbeelding maakt het geheel compleet voor een bruikbare omslag.

### Hoe je zelf een professionele omslag maakt

Het valt niet mee om zelf in een bewerkingsprogramma precies de afmetingen van de omslag aan te houden en er voor te zorgen dat belangrijke elementen van de afbeeldingen nét buiten beeld vallen. Tenzij je natuurlijk designer bent en hier veel verstand van hebt...

Maar gelukkig hebben we hier een oplossing voor gevonden die je veel tijd en moeite bespaard. Je bezoekers zullen denken dat je een designer ingehuurd hebt om het voor je te doen.

### Twee stappenplannen

We hebben twee stappenplannen voor je gemaakt. De eerste is voor een omslag in de vorm van een collage, dus meerdere foto's. De tweede voor een omslag met één afbeelding.

Let op, daar komen ze:

### Stappenplan 1: Omslag in de vorm van een collage

#### Stap 1.

Ga naar [www.pizap.com](http://www.pizap.com).



## Stap 2.

Druk op de groene knop waarop 'Start' staat (Afbeelding 18).



Afbeelding 18 - Door op de groene start knop te drukken kun je beginnen

## Stap 3.

We gaan nu een collage te maken, dus meerdere foto's op een omslag. Klik op 'Collage'.

## Stap 4.

Klik bovenin op 'Facebook Cover' en maak een keuze voor de indeling van de collage. Let op, als je te veel afbeeldingen gebruikt, wordt het al snel een druk geheel. Hierdoor kan het zijn dat het zijn doel voorbij gaat en het niet meer duidelijk is wat er met de omslag bedoeld wordt. Wij adviseren je daarom om een collage te maken **met hooguit vier foto's**.

Klik op jouw keuze van indeling.

## Stap 5.

Je ziet nu de indeling van de door jouw gekozen collage. In elk vak zie je 'add photo' staan. Klik daar op.

## Stap 6.

Je kunt nu de keuze maken waar vandaan je je foto wilt uploaden naar het programma. Klik op jouw optie en bepaal welke foto je wilt gebruiken. Herhaal deze stap voor elke foto in de collage.

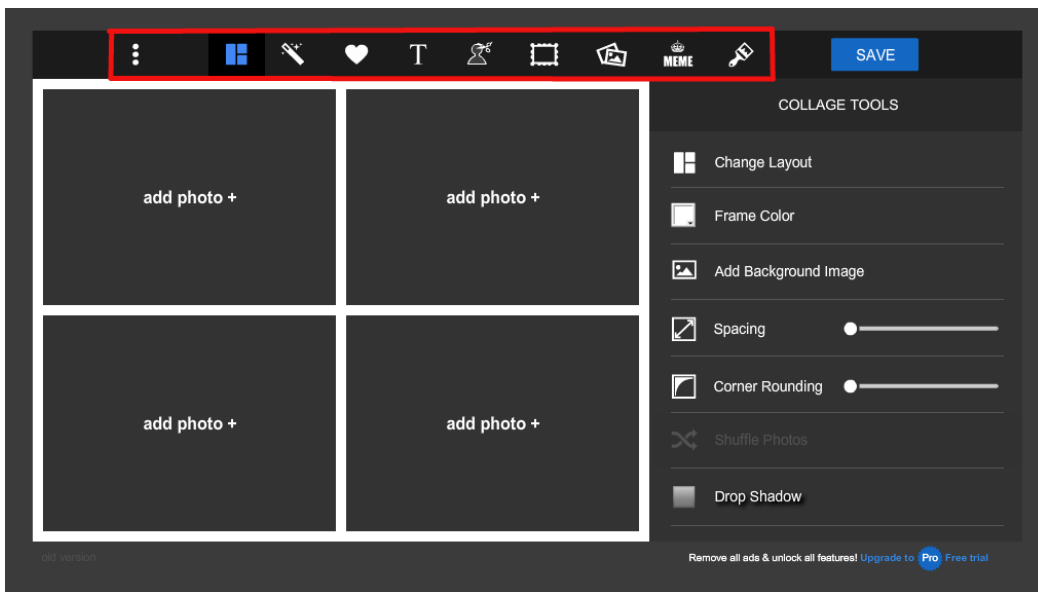
## Stap 7.

Je kunt er nu voor kiezen om je collage op te gaan leuken. Dit kan door gebruik te maken van de knoppen die boven je collage staan (Afbeelding 19). De belangrijkste

optie voor de omslag van je Facebook promotie pagina is het toevoegen van tekst. Dit doe je door op de knop met de 'T' te drukken.

De benodigde tekst kun je toevoegen in het met stippelrand omgeven tekstblok. Zodra je iets intypt, kun je dit zien in je collage. Vervolgens kun je het lettertype en de lettergrote nog aanpassen. Als je tevreden bent over het resultaat, druk je op 'OK'. Als je dan op de toegevoegde tekst in de collage klikt, kun je deze naar gewenst verschuiven.

Je kunt nog een stap verder gaan met opleuken. Als je dit wilt kun je dit doen door de rest van de knoppen uit de knoppenbalk boven je collage uit te proberen.



Afbeelding 19 - Met de knoppen boven de collage kun je gaan 'opleuken'.

### Stap 8.

Als je tenslotte tevreden bent over het eindresultaat, klik je op de knop 'SAVE', rechts bovenin.

### Stap 9.

Nu heb je de keuze waar je het bestand wilt gaan opslaan. Door bij elke optie met het knopje te slepen kun je het opslaan voor die optie aan of uit zetten. Heb je je keuze gemaakt? Klik dan op 'SAVE', en sla hem op de gewenste plaats op.

### Stap 10.

Ga nu naar je Facebook pagina door op je persoonlijke profiel in te loggen en vervolgens door te klikken naar je Facebook promotie pagina. Als je eenmaal op je pagina bent, klik dan in het grote vak, boven je profielfoto, op de fotocamera.

### Stap 11.

Als je je zojuist gemaakt omslag op je computer hebt opgeslagen klik je vervolgens op 'Foto uploaden' en zoek je het bestand op je computer op en selecteer hem. Als je er voor gekozen hebt om je zojuist gemaakte omslag op Facebook op te slaan klik je op 'Kiezen uit foto's' en zoek je het bestand op in je opgeslagen Facebook afbeeldingen en selecteer hem.

**Stap 12.**

Je hebt een omslag! Je kunt deze stappen natuurlijk zo vaak herhalen als je wilt.

## Stappenplan 2: Omslag van één foto

**Stap 1.**

Ga naar [www.pizap.com](http://www.pizap.com).

**Stap 2.**

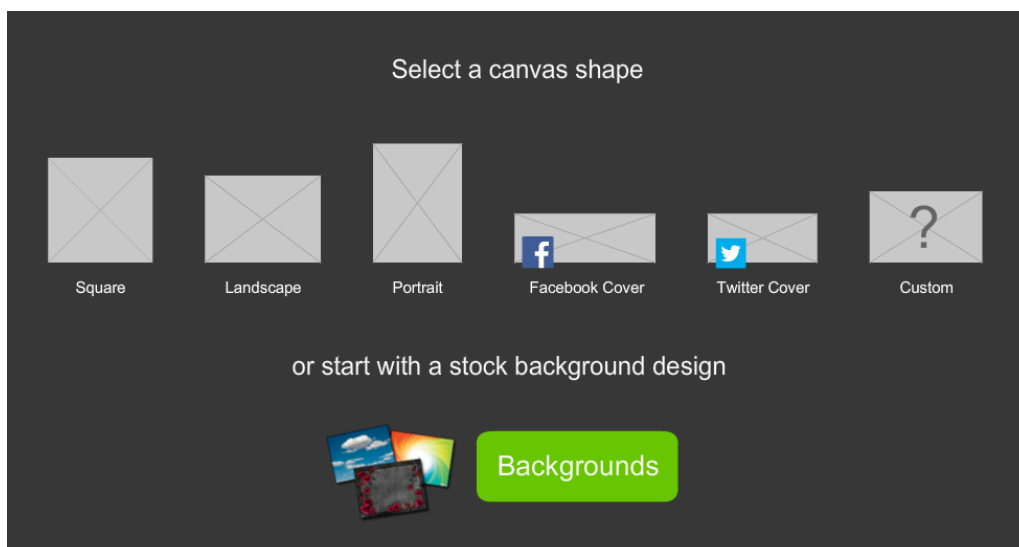
Druk op de groene knop waarop 'Start' staat.

**Stap 3.**

We gaan nu met één foto een omslag maken. Klik op 'Design'.

**Stap 4.**

Klik op 'Facebook Cover' (Afbeelding 20).



Afbeelding 20 - Met de keuze voor 'Facebook Cover' gaan we een omslag maken

**Stap 5.**

Om een foto toe te voegen kun je gebruik maken van een van de knoppen boven het witte vlak. Ga met je muis op de eerste knop staan en je ziet 'Edit Canvas' verschijnen.

Ga met je muis over de andere knoppen totdat je 'Add a Photo' ziet verschijnen en klik daar op.

**Stap 6.**

Maak een keuze waarvandaan je de foto wilt uploaden en klik op jouw keuze. Upload de foto.

**Stap 7.**

Waarschijnlijk past de foto niet precies in het witte vlak. Vergroot de foto door op een van de hoeken van de foto te gaan staan en sleep hem zodat hij groter wordt. Sleep net zo ver totdat hij in de breedte het witte vlak vult. Je ziet nu in de foto stippelijntjes staan. Dit zijn de afmetingen van de Facebook omslag. Straks als je in Facebook de foto gaat plaatsen kun je hem zo slepen dat hij net zo staat als waar nu de stippelijntjes geplaatst zijn.

**Stap 8.**

Je kunt er nu voor kiezen om je collage op te gaan leuken. Dit kan door gebruik te maken van de knoppen die boven je collage staan. De belangrijkste optie voor de omslag van je Facebook promotie pagina is het toevoegen van tekst. Dit doe je door op de knop met de 'T' te drukken.

De benodigde tekst kun je toevoegen in het met stippelrand omgeven tekstblok. Zodra je iets intypt, kun je dit zien in je collage. Vervolgens kun je het lettertype en de lettergrote nog aanpassen. Als je tevreden bent over het resultaat, druk je op 'OK'.

Als je dan op de toegevoegde tekst in de collage klikt, kun je deze naar gewenst verschuiven. Let er wel op dat de tekst binnen de stippelijntjes van de foto blijven, dat zijn namelijk de afmetingen van je omslag.

Je kunt nog een stap verder gaan met opleuken. Als je dit wilt kun je dit doen door de rest van de knoppen uit de knoppenbalk boven je collage uit te proberen.

**Stap 9.**

Als je tenslotte tevreden bent over het eindresultaat, klik je op de knop 'SAVE', rechts bovenin.

**Stap 10.**

Nu heb je de keuze waar je het bestand wilt gaan opslaan. Door bij elke optie met het knopje te slepen kun je het opslaan voor die optie aan of uit zetten. Heb je je keuze gemaakt? Klik dan op 'SAVE', en sla hem op de gewenste plaats op.

**Stap 11.**

Ga nu naar je Facebook pagina door op je persoonlijke profiel in te loggen en vervolgens door te klikken naar je Facebook promotie pagina. Als je eenmaal op je

pagina bent, klik dan in het grote vak, boven je profielfoto, op de fotocamera (Afbeelding 21).



Afbeelding 21 - Klik op de camera om je omslag te wijzigen

### Stap 12.

Als je je zojuist gemaakte omslag op je computer hebt opgeslagen klik je vervolgens op 'Foto uploaden' en zoek je het bestand op je computer op en selecteer hem. Als je er voor gekozen hebt om je zojuist gemaakte omslag op Facebook op te slaan klik je op 'Kiezen uit foto's' en zoek je het bestand op in je opgeslagen Facebook afbeeldingen en selecteer hem.

### Stap 13.

Je hebt een omslag! Je kunt deze stappen natuurlijk zo vaak herhalen als je wilt.

### Enkele opmerkingen bij het maken van een omslag

Let op, het is belangrijk dat de omslag in zijn geheel duidelijk blijft. Bedenk steeds dat het er om gaat dat de bezoeker van je pagina de juiste associatie maakt met de afbeelding die hij ziet. We willen hier dan ook niet verder op in gaan qua opmaak en tierelantijnen, onze gedachte is dat meerdere foto's bij elkaar al druk genoeg is. Wil je toch wat meer, probeer dan de verschillende knoppen en de opties die daar weer onder zitten, uit. Je kunt het altijd weer ongedaan maken.

Om je Facebook promotie pagina dynamisch te laten zijn en steeds onder de aandacht te blijven van je fans is het aan te raden om zo nu en dan een nieuwe omslag te maken. Je kunt natuurlijk ook een paar omslagen in één keer maken, zodat je kunt kiezen zodra je wilt wisselen.

## 4.3 Een goede start is het halve werk

Voordat je nu je pagina zichtbaar gaat maken voor je bezoekers is het van belang dat je de pagina alvast levendig gaat maken. Dit doe je om een vliegende start mogelijk te maken met je pagina. Als je namelijk al begint met het promoten van je pagina nog voordat er iets leuks op te vinden is voor de bezoeker, is de kans veel kleiner dat deze op 'like' klikt en een fan van je wordt.

Dit 'levendig maken' kun je doen door de tabbladen (Afbeelding 22) op je Facebook promotie pagina te openen en hier content te gaan plaatsen, zoals berichten, foto's en recensies. Deze tabbladen kun je vinden onder je omslag.



Afbeelding 22 - De tabbladen kun je vinden onder de omslag

### Berichten plaatsen

Je kunt berichten plaatsen door in het tabblad 'Tijlijn' iets te schrijven in het daarvoor bestemde tekst vak waarin de vraag wordt gesteld 'Wat heb je gedaan?'. Je kunt hier ook een foto toevoegen en daar wat bij schrijven. Over het algemeen vinden bezoekers van je pagina het leuker om foto's te zien. Met een stuk of tien berichten is je 'Tijlijn' (de lijst met geplaatste berichten) al mooi gevuld en een warm welkom voor de eerste bezoekers.

### Foto albums aanmaken en vullen

Verder is het goed om via het tabblad 'Foto's' op je promotie pagina een foto album aan te maken. Daarin kun je dan alle foto's van het huis plaatsen. Misschien is het leuk om een album 'Binnenkant van het huis' en 'Buitenkant van het huis' en misschien 'Omgeving' aan te maken en daar de bijbehorende foto's van het huis in te plaatsen. Je bezoekers kunnen dan gelijk een indruk krijgen waar het eigenlijk allemaal om gaat.

### **Recensies laten plaatsen**

Verder kun je nog overwegen om te vragen om bijvoorbeeld een buurman, een dorpsgenoot, of iemand uit de omgeving een recensie te laten plaatsen over de omgeving. Of over je huis omdat zij in hetzelfde soort huis wonen, of je laat ze iets vertellen over hoe mooi de laatste verbouwing is geworden of hoe goed de tuin altijd onderhouden wordt. Alle aanbeveling van anderen zijn mooi meegenomen.

### **Je Facebook huispromotie pagina zichtbaar maken**

Dan is nu het moment gekomen om je pagina zichtbaar te gaan maken (Ga hiervoor terug naar afbeelding 13). Je hebt alles mooi gevuld wat gevuld kon worden en je kunt nu je eerste bezoekers in een warm bad ontvangen.

Om jezelf een vliegende promotiestart te geven kun je al je vrienden één voor één gaan bellen om ze uit te nodigen je promotie pagina te gaan liken. Maar omdat dit nogal tijdrovend is kun je ook je Facebook vrienden uitnodigen via Facebook.

Er is namelijk een link op je pagina die heet '**Vrienden uitnodigen om deze pagina leuk te vinden**'. Je kunt deze link vinden vlak onder je profielfoto. Als je hier op klikt krijg je een nieuw venster waarin je eenvoudig op vrienden uit je persoonlijke profiel kunt klikken om ze uit te nodigen.

Ook kun je bovenin dit nieuwe venster naar specifieke personen uit je vriendenlijst zoeken. Als je bijvoorbeeld eerst je beste vrienden wilt uitnodigen om vervolgens te vragen wat ze van je promotie pagina vinden.

## 5. Je Facebook promotie pagina gratis promoten

Je hebt nu pagina gevuld met de eerste berichten en je hebt via Facebook uitnodigingen verstuurd om je pagina te 'liken'. Het is nu wachten totdat mensen je uitnodigingen accepteert. Voor de rest kun je rustig wachten totdat mensen 'toevallig' op jouw pagina komen.

Niet dus.

Nu begint het echte werk pas. Je gaat nu je pagina actief promoten waardoor de bezoekers naar je toe komen. Je wilt zoveel mogelijk likes krijgen, want hoe meer likes, hoe groter je bereik. Want op hoe meer tijdlijnen jouw berichten komen te staan, hoe meer mensen jouw berichten zien (En dat zijn dus niet alleen de 'likers' zelf)

Wij nemen aan dat je met de aanschaf van dit boek te kennen geeft dat je de volop wilt ingaan op de mogelijkheden van Social Media. Voor jou is internet en Social Media geen bijzaak. Want het verschil daartussen is enorm.

Maar dat je dit onderwerp belangrijk vind, betekend natuurlijk niet dat je er onnodig veel tijd aan wilt besteden. Zo vergaat het ons net zo. Wij vinden het als middel fantastisch, maar we hebben meer te doen ;)

Daarom willen we je als eerste op de hoogte brengen van een aantal trucjes die je kunt gebruiken om het jezelf wat makkelijker te maken.



## 5.1 Altijd inspiratie voor het plaatsen van berichten

We kunnen ons voorstellen dat je opziet tegen het plaatsen van allemaal berichten. We kunnen niet ontkennen dat daar wel enige discipline voor nodig is. Toch kun je jezelf een handje helpen.

### Maak je berichten van te voren

Het is van belang je de berichten van te voren maakt. Voor het maken van krachtige berichten is het van belang om je doelen die je eerder al had opgesteld bij 1.1 erbij te halen. Gebruik ook je doelgroepen overzicht.

### De doelen die wij al voor je hadden opgesteld zijn:

- Laten weten dat het huis te koop staat
- Zo snel mogelijk de potentiële koper bereiken
- Je makelaar helpen om het huis sneller te verkopen
- Vrienden vragen om mee te helpen om je huis sneller te verkopen

Als je zelf andere doelen hebt opgeschreven bij 1.1 neem deze dan mee. Gebruik deze doelen om je berichten mee te maken.

Naast de doelen die je hebt opgeschreven heb je ook een aantal doelgroepen gemaakt in hoofdstuk 1.2. Welke personen zijn interessant om te bereiken en wat vinden deze personen interessant om te lezen?

- Welke personen zouden het huis kunnen kopen?
- In welke gebieden wonen deze personen?
- Hoe oud zijn de geschikte kopers?
- Wat zijn de interesses van deze personen?
- Wat kan je vertellen over je huis?

Combineer de doelgroep met de bovenstaande vragen. Op deze manier kan je direct beginnen met het maken van de berichten.

### Speel in op bijzondere gebeurtenissen

Het is ook altijd aan te raden om in te spelen op grote evenementen zoals het WK voetbal, de Olympische Spelen en de Elfstedentocht. Het betreft hier evenementen die veel mensen bezighouden en die vaak een saamhorigheidsgevoel geven.

Hét moment om een goede 'inhaker' te posten op Facebook. Met inhakers bedoelen we berichten of advertenties die 'inhaken' op een bijzondere dag. Een inhaker kan heel veel positieve aandacht genereren voor je pagina. Daarbij is de juiste toon en inhoud van groot belang. Maar het is ook belangrijk om al vroeg op de dag een leuk bericht te plaatsen. Dan zal je bericht gedurende dag wellicht veel aandacht krijgen.

Hieronder volgen twee voorbeelden waarop werd ingehaakt tijdens het WK voetbal in 2014:



Afbeelding 23 - Calvé haakt in op de duik van Robin van Persie

Calvé Pindakaas zette deze afbeelding (Afbeelding 23) een dag na de wedstrijd Nederland - Spanje online. Het is voor iedereen duidelijk dat hier een jonge Robin van Persie wordt afgebeeld. Naast deze afbeelding zijn er ontzettend veel afbeeldingen gemaakt van de duik van Robin van Persie. Deze waren razend populair op Social Media. Slim van Calvé om hier ook op in te spelen.



Afbeelding 24 - Andrélon haakt in op keeper Tim Krul

Na de wedstrijd Nederland – Costa Rica postte Andréon een leuke afbeelding (Afbeelding 24). Zij haakten op een grappige manier in op de prestaties van keeper Tim Krul, die ervoor zorgde dat Nederland doorging naar de halve finale.

### Inspelen op bepaalde data

Bepaalde dagen, zoals feestdagen, vakantiedagen of andere bijzondere dagen (Afbeelding 25), zijn bij uitstek geschikt voor inhakers. Hierbij een aantal data waarmee je rekening kan gaan houden;



Afbeelding 25 - Albert Heijn gebruikte witlof voor Valentijnsdag

- Kerst
- Pasen
- Valentijnsdag
- Zomervakantie
- Wintervakantie
- Meivakantie



### Noteer ingevingen

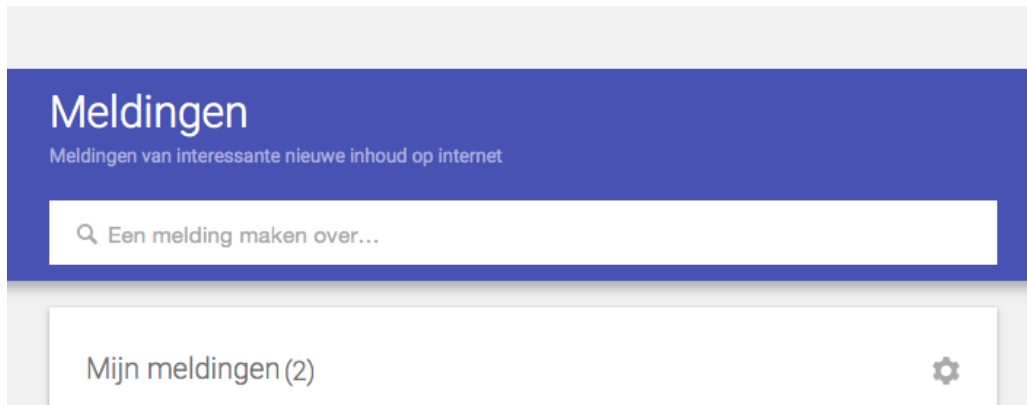
Zodra je met het plaatsen van Facebook berichten aan de slag gaat, kom je er achter dat als je inspiratie nodig hebt, het er vaak niet is. Maar doordat je er mee bezig gaat krijg je ingevingen op de raarste momenten. Probeer deze te noteren, en verzamel ze op één plaats. Gebruik ze bij je volgende sessie van berichten inplannen.

### Abonneer je op lokale berichtgevers

Soms is het mogelijk om je op lokale nieuwsberichten te abonneren. Deze krijg je dan via je mail binnen of je krijgt ze binnen via Facebook omdat je hun pagina hebt geliked. Vooral in het laatste geval is het natuurlijk erg makkelijk om deze berichten te delen op je eigen pagina. Het geeft daarbij niet dat het bericht oorspronkelijk komt van iemand anders. Jij bent degene die het relevante nieuws verzameld wat alleen betrekking heeft op jouw pagina. Je kunt natuurlijk wel zelf een onderscheid maken in positief en negatief nieuws wat je op je eigen pagina deelt.

### Gebruik alerts van google

Maak meerdere zoekopdrachten aan op <http://www.google.com/alerts> (Afbeelding 26) met woorden die betrekking hebben op je fans, hun interesses en de kernwoorden waar jouw pagina over gaat.



Afbeelding 26 - Alerts van Google instellen zorgt voor automatische nieuwsberichten

Je ontvangt dan regelmatig e-mails van Google met zoekresultaten. Deze content kun je gebruiken als content voor je berichten op je pagina.

Voorbeeld: Een van de zoekopdrachten in Alerts kan zijn de plaats waar je in woont. Alle nieuws, berichten, blogs en dergelijke die over jouw plaats op Internet zijn geplaatst die dag of de afgelopen dagen ontvang je dan in een e-mail. Die informatie kun je dan gebruiken om berichten op je Facebook pagina te plaatsen.

## 5.2 Een handigheid die je gelijk veel tijd bespaart

Het is mogelijk om je berichten op Facebook in te plannen. Hier heb je geen andere tool voor nodig. Het inplannen van berichten op Facebook kan alleen als je een bedrijfspagina hebt. (En die heb je, als je de vorige hoofdstukken hebt doorgelezen en toegepast).

De voordelen van het inplannen van berichten zijn groter dan alleen tijds winst:

- Je denkt beter na over de berichten – je werkt doelgerichter
- Je Facebook berichten worden krachtiger
- Je bent aan het promoten op de gewenste tijd
- Het geeft jezelf meer rust doordat je een systeem toepast
- Je hoeft niet elke dag zelf op Facebook te kijken
- Je plant je berichten ruim van te voren in
- En heel belangrijk: Je houdt meer tijd over

### Hoe kan je berichten inplannen op Facebook?

Om Facebook berichten te kunnen inplannen ga je naar je Facebook huispromotie pagina. We laten hieronder stapsgewijs zien op welke wijze je berichten kunt gaan inplannen.

#### Stap 1. Ga naar je promotie pagina



Afbeelding 27 - Berichten inplannen scheelt veel tijd

**Stap 2.** In het tekst vak kun je je bericht typen zoals je dat normaal gesproken ook doet als je direct een bericht wilt plaatsen (In afbeelding 27 rood omlijnd nr. 1). Je kunt er natuurlijk ook voor kiezen om een foto of video toe te voegen. Hier wordt het bericht in ieder geval meer 'likeable' van.

**Stap 3.** Klik nu **niet** op de knop 'Plaatsen' maar op het driehoekje er direct naast. Je ziet dan een dropdown-menu verschijnen (In afbeelding 27 rood omlijnd nr. 2).

**Stap 4.** Klik vervolgens op 'Plannen'. Je ziet dan wat je ziet in **afbeelding 28**.

**Bericht plannen**

Selecteer een toekomstige datum en tijd waarop je wilt dat je bericht wordt gepubliceerd.

26-5-2015 10:19 UTC+02

Annuleren Plannen

**Afbeelding 28 – Kies de juiste datum waarop het bericht moet worden geplaatst**

**Stap 5.** Kies de gewenste datum en tijd om je bericht te plannen. Daarna klik je op plannen.

**Stap 6.** Herhaal dit net zo vaak totdat je een leuk aantal berichten hebt ingepland en je er de komende week of twee niet meer druk om hoeft te maken.

Wanneer je een bericht hebt ingeplant zie je dat dit direct op je pagina word vermeldt. Zie **afbeelding 29** voor ons voorbeeld. Je ziet dat wij 14 geplande berichten hebben en de eerst volgende bericht morgen om 17.49 uur wordt geplaatst.

Pagina Berichten Meldingen Statistieken Publicatietools Inst

of mail naar  
info@huispromotie.nl

**Huispromotie**  
Bedrijfsadviesbureaus

Aanzet tot actie maken Delen

Tijlijn Info Foto's Vind-ik-leuks Meer

Status Foto/video Aanbieding, evenement +

Wat heb je gedaan?

Bereik je volgende mijlpaal  
**500 Vind-ik-leuks**

**14 geplande berichten**  
Volgend bericht gepland voor morgen om 17:49. Berichten bekijken.

**Afbeelding 29 - 14 geplande berichten, de eerste morgen om 17:49**

### **Laat je berichten checken**

Het is van belang dat je de berichten even laat checken door iemand in je omgeving. Je wilt geen spelfouten of andere dingen over het hoofd zien. Maak daarom de berichten eerst in Word of een ander tekstprogramma, dan kun je ze eenvoudig even naar iemand mailen.

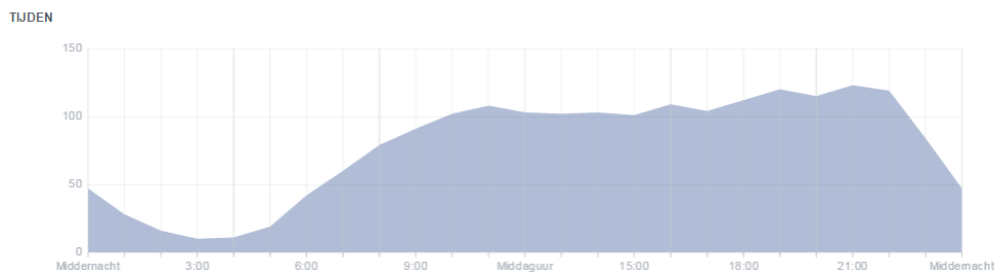
### **Ga minimaal 1x per week bezig met de berichten**

Het beste is om een vast tijdstip te plannen wanneer je bezig gaat met de berichten. Vaak is een half uurtje per week al voldoende. (indien je de stappen van hoofdstuk één goed hebt uitgevoerd). Als de berichten zijn aangemaakt kijk dan even onder het activiteitenlogboek hoe de berichten eruit komen te zien. Dat doe je eenvoudig door naast de melding van het aantal geplande berichten te klikken op 'Berichten bekijken'.

## 5.3 Hou inzicht in je resultaten

Als je een aantal berichten hebt geplaatst is van belang dat je in gaten gaat houden wat het bereik is geweest van de berichten, hoe vaak de berichten zijn gedeeld en meer relevante informatie. Met deze informatie kan je de eerstvolgende berichten krachtiger gaan inplannen.

Een goed aspect om naar te kijken is op welk tijdstip je het beste een bericht kunt plaatsen. Wij zien bijvoorbeeld bij onze berichten dat onze berichten het beste worden bekeken rond 21.00uur s' avonds (Afbeelding 30).



Afbeelding 30 - Wanneer worden de berichten het beste bekeken? Plaats op dat moment.

### Hoe kan je de resultaten meten?

Bovenaan je pagina zie je het kopje 'Statistieken' staan (Afbeelding 31). Onder het kopje 'Statistieken' vind je veel relevante informatie. Zo zie je bijvoorbeeld het bereik van de berichten, het aantal vind ik leuk, in welke provincie je het meeste bereik hebt en meer relevante informatie.

Let hierbij wel op dat het allemaal begint met het aantal vind ik leuk. Zoals steeds geldt: Hoe meer vind ik leuk je pagina heeft, hoe groter je bereik wordt.



Afbeelding 31 - Bekijk de prestaties onder het kopje 'Statistieken'



**Samenvatting**

Je weet nu op welke wijze je altijd aanwezig kunt zijn op Facebook door berichten in te plannen en te laten publiceren op het gewenste moment van de dag. Voordat je de berichten daadwerkelijk gaat publiceren op Facebook is het van belang dat je ze nog door iemand in je omgeving laat controleren.

Voorkom onnodige fouten en wees niet te gehaast met het plaatsen van de berichten. Ga minimaal één keer per week bezig met de berichten. Probeer in te spelen op relevante gebeurtenissen en bepaalde data. Actualiteit doet het altijd goed op Facebook.

**----- Opdracht -----**

Plan twee berichten in voor deze week: Morgen om 15.00 uur en overmorgen om 20.31uur.

Bericht 1. Titel .....

Bericht.....  
.....  
.....

Afbeelding(en)

.....

Bericht 2. Titel .....

Bericht.....  
.....  
.....

Afbeelding(en)

.....

## 6. Promoten met betaalde Facebook advertenties

Gratis adverteren, wie wil dit niet? Het is goed om zuinig te zijn met je geld, maar vaak is een financiële injectie echt nodig om meer potentiële kopers te bereiken en het huis sneller te verkopen.

Op Facebook zijn er verschillende opties tot adverteren. Met deze opties kan je via Facebook adverteren heel gericht specifieke doelgroepen bereiken.

### Waarom zou je ervoor kiezen om betaald te adverteren op Facebook?

Ten eerste is Facebook het **grootste sociale netwerk** ter wereld. Het netwerk heeft meer dan 1 miljard gebruikers over de hele wereld, waarvan ongeveer 9 miljoen Nederlandse gebruikers. Wil je dus heel gericht doelgroepen bereiken? Adverteer dan op Facebook.

Verder is adverteren op Facebook ook ontzettend handig, je kunt namelijk instellen dat je advertentie alleen bij een specifieke doelgroep terechtkomt. Met het speciale programma Facebook Ads kan je op basis van verschillende criteria advertenties vertonen bij de gewenste doelgroep. Het gaat om criteria als leeftijd, geslacht en regio, maar ook om interesses, activiteiten en profielkenmerken.

Ook is het een voordeel dat via Facebook de advertenties **zowel tekst als beeld** kunnen bevatten, waardoor je meer mogelijkheden krijgt om het huis goed onder de aandacht te brengen.

Tot slot kan je via Facebook **statistieken bekijken** wie je hebt bereikt met de advertenties en hoe vaak deze zijn gedeeld en hoeveel likes er zijn gegenereerd. Zo kan je bepalen welke berichten wel en niet aanslaan bij de doelgroepen. Vervolgens kan je de campagne verder optimaliseren.

## 6.1 Eindeloze mogelijkheden – een stappenplan

Op Facebook heb je tal van verschillende advertentiemogelijkheden. We zouden ze allemaal kunnen gaan behandelen, maar de meeste spreken voor zich.

Je hebt kleine advertenties- en grote advertenties met of zonder afbeelding. Hiernaast kan je nog de plek kiezen waar je wilt dat de advertentie te zien zal zijn. Dit klinkt allemaal heel technisch, maar dat is het totaal niet. Volg de onderstaande stappen en je zult zien dat je binnen een paar minuten een advertentie hebt op Facebook.

### Hoe maak je een campagne aan

Let op! Je kan alleen een Facebook advertentie aanmaken als je een eigen promotie pagina hebt aangemaakt. Dit is één van de grootste voordelen van je eigen Facebook promotie pagina. We hebben een stappenplan voor je gemaakt.

### Stap 1. Twee verschillende advertentievormen

Je hebt twee verschillende doelen waarmee je kan gaan adverteren. Je kan ervoor zorgen dat de pagina meer likes krijgt, waardoor het bereik van de berichten die je vervolgens op de tijdlijn plaatst een groter bereik hebben (gratis).

Zonder likes ziet niemand de berichten die je plaatst op de tijdlijn van de pagina. Dus vooral in het begin is het van belang om likes te genereren. Een ideale manier om meer likes te krijgen is door Facebook adverteren in te zetten (Stap 2a, de like-campagne).

De andere manier om Facebook adverteren in te zetten is door bezoekers vanaf Facebook direct door te verwijzen naar bijvoorbeeld Funda.nl, Huispromotie.nl of de website van de makelaar waarop het huis vermeldt staat (Stap 2b, de verwijs-campagne).

Let hierbij op dat je altijd direct doorverwijst naar de pagina waarop jouw huis te koop staat. Hoe je dit doet wordt stap voor stap behandeld.

### Stap 2. Advertentievormen opzetten

De twee advertentiemogelijkheden staan hieronder vermeldt. We beginnen eerst met een campagne aan te maken om meer likes te krijgen voor je promotie pagina.

#### Stap 2a. Meer Likes krijgen voor de bedrijfspagina (Like campagne)

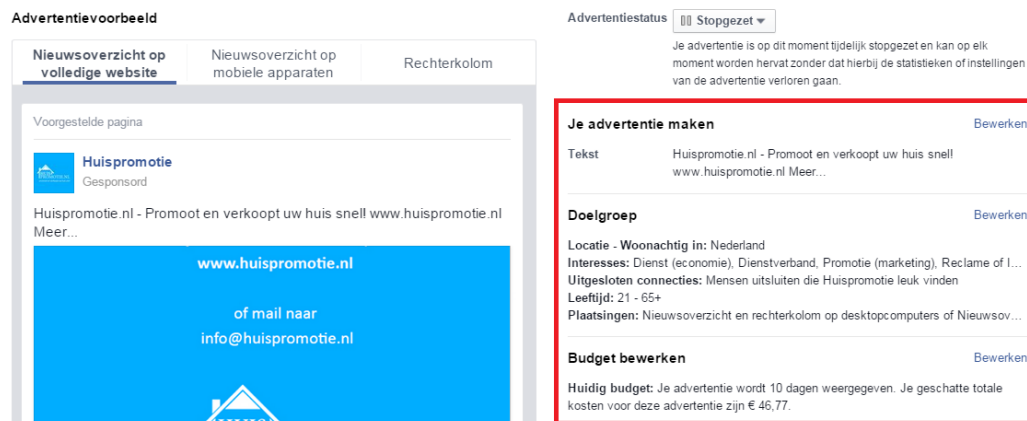
Let op, dit is een omvangrijke stap. Om een like-campagne aan te maken klik je rechtsboven op je pagina op 'Promoten' (Afbeelding 32). Vervolgens kies je voor 'Je pagina promoten'.



Afbeelding 32 - Je pagina onder de aandacht brengen doe je via 'Promoten'

Wanneer je hebt geklikt op 'Je pagina promoten', zie je de tekst verschijnen zoals in het rood omliggende tekst vak van **afbeelding 33** (het gedeelte links van het tekst vak, het advertentievoorbeeld, ziet er bij jou anders uit, afhankelijk van de opbouw van jouw pagina).

Aan de rechterkant kan je wijzigen doorvoeren door te klikken op 'Bewerken'. Aan de linkerkant zie je tegelijkertijd de veranderingen.



Afbeelding 33 - Je eigen advertentie maken op Facebook

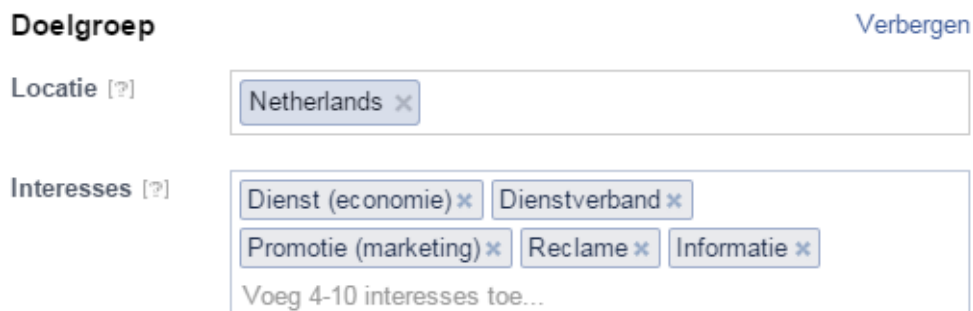
**We laten nu zien hoe je de advertentietekst kan wijzigen.**

Klik op 'Bewerken' en typ de gewenste verkooptekst in het tekstvak (Afbelding 34). Aan de linkerkant boven de afbeelding zie je tekst verschijnen. De afbeelding erboven kan wijzigen.



Afbeelding 34 - De tekst voor je advertentie bewerken

De doelgroep kan je bepalen door op 'Bewerken' te klikken achter het woord 'Doelgroep'. Je ziet dan de opties verschijnen zoals in **afbeelding 35**.



Afbeelding 35 - Verschillende doelgroep opties

Onder locatie kan je ervoor kiezen om een bepaald land in te vullen, maar je kan ook een bepaalde stad of provincie invullen. Wanneer je begint te typen achter 'Locatie', verschijnt vanzelf het gebied dat je vervolgens kan selecteren om te gebruiken.

Bij interesses kan je bepaalde interesses aangeven, waarvan je denkt dat ze passen bij de personen die jij wilt bereiken.

Wanneer je de locatie en de interesses hebt aangeven kan je eronder de gewenste leeftijd selecteren.

Het laatste onderdeel, het budget (Afbeelding 36), is erg belangrijk om goed in te stellen. Je wilt niet teveel uitgeven zonder dat je het zelf weet. Daarom stel je budget van te voren in, zodat je niet voor verassingen komt te staan.

Onder budget kan je het gewenste budget opgeven en de gewenste advertentieduur. Stel dit goed in.

**Budget bewerken** Verbergen

Budget per dag  ▼  
[?]  
 Circa 8 - 33 vind-ik-leuks per dag

Schema [?]

Deze advertentie doorlopend weergeven

Bepaal wanneer deze advertentie wordt beëindigd

Deze advertentie weergeven tot     
(Europa/Amsterdam)

Afbeelding 36 - Het instellen van het advertentiebudget

Je ziet dat we voor een budget van € 5,- per dag al 30 Likes kunnen krijgen. Je kan ook de einddatum direct instellen. Het is wel aan te raden om Facebook adverteren minimaal één maand in te zetten om zoveel mogelijk relevante potentiële kopers te bereiken.

Wanneer je alle stappen hebt doorlopen klik je op 'Wijzigingen opslaan'. De advertentie zal dan worden gekeurd door Facebook. Vaak staat de campagne al binnen een paar minuten online.

**Stap 2b. Bezoekers direct doorverwijzen naar het huis (Verwijs-campagne)**

De bezoekers direct doorverwijzen naar het huis is de andere manier om Facebook adverteren in te zetten. Dit is een zeer doelgerichte manier van adverteren, omdat de bezoekers direct jouw huis in beeld krijgen wanneer ze op de advertentie hebben geklikt.

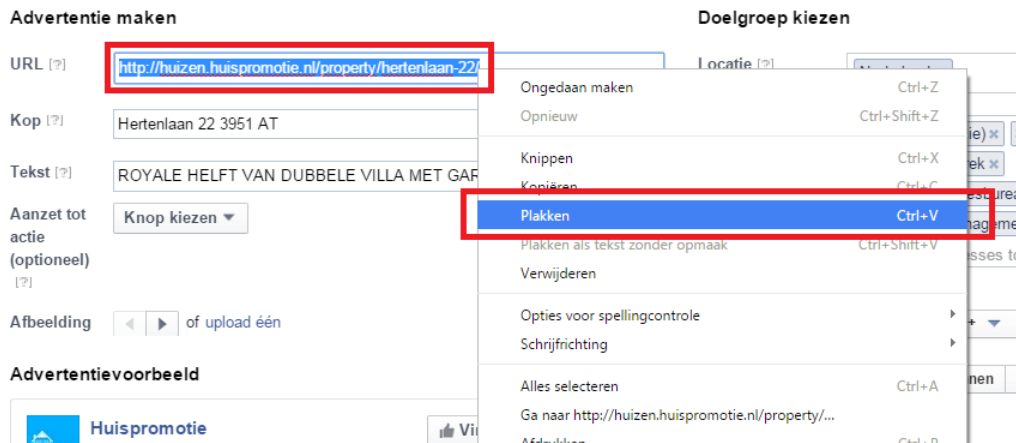
We gaan nu samen de stappen doorlopen.

Om een verwijs-campagne aan te maken klik je rechtsboven op je pagina op 'Promoten' (Afbeelding 37). Vervolgens kies je voor 'Promoot je website'.



Afbeelding 37 - Het aanmaken van een campagne die direct doorverwijst naar de advertentie

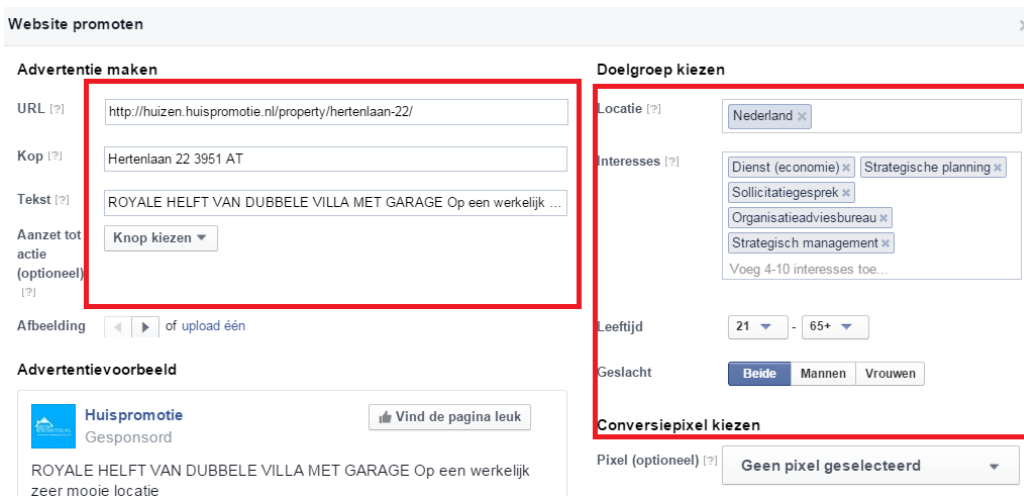




Afbeelding 40 – De juiste link naar de juiste advertentie

Wanneer je dat hebt gedaan zal Facebook direct een aantal afbeeldingen vanaf de website uploaden en een advertentietekst samenstellen. Zoals je kunt zien kan je zelf de titel aanpassen bij 'Kop' (Afbeelding 41). Ook kun je de advertentietekst bij 'Tekst' wijzigen. Beide kan aan de linkerkant van het beeld.

Aan de rechterkant kan je de locaties selecteren waarvan je denkt waar de kopers zich bevinden. Ook de interesses en de leeftijd selecteer je aan de rechterkant.



Afbeelding 41 - Titel en tekst aanpassen van de advertentie

Als je deze stappen hebt doorlopen scroll je verder naar beneden voor het instellen van het budget.

### Het instellen van je budget

Het laatste onderdeel, het budget, is erg belangrijk om goed in te stellen (Afbeelding 42). Je wilt niet teveel uitgeven zonder dat je het zelf weet. Daarom stel je budget van tevoren in, zodat je niet voor verassingen komt te staan.



The image shows a Facebook advertisement for a house sale. On the left, the ad content includes the text 'Te Koop in Utrecht € 439.000' and a photo of a large house. On the right, the 'Budget kiezen' (Choose budget) settings are highlighted with a red box. The settings include: 'Budget per dag' (Budget per day) set to € 5,00, 'Schema' (Schedule) set to 'Bepaal wanneer deze advertentie wordt beëindigd' (Specify when this advertisement ends), and a duration of 7 days selected. The location is set to '4-6-2015 (Europa/Amsterdam)'.

Afbeelding 42 - Het instellen van je budget

Onder budget kan je het gewenste budget opgeven en de gewenste advertentieduur. Stel dit goed in. Je ziet dat we voor een budget van € 5,- per dag al 40 klikken naar het huis kunnen krijgen. Je kan ook de einddatum direct instellen.

Het is wel aan te raden om Facebook adverteren minimaal één maand in te zetten om zoveel mogelijk relevante potentiële kopers te bereiken.

Wanneer je alle stappen hebt doorlopen klik je op 'Promoten'. Vervolgens krijg je een nieuw scherm te zien waarin je dient af te rekenen. Als je dit proces hebt doorlopen zal de advertentie worden gekeurd door Facebook. Vaak staat de campagne al binnen een paar minuten online.

## 6.2 Tips voor het maken van een goede advertentie

### **Link de advertentie direct naar het huis**

Het direct doorlinken kan naar Funda.nl zijn waarop je huis staat vermeldt, of de website van je makelaar of de URL van Huispromotie.nl waarop je huis staat vermeldt.

### **Maak een krachtige advertentietekst**

Vermeldt direct de belangrijkste eigenschappen van het huis. Wat zijn de bijzonderheden die potentiële kopers interessant vinden? Vermeldt deze direct in de advertentietekst.

### **Vermeldt de vraagprijs in de advertentietekst**

Het is van belang dat je de vraagprijs direct vermeldt in de advertentietekst. Op deze manier zorg je ervoor dat alleen geïnteresseerde gaan klikken. Je rekent af per klik, dus je wilt zoveel mogelijk voorkomen dat mensen klikken die niet de intentie hebben om te kopen.

### **Zorg voor kwalitatieve foto's**

Een foto wordt gemiddeld slechts twee seconden bekeken. Bevalt deze niet, dan is een potentiële koper met één muisklik afgehaakt. Goede foto's zijn dan ook een must. Vooral de eerste drie foto's moeten pakkend zijn. Zorg voor een goede belichting, zodat alle ruimtes optimaal tot hun recht komen. Het licht is het mooist ongeveer twee uur na zonsopgang en twee uur voor zonsondergang. Uiteraard moeten de foto's ook haarscherp zijn.

### **Advertenties onderhouden**

Het is niet de bedoeling dat je de advertenties één keer aanmaakt en er dan niet meer mee bezig gaat. Het is een kwestie van door optimaliseren. Nadat je de advertenties hebt aangemaakt kan je de resultaten op de volgende manier bekijken en onderhouden.

Klik op 'Promoten' en vervolgens op 'Ga naar Advertentiebeheer' (Afbeelding 43).



Afbeelding 43 - Naar advertentiebeheer om je advertenties te onderhouden

Als je naar advertentiebeheer gaat zie je het volgende scherm (Afbeelding 44).

Startpagina      Campagne

Alle campagnes ▶ [26-5-2015] Huispromotie promoten Advertentie in campagne maken

STATUS	LEVERING	DOELSTELLING	PLANNING	VANDAAG UITGEGEVEN	UITGEGEVEN GEDURENDE LOOPTIJD
<span>ON</span>	Niet actief	Pagina-vind-ik-leuks	26 mei 2015 – 5 juni 2015 15:29 0:00	€ 0,00	€ 0,00

PAGINA-VIND-IK-LEUKS ?	BEREIK ?	FREQUENTIE ?	TOTAAL BESTEED ?	GEM. KOSTEN PER PAGINA-VIND-IK-LEUK ?	26 mei 2015 - 4 december 2015 ▼
0	0	--	€ 0,00	--	

— Pagina-vind-ik-leuks

Afbeelding 44 - De prestaties van je advertenties bekijken

In het beginscherm kan je direct zien hoeveel bereik de campagne heeft, hoeveel budget je hebt uitgegeven en de gemiddelde kosten per klik.

Het is van belang dat je meerdere advertenties gaat aanmaken binnen een campagne. Je hebt in **hoofdstuk 1.2** de verschillende doelgroepen gemaakt. Deze doelgroepen ga je nu gebruiken. Je gaat verschillende advertenties aanmaken voor verschillende doelgroepen.

- Welke personen zouden het huis kunnen kopen?
- In welke gebieden wonen deze personen?
- Hoe oud zijn de geschikte kopers?
- Wat zijn de interesses van deze personen?
- Wat kan je vertellen over je huis?

### Maak verschillende segmenten

Op basis van leeftijd. Bijvoorbeeld

- 21- tot en met 26 jaar
- 27- tot en met 33 jaar
- 34- tot en met 40 jaar
- 41- tot en met 47 jaar

Het is afhankelijk van wat voor huis je verkoopt welke leeftijdscategorieën je gaat selecteren. Je kan ook segmenten maken op basis van man/vrouw en een campagne maken voor beide.

### Het voordeel van het maken van verschillende advertentiegroepen/segmenten

Hieronder zie je een praktijk voorbeeld van de voordelen als je meerdere advertentiegroepen aanmaakt (Afbeelding 45).

Advertentie ?	Levering ?	Resultaten ?	Kosten ?	Bereik ?	Frequentie ?	Klikken ?
huizen.huispromotie.nl/ - Websiteklikken - Afbeelding 2	● Niet weergegeven Campagne is uitgeschakeld	3 Websiteklikken	€ 0,07 Per Klik voor website	897	1,29	3
huizen.huispromotie.nl/ - Websiteklikken - Afbeelding 3	● Niet weergegeven Campagne is uitgeschakeld	6 Websiteklikken	€ 0,15 Per Klik voor website	989	1,23	8
huizen.huispromotie.nl/ - Websiteklikken - Afbeelding 1	● Niet weergegeven Campagne is uitgeschakeld	128 Websiteklikken	€ 0,08 Per Klik voor website	2.918	1,10	148

Afbeelding 45 - Advertenties met elkaar vergelijken en de beste er uit pikken

We hebben bij de bovenstaande advertenties precies dezelfde mensen getarget, alleen met een andere afbeelding. Je ziet dat resultaten alleen hierdoor al sterk met elkaar verschillen.

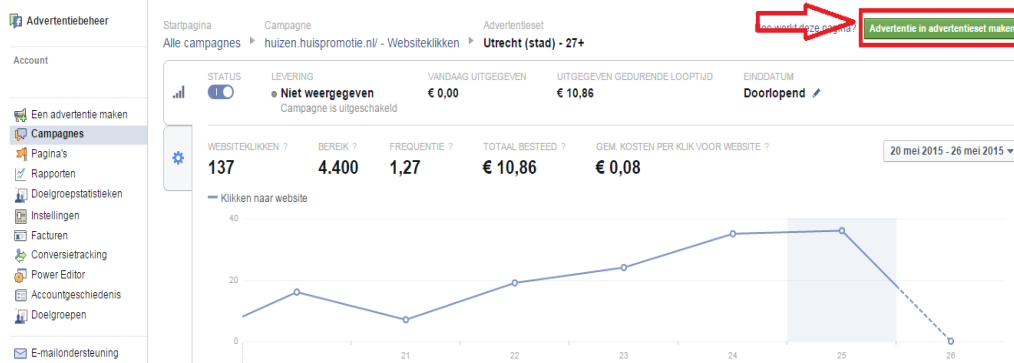
Zo is de advertentie waarin afbeelding drie wordt gebruikt twee keer zo duur als de andere twee advertenties. Deze advertentie gaan we dus stopzetten. Test je advertenties en zorg voor een zo laag mogelijke klikprijs. Op deze manier bereik je meer relevante personen met hetzelfde budget.

### Maak dezelfde advertentieteksten, maar gebruik verschillende afbeeldingen

Wanneer je al een advertentie hebt aangemaakt is het heel makkelijk om een variant op deze advertentie te maken, om bijvoorbeeld te testen met een andere afbeelding. Je wilt testen om te zien welke advertentie de meeste kliks opleverd tegen de laagste prijs. We laten hieronder zien hoe je dat kan doen.

Klik op 'Promoten' en vervolgens op 'Ga naar Advertentiebeheer' (Zie ook **afbeelding 43**).

Wanneer je in Advertentiebeheer bent zie je een scherm (afbeelding 46) waarin je in het linker scherm 'Campagnes' selecteert. Vervolgens klik je rechtsboven op 'Advertentie in advertentieset maken'.



Afbeelding 46 - Eerst navigeer je naar 'Campagnes' om vervolgens op de groene knop te klikken

Wanneer je dat hebt gedaan zie je dat de advertentie die dan aangemaakt is geheel gelijk is aan de andere advertentie die je eerder gemaakt hebt in deze campagne.

Op deze manier hoef je niet steeds alles opnieuw in te voeren, maar kan je binnen een paar minuten meerdere advertenties aanmaken met kleine verschillen per advertentie. Op deze manier kan je veel verschillende advertenties gaan meten én optimaliseren.

## 6.3 Inzicht in je Facebook advertentieresultaten

Alle tijd en moeite die in Facebook activiteiten wordt gestopt is leuk, maar het draait uiteindelijk om het boeken van resultaat. Resultaten doormeten is echt van belang om je huis sneller te verkopen. Het is belangrijk om te meten, anders besteedt je wellicht veel tijd en geld aan de verkeerde berichtgeving.

Een aantal punten die van belang zijn om te meten zijn:

### Bereik

Wie bereik je met de berichten en groeit dit aantal? Bekijk per maand hoeveel personen er worden bereikt en of dit aansluit bij de gewenste doelgroepen. Zo kunt u bekijken of dit aantal groeit en welke berichten populair zijn.

### Engagement

Hoe betrokken zijn de personen die worden bereikt? Bekijk hoe vaak de berichten worden gelezen, gedeeld en hoe vaak er wordt gereageerd.

### Traffic

Hoeveel bezoekers komen via Facebook op de website waarop het huis staat vermeld is een belangrijk meetpunt. Wanneer je gebruikt maakt van diensten van Huispromotie.nl is dit inzichtelijk. Bij websites zoals Funda.nl zijn deze gegevens vaak niet in te zien.

Facebook daarentegen heeft een beheerdersysteem waarmee je statistieken kunt bekijken. In onderstaand voorbeeld kun je de cijfers van een Facebook pagina zien. De onderstaande berichten zijn gepubliceerd op een bedrijfspagina (gratis).

Je ziet dat een aantal berichten het heel goed doen. Je kan er vervolgens voor kiezen om de meest populaire berichten te gaan promoten. Dit doe je door achter het bericht te klikken op 'Bericht promoten' (Afbeelding 47).

Gepubliceerd	Bericht	Type	Doelgroep	Bereik	Betrokkenheid	Promoten
19-9-2014 16:52	 Uploads vanaf je telefoon			1,5K 	46 88 	<a href="#">Bericht promoten</a>
14-9-2014 21:21	 De Gulden Leeuw			2K 	274 79 	<a href="#">Bericht promoten</a>
11-9-2014 23:46	 Bedankt voor deze mooie plaatjes! Mocht je zelf ook nog leuke foto's hebben stuur ze dan			2,2K 	233 85 	<a href="#">Bericht promoten</a>
11-9-2014 7:48	 Hij heeft een stukje geschiedenis in handen..			1,8K 	72 90 	<a href="#">Bericht promoten</a>
10-9-2014 19:13	 Bedankt voor de inzendingen! Like en deel onze Facebookpagina Delfsail 2016			3K 	351 154 	<a href="#">Bericht promoten</a>

Afbeelding 47 - Het beste bericht ga je nog meer promoten

Wanneer je op 'Bericht promoten' hebt geklikt wordt **afbeelding 48** zichtbaar:



Afbeelding 48 – Aan wie ga je je bericht promoten?

Aan de rechterkant onder doelgroep heb je drie verschillende keuzes. Je kan een bericht laten zien aan de mensen je pagina al hebben geliked.

Of je laat het bericht zien aan de mensen die je pagina hebben geliked én aan de vrienden van deze personen. Het voordeel hiervan is dat vrienden vaak dezelfde interesses en inkomen hebben én bij elkaar in de buurt wonen.

Op deze manier zit je weer heel dicht bij de doelgroep.

En de derde manier is dat je personen gaat bereiken die je pagina nog niet hebben geliked. Bij deze advertentievorm kan je weer op bepaalde aspecten, zoals leeftijd interesses etc. adverteren. Aan de rechterkant zie je de advertentie instellingen. Let op dat je het budget goed instelt.

### Samenvatting Facebook adverteren

Facebook is het **grootste sociale netwerk** ter wereld. Het netwerk heeft meer dan 1 miljard gebruikers over de hele wereld, waarvan ongeveer 9 miljoen Nederlandse gebruikers.

Wil je dus heel gericht doelgroepen bereiken? Adverteer dan op Facebook.

Verder is adverteren op Facebook ook ontzettend handig, je kunt namelijk instellen dat je advertentie alleen bij een specifieke doelgroep terechtkomt. Met het speciale programma 'Facebook Ads' kan je op basis van verschillende criteria advertenties vertonen bij de gewenste doelgroep. Het gaat om criteria als leeftijd, geslacht en regio, maar ook om interesses, activiteiten en profielkenmerken.

Ook is het een voordeel dat via Facebook de advertenties **zowel tekst als beeld** kunnen bevatten, waardoor je meer mogelijkheden krijgt om het huis goed onder de aandacht te brengen. Tot slot kan je via Facebook **statistieken bekijken** wie je hebt bereikt met de advertenties en hoe vaak deze zijn gedeeld en hoeveel likes er zijn gegenereerd. Zo kan je bepalen welke berichten wel en niet aanslaan bij de doelgroepen. Vervolgens kan je de campagne verder optimaliseren.

Je hebt twee verschillende doelen waarvoor je kan gaan adverteren. Je kan ervoor zorgen dat de pagina meer Likes krijgt met een like-campagne, waardoor het bereik van de berichten die je vervolgens op de tijdlijn plaatst een groter bereik hebben (gratis).

Zonder Likes ziet niemand de berichten die je plaatst op de tijdlijn. De andere manier om Facebook adverteren in te zetten is door bezoekers vanaf Facebook direct door te verwijzen naar bijvoorbeeld Funda, huispromotie of de website van de makelaar waarop het huis vermeldt staat, de verwijs-campagne. Let hierbij op dat je altijd direct doorverwijst naar de pagina waarop jouw huis te koop staat.



## 7. Bonus: De juiste combinatie is goud waard

Facebook heeft ongekende mogelijkheden zoals je hebt kunnen lezen. Je kunt veel doen met teksten en afbeeldingen. Maar je kunt dit nog verder uitbreiden met bewegende beelden; laat een filmpje zien. Je kunt heel eenvoudig jezelf opnemen en wat vertellen over je huis.

Natuurlijk zul je hiervoor een drempel over moeten als je nog nooit zelf een filmpje hebt opgenomen. Maar degene die jouw huis gaat kopen koopt niet alleen met zijn verstand, maar grotendeels (zo niet merendeels) met zijn gevoel.

Het is daarom aan te bevelen hierop in te springen door de potentiële koper het huis te laten beleven. En wij zijn er van overtuigd dat belevenis op afstand het beste tot zijn recht komt met een filmpje in vergelijking met afbeeldingen en tekst.

Het mooie is dat tegenwoordig iedereen wel een camera op zijn of haar smartphone heeft zitten. De belangrijkste aspecten bij het opnemen van een filmpje zijn de volgende:

### 1. Niet te lang

Maak je video niet te lang. 40-60 seconden is het maximale voor je eerste filmpje. Start klein. Uitbouwen/langere films maken kun je altijd nog. Eerst wennen om in een camera te praten.

Te kort kan je filmpje nooit zijn. Al is je filmpje maar 15 seconden. Het maakt niet uit. Het gaat in het begin om de ervaring.

### 2. Eén onderwerp

Behandel één onderwerp/één doel. Betrek geen andere onderwerpen bij het onderwerp. Behandel alleen dat specifieke onderwerp.

Bijvoorbeeld behandel het antwoord op de vraag: “Waarom heb ik destijds dit huis gekocht?”.

### 3. Wees duidelijk

Wees duidelijk en to the point. Geen langdradige verhalen. De kijker wil het liefst direct het antwoord zonder veel poespas en blabla er om heen.

Bijvoorbeeld: “Waarom ik dit huis heb gekocht? Omdat ik van zwemmen hou en het zwembad letterlijk om de hoek ligt”.

### 4. Voordelen benoemen

Benoem ten minste één voordeel (mogen er ook meerdere zijn, maar let wel op de tijd):

Bijvoorbeeld: "Doordat het zwembad om de hoek is, is de drempel erg laag om er even naar toe te gaan. Ik vind het heerlijk om zo makkelijk lekker fit en gezond te kunnen blijven."

### **5. Waardevolle informatie**

Geef waardevolle informatie. Vergeet daarbij niet dat alle weetjes over je huis waardevol zijn voor een koper.

### **6. Hou het simpel**

Hou het simpel en wees niet te kritisch. Maak het niet moeilijker dan nodig en leg de "perfectiedrempel" niet (te) hoog. Het gaat altijd om de inhoud!

### **7. Wees je zelf**

Doe jezelf niet anders voor als wie je bent. Puur natuur dus, maar zorg er wel voor dat je spontaan en energiek overkomt. Zet een lach op. Raap alles bij elkaar en geef jezelf voor 110%. Een positieve en energieke video zorgt er voor dat de kijkers langer blijven kijken. Daarnaast maak je gelijk een goede indruk en krijg je meer vertrouwen van de kijker.

### **De hardware**

Zoals je leest gaan de meeste tips over jou en niet over het soort camera dat je moet gebruiken of over de belichting. Natuurlijk kun je hier een beetje op letten, je moet wel zichtbaar zijn op het filmpje. Maar het belangrijkste is dat je er mee start!

Het mooie van een filmpje is dat je het eenvoudig kan delen op Facebook en andere sociale media. En het is een goede afwisseling in de posts die je op Facebook plaatst naast de berichten met tekst en afbeeldingen.

### **Promotiefilm van het huis.**

Wat je ook kunt gaan doen is een promotiefilm van het huis maken. Vooral als je liever niet zelf in beeld komt is dit toch een goede oplossing om een filmpje te kunnen delen op Facebook, maar ook op andere Social Media. Daar komt nog bij dat je een dergelijk filmpje goed aan de online advertentie van je huis kunt toevoegen.

Je hebt altijd 'Open Huis' door het filmpje waarin je huis wordt gepresenteerd online te zetten. Bezoekers kunnen zo zonder afspraak binnen kijken op elk gewenst moment van de dag.

Misschien wist je het nog niet, maar op internet zijn mensen erg lui. Daar komt bij dat er altijd een groep mensen is die liever een film bekijken dan zelf door foto's te moeten scrollen. Met een promotiefilm stel je ook die mensen tevreden.

Dit zijn de voordelen van een woningfilm:

- 90% van de huizenverkopers zet dit (nog) niet in

- Je krijgt meer vertoningen op Funda.nl
- Kijkers krijgen een beter beeld van het huis
- Het is leuker om te bekijken
- Het huis valt meer op
- Het huis is ALTIJD te bezichtigen
- Het is erg simpel om zelf te verspreiden via verschillende Social Media
- Vergroot de kans op verkoop

Daar komt nog bij dat een huis mét een woningfilm hoger scoort in de zoekresultaten op Funda.nl, dan een huis zonder een woningfilm. Dit leidt automatisch tot meer (online) bezichtigingen en wellicht tot een snellere verkoop.

Het zorgt er ook voor dat kijkers een beter beeld van het huis krijgen. Een filmpje wordt over het algemeen beter bekeken dan foto's, men hoeft niet zelf door te scrollen.

### **Voice over**

Een voice over is een stem die over het filmpje heen praat. Dus als je het filmpje hebt gemonteerd op je computer zodat alle beelden mooi achter elkaar staan, in de goede volgorde en met de juiste afwisseling er in, dan kun je vervolgens iemand opnemen via je computer om iets over het huis te vertellen.

Je kunt dit natuurlijk zelf gaan inspreken. Of je het nou zelf doet of door iemand laat doen, het is belangrijk dat het een heldere stem is en diegene een goede articulatie heeft.

Hier staat een voorbeeld van een filmpje met voiceover zoals wij die gemaakt hebben:

>>> <https://youtu.be/QKK1Pvqucgl> <<<

### **Een woningfilm ingewikkeld**

We kunnen ons voorstellen dat als je zelf nog nooit een film hebt gemaakt en bewerkt hebt op een computer dat dit toch wat te lastig en te ingewikkeld is. Maar ook als je dit wel kunt, maar je er gewoonweg de tijd er niet voor hebt is de volgende optie misschien een goede keuze.

Als lezer van dit boek hebben we een leuke aanbieding voor je. Je kunt dan met een fikse korting een filmpje bestellen inclusief voice over zoals je hebt kunnen zien in het voorbeeld dat we zojuist gaven.

Je hebt dan een hele leuk en onderscheidende aanvulling op de advertentie van je te koop staande woning. En misschien is het ook wel leuk om een dergelijk filmpje als aandenken van je huis te kunnen bewaren.

Klik op de volgende link om van jouw aanbidding gebruik te kunnen maken:

>>> <http://huispromotie.nl/woningfilm-speciale-aanbidding/> <<<

Of je het nou zelf doet of door ons laat doen, wij zijn er van overtuigd dat filmpjes een gouden combinatie zijn met Social Media. En ook in combinatie met de huidige advertentie van je huis zal je zeker meer kans maken op bezichtigingen en hoger scoren in de zoekfuncties van zowel Funda.nl als Google.

## 8. Bedankt!

Onze missie is om met de tips & technieken in dit boek jou te helpen je huis snel te verkopen voor de gewenste verkoopprijs. Als huisverkoper ben je hier dag en nacht mee bezig.

Want hoe langer een huis te koop staat hoe lastiger het wordt om te verkopen...

Probeer daarom zo snel mogelijk actie te ondernemen. Misschien is het lastig om alle tips toe te passen, maar ze zijn erg waardevol!

Als je zelf niet de expertise of de tijd hebt om dit te doen, dan kun je er ook voor kiezen om dit uit te besteden. Het is mogelijk om Huispromotie in te schakelen om je huis sneller te verkopen. Naast Facebook, zetten wij ook Twitter, Youtube, Google en verschillende bekende huizenwebsites in om jouw huis te promoten.

Zo bieden wij je de mogelijkheid om je huis 24 uur per dag, 7 dagen per week onder de aandacht te brengen. Er wordt doelgericht geadverteerd op de meest interessante doelgroep(en).

**Omdat we heel goed snappen dat niet iedereen het kan opbrengen om zelf met de promotie van het huis aan de slag te gaan (om wat voor reden dan ook), willen we je de gelegenheid geven om dit boek dubbel en dwars terug te verdienen met een hoge korting op één van onze pakketten van jouw keuze.**

Om jouw korting in ontvangst te kunnen nemen hoeft je alleen maar even te kijken op:

>>> <http://huispromotie.nl/pakketten-speciale-aanbieding/> <<<

### Tot slot

We hopen dat we je met dit boek hebben kunnen helpen je meer inzicht hebt gekregen in wat je kan doen om je huis sneller te verkopen.

We horen graag wat je van het boek vindt en wat je er aan hebt gehad!

Stuur dan een mailtje naar: [info@huispromotie.nl](mailto:info@huispromotie.nl)

Veel succes met de verkoop van je huis!

Team Huispromotie.nl

## Bijlage 1. Facebook begrippenlijst

### Delen

Onder iedere status update van een vriend kun je op 'Delen' klikken. Wanneer je hier op klikt zal zijn of haar status update ook op jouw profiel verschijnen. De status update wordt dus gedeeld met jouw netwerk.

Delen wordt ook gebruikt op websites en blogs. Hier staat vaak een 'Deel dit op Facebook' knop. Wanneer je hier op klikt zal de website op jouw Facebook profiel gedeeld worden.

### Liken

Liken is Engels voor 'leuk vinden'. Op Facebook kun je status updates, foto's, evenementen, advertenties, etc. leuk vinden door op de 'Vind ik leuk' te klikken. Wanneer je hier op geklikt hebt zal dit ook op jouw profiel weergegeven worden.

Op websites kom je ook vaak een 'Vind ik leuk' of 'Like' knop van Facebook tegen. Deze herken je meestal aan de blauwe duim omhoog. Door hier op te klikken wordt ook dit weergegeven op jouw profiel.

### Nieuwsoverzicht

In het nieuwsoverzicht worden alle status updates van je vrienden weergegeven. De meest actuele update staat altijd bovenaan.

### Pagina

Bedrijven, producten en applicaties (En dus ook Huispromotors) kunnen op Facebook een eigen pagina aanmaken. Deze pagina kan alleen aangemaakt worden wanneer je een persoonlijk profiel hebt. De functionaliteiten werken hetzelfde als op een persoonlijk profiel. Je kunt met een pagina alleen geen vrienden worden. Je kunt wel fan worden van een pagina door deze te liken.

### Activiteitenlogboek

Het activiteitenlogboek is een onderdeel van een persoonlijk profiel. Op dit logboek worden alle status updates van dit profiel verzameld en weergegeven.

### Profiel

Een persoonlijk profiel is alleen voor gebruik van personen. Bedrijven moeten een officiële pagina aanmaken om van Facebook gebruik te kunnen maken. Op een persoonlijk profiel kun je alle gegevens van persoon bekijken, maar ook zijn of haar prikbord met status updates, foto's en interesses bekijken.

### Tijdslijn

In de omslag kan men jouw gegevens terug vinden, wie je vrienden zijn en je interesses bekijken. Op de tijdlijn vind je jouw updates en levensgebeurtenissen terug.

### **Omslag(foto)**

De omslag is het eerste wat een andere Facebookgebruiker ziet van jouw 'Tijdlijn'. Hier kan je een foto of plaatje instellen die het beste weergeeft wie jij bent. Ook kan je in de omslag je gegevens, interesses en foto's invoeren.

### **Status update**

Met een status update kun je vertellen wat je aan het doen bent, wat je ergens van vindt of waar je bent. Dit kan door middel van tekst, een foto, een video of door bijvoorbeeld een link te delen. Meestal zullen je status updates zichtbaar zijn voor al je vrienden.

### **Toepassing**

Een toepassing is een applicatie binnen Facebook. Deze maakt gebruik van gegevens van je profiel en kan daardoor een persoonlijke gebruikerservaring creëren. De meeste toepassingen zijn spelletjes.

### **Content**

Dit zijn de berichten, foto's, artikelen en video's die op de Facebookpagina geplaatst zijn/worden. Content wordt op zowel bedrijfspagina's als persoonlijke profielen geplaatst. Content is de belangrijkste factor van een Facebook pagina. Hier reageren mensen op en zodoende vindt er interactie plaats tussen de organisatie en de consument.

### **Facebook Ads**

Facebook ads zijn advertenties op Facebook die in de kolom aan de rechterkant van een pagina worden weergegeven. Deze advertenties zijn zeer specifiek gericht op de doelgroep. Je krijgt dus alleen advertenties waar jij mogelijk in geïnteresseerd kan zijn.

### **Facebook Insights**

In Facebook is het mogelijk om de statistieken van jouw bedrijfspagina te bekijken. Op deze manier kunnen pagina eigenaren de gebruikersgroei en demografie analyseren en meten. Waarna zij beter in staat zijn om hun zwakke punten te verbeteren. Alleen de paginabeheerders kunnen de statistieken bekijken.

### **Tags/Taggen**

Hiermee kan aangegeven worden dat gebruikers of merken in een foto of bericht herkend worden. Je hangt letterlijk een "Tag" (kaartje/label) aan het gezicht van een persoon of merk.

### **Custom made URL**

Een 'custom made URL' is een Facebook pagina met een eigen naam. Een Facebook pagina met 25 "vrienden" of meer kan via <http://www.facebook.com/username/> een naam vastleggen die bij het bedrijf past. Het meest logische is dan het adres van je te promoten huis. Op deze manier zijn (potentiele) kopers makkelijk door te verwijzen naar de Facebook pagina.

Voorbeeld: <http://www.facebook.com/profile.php?id=2756755436226> wordt:

<http://www.facebook.com/huispromotie.nl>