

Sociale netwerken - de nieuwe digitale trend

Traditionele marketing en PR is grond aan het verliezen. Kopers hebben het allemaal al eens gezien en gehoord; nu nog beter, mooier, sneller, goedkoper... Ze kennen de motieven van verkopers en zijn te vaak teleurgesteld. Maar men is niet minder gaan kopen, integendeel. Wie vertrouwt men dan wel? De eindgebruiker vertrouwt eigenlijk alleen nog maar andere eindgebruikers en met de komst van het internet is daarmee een oud begrip belangrijker geworden: mond-tot-mondreclame, alleen dan in een 'digitale' jas.

De aanbeveling of kritiek van andere gebruikers is enorm belangrijk bij de keuze van aankopen. Het neemt op vrijwel alle sociale digitale platformen een centrale plaats in. Recensies, waarderingcijfers, sterren, duim omhoog of omlaag, aanbevelingen, lees ook dit artikel, bekijk ook deze website... Mening en ervaringen uitwisselen via sociale netwerken is leidend. Huidige kopers betalen niet graag teveel voor iets en hebben overal een mening over. Niet voor niets staan vergelijkingswebsites bovenaan in de top 10 van meeste gebruikte internettoepassingen. Over de hele wereld is het oordelen, beoordelen, vergelijken en aanbevelen de kern van sociale netwerken.

De verkopende kant, de bedrijven, doen er ook goed aan een plek te verwerven in het hart van de sociale interactie, zodat je enerzijds positieve meningen kunt versterken en anderzijds de schadelijke gevolgen van negatieve reacties kunt beperken. Of het nu gaat om je rol als leverancier, instelling, ketenpartner of werkgever.

Welke sociale netwerken en digitale toepassingen zijn er momenteel voor handen:

1. Digitaal sociaal netwerk

Een digitaal sociaal netwerk is een website of webpagina waar mensen contacten kunnen leggen, op basis van een profiel. Een sociaal netwerk is bijzonder geschikt om relaties te onderhouden met andere ondernemers of klanten; werving en selectie; kennis te delen; service; profilering; adverteren. Een sociaal netwerk heeft een groot bereik en kan zich vlot uitbreiden.

Zakelijke sociale netwerkwebsites zijn:

www.linkedin.com
www.facebook.com
www.twitter.com
www.mindz.com
www.plaxo.com
www.xing.com

(Voorbeelden voor particulieren: www.hyves.nl, www.facebook.nl, www.myspace.com)

2. Blog

Een Blog is een soort dagboek op internet waarin je artikelen plaatst over ontwikkelingen en actualiteiten die je interessant vindt om met anderen te delen. Het grote verschil met een forum is dat de artikelen op een blog van een of enkele auteurs komen en een forum verwacht input van groepen mensen. Je kunt een blog zakelijk inzetten op je eigen website om ervaringen met anderen te delen over ondernemerschap, producten, markten of sectoren. Evaluaties van producten, tips en trucs of nieuwtjes op de markt.

3. Forum

Een forum is een online discussieplatform. Op een forum kun je berichten plaatsen waar anderen op kunnen reageren. De forumpagina wordt veelal ingericht als een soort startpagina met een aantal hoofdcategorieën met relevante onderwerpen, stellingen en vragen. Daarbinnen kunnen dan discussies ontstaan door en met forumleden. Deze discussies worden in goede banen geleid door zogenaamde 'moderators'. Een goede moderator jaagt op de juiste momenten discussies aan, combineert of sluit discussies. Een forum kan handig zijn voor specifieke beroepsgroepen of thema's zoals maatschappelijk verantwoord ondernemen.

4. Microblog

Een microblog is vergelijkbaar met een gewone blog met als belangrijkste verschil de grootte van de berichten. Microblogberichten bestaan uit losse zinnen, quotes, foto's, video's en verwijzingen naar webpagina's. Een microblog kan ingezet worden als een actueel informatiekanaal om geïnteresseerden op de hoogte te houden van de nieuwtjes over jezelf, het bedrijf, producten of de markt. Door anderen te 'volgen' blijf je op de hoogte van de personen en onderwerpen die jou interesseren. Beschouw microbloggen als het scannen van krantenkoppen met daarbij de verwijzing naar de afzender, het hele artikel, de foto, video of website. Berichten die je interessant vindt om te delen kun je direct verspreiden onder de mensen die jou 'volgen'. De snelheid en het gemak om de korte berichten online te verspreiden binnen sociale netwerken verklaart de kracht van deze digitale olievlek. Grootste voorbeeld is www.twitter.com.

5. Chatten

Chatten is het voeren van een gesprek door het over en weer typen van tekst tussen twee of meer gebruikers. De getypte tekst komt vrijwel meteen op het scherm van de gesprekspartner. Het verschil met e-mail is dat bij chatten een geschreven gesprek op gang komt, terwijl bij e-mail monologen worden uitgewisseld. Hoewel chat in eerste instantie gebruikt werd in de privésfeer wordt het steeds meer ingezet als professioneel communicatiekanaal. Te denken aan Helpdeskmedewerkers die chatten met eindgebruikers; Medewerkers onderling op verschillende locaties; medewerkers zien direct of de ander beschikbaar is en kunnen in een chat met elkaar gegevens uitwisselen zonder de omgeving te storen. In tegenstelling tot een telefoongesprek kunnen ook direct documenten, afbeeldingen en online bronnen doorgestuurd worden om mee te nemen in de discussie.; Groepsmeetings; chat in combinatie met beeld en geluid (bijvoorbeeld Skype) vervangt in veel gevallen de fysieke groepsmeeting. Minder vaak de auto of trein in en sneller schakelen met het team want ook korte meetings van een kwartier zijn zo opgezet en kosten geen reistijd meer. Zelfs notuleren wordt vereenvoudigd doordat alle relevante informatie via de chat centraal behandeld en digitaal opgeslagen kan worden.

6. Social Bookmarking

Social bookmarking is het gestructureerd aanmaken van digitale ezelsoren voor interessante webpagina's die vervolgens met anderen digitaal gedeeld kunnen worden. Op het internet vind je miljarden pagina's met informatie. Via zoekmachines, doorklikken, tips en verwijzingen van anderen kom je op pagina's die je relevant vindt om te bewaren. De traditionele manier is om deze pagina op te slaan in de favorieten van je browser. Het grote nadeel is dat alleen de persoon achter die specifieke computer via de favorieten weer toegang krijgt tot deze informatie. Niet handig. Met social bookmarking kun je relevante webpagina's opslaan zodat iedereen via zijn/haar online computer deze 'digitale ezelsoren' terug kan vinden en kan delen. Naarmate er meer artikelen op deze manier verzameld

worden kun je dossiers aanmaken rondom thema's, sectoren of afdelingen en deze delen als extra dienstverlening met relaties.

7. Social video sharing portals

De snelle internetverbindingen waarover zowel particulieren als bedrijven beschikken maken het mogelijk om steeds grotere mediabestanden zoals foto's, audio en video's online met elkaar te delen. Mensen zijn in toenemende mate minder tekstueel ingesteld. Lange stukken tekst kunnen over het algemeen vervangen worden door meer aansprekende audio en visuele vormen van communicatie. Daarnaast zijn er veel online platformen ingericht om geluid en beeldmateriaal te kunnen delen met anderen. Belangrijk voorbeeld is www.youtube.com

8. RSS feeds

RSS staat voor Really Simple Syndication, en maakt het voor gebruikers heel eenvoudig om meerdere digitale informatiebronnen op een centrale plek te ontvangen waarbij automatisch de meest recente artikelen voor je worden opgehaald. Je verliest geen tijd meer met het bezoeken van alle individuele informatiebronnen op zoek naar nieuwtjes.

De centrale plek waar je de nieuwe berichten binnenkrijgt wordt een RSS-lezer (reader) genoemd. Veel RSS-lezers kunnen de berichten, eenmaal opgehaald, ook lokaal bewaren zodat je ze kan lezen, zelfs als je geen internet verbinding hebt. Het RSS-abonnement op de informatiebron die je toe wilt voegen wordt een RSS-feed genoemd. RSS-feeds zijn bijna altijd gratis.

9. Wiki's

Een wiki is een website waarvan de inhoud gemakkelijk en snel door een groep mensen aangepast kan worden. De informatie die je op een wiki vindt kan zonder programmeerkennis worden verrijkt, verbeterd en onderhouden en is zo een geschikt instrument om samen online kennis te delen. De meest bekende wiki ter wereld is de online encyclopedie Wikipedia. Maar juist de kracht van een wiki is dat zelfs met een eenvoudige computer met internetverbinding en basis computerkennis je een eigen wiki kan onderhouden of deel kan nemen aan een wiki van anderen. Een paar zakelijke toepassingen: Projectinformatie; Smoelenboek; Kennismanagement; (Een deel van) de website inrichten als wiki zodat enthousiaste gebruikers met mooie voorbeelden over het bedrijf, nieuwsfeiten en/of succesverhalen deze direct kunnen delen zonder te moeten wachten op de vakkundige webmaster.