

FACEBOOK. SOMMIGEN GRUWEN ERVAN. 'NOOIT GEBRUIKEN, DEZE SOCIAL MEDIA MOGELIJKHEID', IS WAT MAUREEN MULDER VAAK HOORT. TOCH IS HET HAAR ERVARING DAT EEN EIGEN ZAKELIJKE FACEBOOK-PAGINA WEL DEGELIJK IN JE VOORDEEL KAN WERKEN. MAUREEN SPECIALISEERT ZICH IN FACEBOOK ALS MARKETINGTOOL EN GEEFT TRAININGEN HOE JE MET BEHULP VAN FACEBOOK MEER CLIËNTEN NAAR JE INSTITUUT KUNT HALEN.

# FACEBOOK VOOR JE INSTITUUT?

46

Maureen Mulder helpt ondernemers met het vergroten van hun zichtbaarheid en het verspreiden van hun boodschap via Facebook.



Helpt Facebook om je bedrijf bij je cliënt onder de aandacht te brengen, of werkt dit medium alleen als je het inzet als advertentieplatform? Wil je dat uitzoeken, dan is het wel handig om eerst meer over Facebook af te weten. Ken je de mogelijkheden, dan kun je voor jezelf beslissen of het bij je past en of je het wilt inzetten om je bedrijf te laten groeien.

## PAGINA OF PROFIEL?

Veel mensen kennen Facebook van de foto's en verhalen die gedeeld worden onder vrienden. Bijvoorbeeld over vakantie-ervaringen of over een nieuwe baan. Die staan op je Facebook-profiel. Daar staat ook een knop 'Vriend toevoegen'. Daarmee kun je zelf je vrienden uitnodigen. Ook kun je ingaan op een vriendschapsverzoek van een ander. Al je vrienden die op Facebook zitten, kunnen zo delen in al je ervaringen die je op je profielpagina zet. Als je dat wilt. Maar 'alles' delen hoeft natuurlijk niet. Hoe gaat het in zijn werk? Maureen: "Op Facebook kun je makkelijk een profiel aanmaken. Dit Facebook-profiel is een privépagina, voor persoonlijk gebruik. Daarop kun je je berichten, gedachten en voorkeuren publiceren. Je kunt relatief eenvoudig aangeven of iedereen alles mag zien, of dat je sommige informatie voor bepaalde personen blokkeert. Of je zet er (haast) niets op, als je niet wilt dat anderen informatie over jou kunnen lezen. Alleen je naam, geboortedatum en woonplaats zijn verplicht, net als

je e-mailadres. Er gelden wel regels voor een privé-account. Zo mag je dit van Facebook niet zakelijk gebruiken. Daarvoor moet je een bedrijfspagina aanmaken. Facebook kan een persoonlijk account, dat wel zakelijk wordt gebruikt, blokkeren. En dat is vaak een ramp, want alle gegevens gaan daarmee doorgaans ook verloren." De Facebook-deskundige geeft aan dat het daarom ook voor kleine(re) ondernemers van belang is voor een eigen Facebook-pagina te kiezen. En wil je die aanmaken, dan is de aanmaak van een Facebook-profiel wel eerst noodzakelijk.

## ZAKELIJK OP FACEBOOK?

Het onderscheid tussen een zakelijke en persoonlijke pagina is iets waar sommige zelfstandigen mee in de fout zijn gegaan. Want alleen op een zakelijke Facebook-pagina kun je de gegevens van je bedrijf kwijt en niet, zoals al eerder aangegeven, op je privéprofiel. Deze zakelijke pagina is wel voor iedereen zichtbaar. Maureen bevestigt dat: "De zakelijke pagina is openbaar en vergroot daarmee de zichtbaarheid van jouw bedrijf op internet. Ook kunnen de grote zoekmachines, zoals Google, makkelijker informatie over jouw bedrijf vinden. En als je regelmatig berichten plaatst op je zakelijke Facebook-pagina, dan is de kans groter dat je hoger op de lijst van zoekresultaten verschijnt." Een Facebook-pagina maak je om nieuwe klanten aan te trekken en om actief met je cliëntenbestand te communiceren. Zo kun je bedrijfsinformatie delen en laten weten wanneer je weer een actie hebt. Het is volgens Maureen beter om op je Facebook-pagina waarde te bieden, dat wil zeggen kennis te delen. Maureen: "Alleen maar reclame plaatsen is voor de volgers van je pagina vaak minder interessant. Volgers willen jou en je bedrijf beter leren kennen. En pas als ze je daardoor gaan vertrouwen, zullen ze tot aankoop overgaan."

## LIKEN

'Liken' wil niets anders zeggen dan het 'leuk vinden' van een pagina. Volgers hebben je Facebook-pagina 'geliked'. Facebook zei in 2014 hierover: 'Als je als persoon aangeeft dat je een pagina leuk vindt, maak je een connectie met die pagina. Hierdoor verschijnt de pagina op de tijdlijn (een chronologische verzameling van onder andere foto's en berichten) van je privépagina en word je op de zakelijke pagina weergegeven als persoon die die pagina leuk vindt.' Hierdoor kun je via Facebook je naamsbekendheid, band en loyaliteit met de personen die je pagina hebben geliked vergroten. Mensen die je Facebook-bedrijfspagina liken, worden ook wel Facebook-



Het boek helpt je te ontdekken hoe je Facebook zakelijk kunt inzetten voor je bedrijf. Dit boek is gratis te downloaden via [www.faceonline.nl](http://www.faceonline.nl).

fans genoemd. Een echte fan is iemand die al een tijd trouw is aan jouw instituut of je merk en daarom ook fan is geworden op Facebook. Deze fan heeft voor jou mediawaarde. Zulke fans liken en reageren op (bijna) elk Facebook-bericht. Daarnaast zijn er fans die jouw naam of bedrijf een keer hebben gehoord, of een leuk Facebook-bericht van jou hebben gezien en je Facebook-pagina gaan volgen om meer van zulke berichten te ontvangen om jou en je bedrijf beter te leren kennen. Maureen: "Maar toch kun je niet zeggen dat een fan ook meteen een klant is. Wel is het zo dat hoe meer likes je hebt, hoe sterker je merk oogt. Bovendien dalen je kosten die je aan marketing moet besteden, omdat je met jouw zakelijke pagina snel en makkelijk je potentiële klanten kunt bereiken."

## REGELS

Er zijn veel regels waar je je op Facebook aan moet houden. Zo ook om gebruikers via Facebook te laten deelnemen aan een winactie. Maureen: "Je mag wel zeggen 'Like dit bericht en win'. Ook mag je vragen om op een bericht te reageren om 'kans te maken op...'. Maar je mag juist niet vragen om het bericht te delen en dan 'kans te maken op...'. Ook mag je niet vragen om de Facebook-pagina te liken als voorwaarde voor je winactie. Het klopt dat dit juist de winacties zijn die je nog steeds vaak ziet. Dit is echter tegen de Facebook-regels en die Facebook-pagina loopt daarmee gevaar om geblokkeerd te worden." Of Facebook voor jouw bedrijf een rol kan spelen, kun je alleen ervaren door het uit te proberen. Wel is het zaak om te onthouden dat je je bij een zakelijk gebruik

"FACEBOOK IS IN 2004 OPGEZET ALS EEN SOCIALE NETWERKSITE VOOR STUDENTEN. INMIDDELS ZIJN ER MILJOENEN GEBRUIKERS OP FACEBOOK ACTIEF. OM JE EEN IDEE TE GEVEN: OP 31 MAART 2015 HAD FACEBOOK WERELDWIJD 1,44 MILJARD GEBRUIKERS, WAARVAN 936 MILJOEN DAGELIJKS. DAARDOOR IS HET EEN VAN DE MEEST POPULAIRE INTERNETSITES IN DE GESCHIEDENIS", ALDUS MAUREEN MULDER, FACEBOOK MARKETING SPECIALIST. HET GEBRUIK VAN FACEBOOK IN NEDERLAND GROEIT NOG ALTIJD DOOR. IN 2014 MAAKTEN 9,4 MILJOEN NEDERLANDERS GEBRUIK VAN FACEBOOK. DAT IS VIJF PROCENT MEER DAN IN 2013. EN HET DAGELIJKS GEBRUIK IS IN 2014 MET NEGEN PROCENT TOEGENOMEN (IN VERGELIJKING TOT 2013) TOT 6,6 MILJOEN GEBRUIKERS. (BRON: WWW.MARKETINGFACTS.NL)

van Facebook goed moet verdiepen in de ins en outs van het sociale netwerk. Daarnaast veranderen de mogelijkheden en regels van Facebook regelmatig. Een van de zaken die is aangepast, is het aantal mensen dat melding krijgt van een nieuw geplaatst bericht. In sommige gevallen blijkt dat nog geen 30 procent van je fans dat te zien krijgt in hun Facebook-berichtenstroom (tijdlijn). Wil je meer effect hebben van je berichten of acties op je zakelijke Facebook-pagina, dan zul je moeten gaan adverteren. Hierover lees je meer in een volgend nummer.

## THALION: DE RIJKDOM VAN DE OCEAAN

In Bretagne bevinden zich de laboratoria van Thalion. Sinds haar ontstaan leeft THALION in het hart van de natuur, de zee en de algen. Hier, in Iroise Zee in het midden van een beschermd natuurgebied oogsten "Les Laboratoires Thalion" een rijke verscheidenheid aan algen, die binnen 24 uur verwerkt worden tot natuurlijke, zeer effectieve grondstoffen, waarmee echte schoonheids- en welzijnselxirs worden gecreëerd. Thalion is het enige cosmeticamerk dat zelf het volledige beheer over de kwaliteit van de algen als grondstof heeft, van oogst met eigen schepen tot de verwerking in zeer effectieve producten in een supermodern laboratorium. Deze unieke know-how stelt Thalion in staat om de weldaden van de zee over te brengen in effectieve behandelingen voor de schoonheidsspecialist.

Alle verzorgende producten van Thalion zijn echte concentraten van de oceaan, die een uitzonderlijke affiniteit hebben met de huid. Het gamma professionele behandelingen voor lichaam en gezicht kent meer dan 30 specifieke verzorgingsprotocollen, die speciaal ontwikkeld zijn voor schoonheidsinstituten, thalassocentra en Spa's. Ze bevatten hoge concentraties aan mariene werkstoffen, die bijzonder doeltreffend zijn en tot uitzonderlijke resultaten leiden. Duik in het hart van de zee en ga terug naar de bron van het welzijn. Ontdek ook de unieke mogelijkheden die Thalion uw instituut kan bieden. Ga naar onze website en vraag het uitgebreide gratis informatiepakket aan of meld u aan voor een van de gratis informatiedagen.

**THALION**  
Beauty from the heart of seaweeds



[www.thalion.nl](http://www.thalion.nl)