



Communicatieadvies

Twentietoe goes Social!



Esmé Elbers
Bedrijfscommunicatie
Studentnummer: 1527549

Afstudeeropdracht
Juni 2011
Kesteren
Opdrachtgever: Janus van Binsbergen
Docentbegeleidster: Mariëlle van Gelderen

Samenvatting

Social media blijft groeien en groeien. Twentietoe moet meegroeien maar dit is nog niet het geval. De hoofdvraag van het onderzoeksrapport en het communicatieadvies: **Wat zijn de mogelijkheden voor Twentietoe om social media effectief in te zetten om de doelgroep te bereiken?**

Op deze pagina en in het uitgebreide communicatieadvies, wordt hier duidelijk antwoord op gegeven.

Er zijn tal van mogelijkheden om social media in te zetten, maar of het past bij de doelgroep is een tweede. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat de doelgroep lang niet alle social media kanalen gebruikt om online sociaal actief bezig te zijn. Daarnaast blijkt uit het onderzoeksrapport dat Facebook, Hyves en YouTube het meest populair zijn onder de huidige en de potentiële doelgroep. Twitter is een trend maar groeit langzaam onder de doelgroepen van Twentietoe en blijkt een medium voor de toekomst. Daarom adviseer ik Twentietoe om zich op korte termijn te richten op Facebook, Hyves en YouTube en op de lange termijn op Twitter. Naar de toekomst kijken is goed.

Uit het onderzoeksrapport kwam naar voren dat de doelgroep meer filmpjes, foto's, berichten en informatie over de programmering wil zien op de social media pagina's. Het is belangrijk om op deze wensen in te spelen. Verder adviseer ik om minimaal 1 keer per week iets nieuws te plaatsen op Twentietoe's sociale netwerk. Daarnaast introduceer ik Tweetdeck, een tijdsbesparende manier van het bijhouden van je sociale netwerken.

Twentietoe is een kleine organisatie en mijn advies is dan ook om zo nu en dan een kijkje te nemen bij de grotere podia. Grote podia hebben meer geld en mankracht om uit te zoeken wat populair is. Dit kan Twentietoe kneden tot een eigen manier van 'socializen'.

Het optimaliseren van de social media pagina's alleen, is niet genoeg. Om de social media pagina's van Twentietoe zo goed mogelijk te promoten kunnen er extra communicatiemiddelen worden ingezet. Een relatief goedkope maar effectieve en efficiënte manier, om de doelgroep een extra zetje te geven om te surfen naar de hyves of facebookpagina van Twentietoe, is het inzetten van een traditioneel middel; een poster. De potentiële doelgroep bereik je op school. In overleg met het RSG Lingecollege kan de poster worden opgehangen in de Aula, in een aantal gangen en uiteraard ook in het toilet. Om de huidige doelgroep te laten weten wat Twentietoe allemaal van plan is met social media adviseer ik om een nieuwsbericht te verspreiden via de social media kanalen van Twentietoe.

Om Twentietoe op weg te helpen is er een handboekje gemaakt: 'Twentietoe goes social'. In dit handboek staat per sociaal medium, dat Twentietoe gebruikt of gaat gebruiken, concreet beschreven wat er mee te doen en hoe. Daarnaast adviseer ik om duidelijke afspraken te maken wie waarvoor verantwoordelijk is en wie wat gaat doen. Gezien het tekort aan personeel en tijd adviseer ik om op zoek te gaan naar één of liever zelfs twee vrijwilligers die handig is/zijn met social media en zich daar graag voor een langere periode voor willen inzetten. Een andere mogelijkheid is een stagiaire op Hbo-niveau voor een bepaalde tijd. Het beste is als er aan social media 2 keer 3 uur per week aandacht wordt besteed. Zo kan Twentietoe met weinig mankracht en -uren toch de social media pagina's draaiende houden.

Inhoudsopgave

INLEIDING	4
1. OPTIMALISEER HYVES EN FACEBOOK EN MAAK GEBRUIK VAN YOUTUBE, TWITTER & TWEETDECK.....	5
1.1 OPTIMALISEER TWENTIETOE'S HYVES EN FACEBOOK ACCOUNT	5
1.2 HET INZETTEN VAN YOUTUBE, TWITTER & TWEETDECK	6
2. INZETTEN VAN COMMUNICATIEMIDDELEN VOOR PROMOTIE SOCIAL MEDIA	9
2.1 ZET EEN POSTER GERICHT IN OP DE DOELGROEPIN	9
2.2 VERSPREID EEN NIEUWSBERICHT OP HYVES EN FACEBOOK	10
3. KIJK NAAR DE CONCURRENTIE SPEEL IN OP DE RESULTATEN VAN DE ENQUETE	11
3.1 KIJK VAKER NAAR DE SOCIAL MEDIA VAN DOORNROOSJE, TIVOLI EN LUXOR LIVE.	11
3.2 SPEEL IN OP DE RESULTATEN VAN DE ENQUÊTE	11
4. MAAK GEBRUIK VAN HET HANDBOEK EN EEN TAAKVERDELING	13
4.1 MAAK GEBRUIK VAN HET HANDBOEKJE; TWENTIETOE GOES SOCIAL!	13
4.2 ZORG VOOR EEN GOEDE TAAKVERDELING VAN HET PERSONEEL	13
5. BEREID JE GOED VOOR OP DE UITVOERING VAN HET ADVIES IN HET NIEUWE SEIZOEN	15
5.2 WEET WAT DE UITVOERING GAAT KOSTEN.....	15
5.3 ZORG VOOR EEN GOEDE PLANNING	16
6. BRONNENLIJST	18

Inleiding

Twentietoe goes social!

Dit communicatieadvies is geschreven naar aanleiding van een freelance afstudeeropdracht voor de opleiding Bedrijfscommunicatie van de Hogeschool Utrecht. Dit advies is geschreven voor het podium Twentietoe in Tiel.

Het communicatieadvies is een uitwerking van mijn onderzoeksrapport, met daarin alle elementen die voor Twentietoe van belang zijn. De opdrachtformulering luidt als volgt:

Doel: Het schrijven van een onderzoeksrapport en communicatieadvies voor cultuurcentrum Twentietoe, dat ervoor zorgt dat Twentietoe in de toekomst op een betere manier social media kan gaan inzetten en daarmee de doelgroep beter kan bereiken.

Hoofdvraag: **Wat zijn de mogelijkheden voor Twentietoe om social media effectief in te zetten om de doelgroep te bereiken?**

Subvragen:

- Hoe maakt Twentietoe op dit moment gebruik van social media?
- Wat doet en wil de potentiële doelgroep met social media?
- Waar ligt de interesse van de potentiële doelgroep?
- Wat doet en wil de huidige doelgroep met social media?
- Waar ligt de interesse van de huidige doelgroep?
- Welke social media kan Twentietoe het beste inzetten?
- Is het gebruik van social media alleen genoeg of moeten er nog andere middelen worden ingezet?
- Hoe kan Twentietoe met weinig mankracht en uren social media draaiende houden?

De hoofdvraag en de subvragen die blauw zijn gemarkeerd worden beantwoord in dit communicatieadvies. De overige subvragen zijn beantwoord in het onderzoeksrapport.

Allereerst wordt er advies gegeven over de social media waar Twentietoe al gebruik van maakt. Daarna adviseer ik over andere mogelijkheden van social media voor Twentietoe. Vervolgens geef ik advies over de promotieacties voor de social media pagina's en de uitvoering en planning daarvan.

Esmé Elbers

Afstudeerstudente Bedrijfscommunicatie

1. Optimaliseer Hyves & Facebook en maak gebruik van YouTube, Twitter & Tweetdeck

Voor alle social media die Twentietoe in de toekomst gaat inzetten geef ik alvast één advies; zorg dat de beheerders correct Nederlands schrijven en dat er geen grammaticale spelfouten in berichten staan. Social media zijn het visitekaartje van Twentietoe, dit moet er verzorgd en netjes uitzien voor de buitenwereld.

Dit hoofdstuk beantwoordt de volgende subvragen:

- ❖ *Welke social media kan Twentietoe het beste inzetten?*

1.1 Optimaliseer Twentietoe's Hyves en Facebook account

Hyves

Uit het social media onderzoek in het onderzoeksrapport blijkt dat er te weinig met de officiële Twentietoe Hyvespagina wordt gedaan. Van de huidige doelgroep bekijkt het grootste gedeelte van de respondenten de Hyves- of Facebookpagina een aantal keer per jaar. Maar een kwart komt er nooit meer. Een social media pagina van een bedrijf moet erop gericht zijn om bezoekers op de hoogte te houden, leuke ins-en-outs te melden en de betrokkenheid te vergroten;

- ❖ Plaats polls, waar een mening over kan worden gegeven

Uit de enquête blijkt dat het bekijken van foto's één van de top 3 bezigheden is van de doelgroepen.

- ❖ Maak daarom een nieuw fotoalbum aan voor gemaakte foto's tijdens evenementen.
- ❖ Zorg er wel voor dat verouderde foto's (ouder dan 2 jaar) worden verwijderd. Laat vrienden weten wanneer je foto's gaat verwijderen, zodat ze nog de mogelijkheid hebben om de foto's op te slaan.

Zowel de potentiële als de huidige doelgroep maakt gebruik van Hyves. Uit de enquête blijkt dat een groot gedeelte elke dag of meerdere dagen per week op Hyves zitten en berichten van anderen bekijken:

- ❖ Het is daarom belangrijk om de Twentietoe Hyvespagina minimaal één keer per week na te lopen;
- ❖ Plaats ook minimaal één keer in de week een nieuw berichtje, foto of filmpje;
- ❖ Maak gebruik van het blog als je te maken hebt met lange teksten of persberichten.

Om de doelgroep te laten weten dat er in Twentietoe echt wel iets te doen is;

- ❖ stuur ongeveer één keer in de twee maanden een groepsbericht met de leukste nieuwtjes over de programmering of een filmpje. Wanneer er te vaak groepsberichten worden verstuurd, kan het als spam worden gezien.

Om problemen met betrekking tot toegang tot de eigen Hyvespagina te voorkomen:

- ❖ Maak op de pagina medebeheerders aan, zodat er meerdere personen toegang hebben tot het bewerken van de Hyvespagina.

Facebook

Een internationaal sociaal netwerk dat blijft groeien, dus belangrijk voor de toekomst! Twentietoe's Facebookpagina leeft meer dan de Hyvespagina. Zowel de potentiële als de huidige doelgroep maakt gebruik van Facebook. Uit de enquête blijkt dat een groot gedeelte van de doelgroepen elke dag of meerdere dagen per week op Facebook zit en berichten van anderen bekijkt. Twee keer per maand een berichtje plaatsen is daarom te weinig.

- ❖ Het is belangrijk om minimaal één keer per week iets nieuws te plaatsen. Bijvoorbeeld:
 - o informatie over nieuwe ontwikkelingen voor het nieuwe seizoen;

- o een foto met tekst van één van de medewerkers of vrijwilligers met bijvoorbeeld 'Kijk eens hoe goed wij bezig zijn';
- o filmpjes van bandjes die er zijn geweest of nog gaan komen.

Vrienden zijn niet voor niets vrienden geworden, juist om op de hoogte te worden gehouden.

Facebook is een belangrijke plek om informatie te delen;

- ❖ Uit de enquête blijkt dat de huidige doelgroep graag meer van de programmering met achtergrondinformatie zou willen zien. De potentiële doelgroep ziet graag foto's en filmpjes, speel hierop in!
- ❖ Maak gebruik van het kopje 'Evenementen' om nieuwe evenementen/concerten aan te maken en nodig vrienden uit om bij het evenement/concert aanwezig te zijn.
- ❖ Moedig vrienden/leden ook aan om te delen en lok dit uit met filmpjes en foto's.

Via Facebook kan je een persoonlijk bericht naar maximaal 20 vrienden versturen. Dit maakt groepsberichten via Facebook sturen lastiger.

- ❖ Er zijn onder het kopje vrienden meerdere 'lijsten' aangemaakt, met in elke lijst maximaal 20 vrienden. Dit maakt het net iets makkelijker om persoonlijke berichten te sturen.
- ❖ Zorg wel dat de lijsten worden bijgehouden, naarmate er nieuwe vrienden worden geaccepteerd.
- ❖ Stuur één keer in de twee maanden een persoonlijk bericht met de nieuwste ontwikkelingen. Bijvoorbeeld: er zijn nieuwe bands of evenementen bekend in de programmering of er is een nieuw filmpje beschikbaar etc.

Zorg dat de medewerkers die Facebook gaan bijhouden het wachtwoord weten en die ten alle tijden kunnen achterhalen.

MySpace

Er wordt vanuit Twentietoe niets met de MySpacepagina gedaan en alles wat op Myspace kan, is ook mogelijk op Hyves en Facebook.

- ❖ Een overbodig account dat, kort gezegd, het beste opgeheven kan worden.

1.2 Het inzetten van YouTube, Twitter & Tweetdeck

Er zijn tal van mogelijkheden voor bedrijven op het gebied van social media. Bij het bepalen van de gebruiksmogelijkheden voor Twentietoe moet rekening worden gehouden met de kleine bezetting van Twentietoe en het tijdgebrek van de medewerkers.

YouTube

Twentietoe heeft geen YouTube account. Maar als er gekeken wordt naar de voorkeur van voornamelijk de potentiële doelgroep adviseer ik om zo snel mogelijk een YouTube account aan te maken. Een YouTube account eindigt bij de potentiële doelgroep op een tweede plek, ver boven een Facebook account. Een groot gedeelte van beide doelgroepen maakt elke dag of meerdere keren per week gebruik van YouTube. Daarnaast is filmpjes bekijken één van de grootste bezigheden van de potentiële doelgroep op social media. Speel hierop in!

- ❖ Maak een YouTube account aan.
- ❖ Een YouTube account kan worden gelinkt aan andere social media pagina's, dus koppel YouTube aan Facebook en eventueel aan Twitter.

Wanneer een YouTube account gekoppeld is, zorgt dit ook voor meer views. Daarnaast kan er een reactie worden uitgelokt;

- ❖ Wat vinden bezoekers en vrienden van dit nieuwe filmpje vinden?

- ❖ Maak zelf een leuk filmpje en het leukste filmpje komt op de social media pagina's en website van Twentietoe!

Verder kan met de JTR Jongeren Theaterschool Filmschool in Tiel¹ nog beter worden samengewerkt.

- ❖ Er kunnen filmpjes gemaakt worden van concerten, activiteiten en zelfs repetities binnen Twentietoe. Dit is een leerschool voor de jongeren op de theater- en filmschool en resulteert in een nieuw filmpje voor op de social media pagina's van Twentietoe.

Zo laat de organisatie aan de buitenwereld zien dat Twentietoe leeft en houdt je als organisatie de aandacht van je doelgroep vast.

Als er filmpjes op YouTube staan die niet door Twentietoe zelf zijn geplaatst, zorg dan dat ze als favorieten worden toegevoegd. Zo zijn de filmpjes alsnog gelinkt aan Twentietoe.

Twitter

Twitter is hot, een trend. Maar toch nog niet erg populair onder de doelgroepen van Twentietoe. Bij beide doelgroepen eindigt Twitter op een 4^e plek. Een kwart van de doelgroepen maakt er elke dag gebruik van. Twentietoe heeft nog geen Twitter. Maar als er op de juiste manier met Tweetdeck (zie volgend kopje) wordt omgegaan, zal het onderhouden van een Twitterpagina niet veel extra tijd kosten.

Het gebruik van Twitter blijft groeien, dus ook in Tiel. Twentietoe kan Twitter in de toekomst combineren met concerten die in de zaal worden gehouden.

- ❖ Geef in de toekomst een 'Twitterconcert'.

Kijk naar het succes van Jeroen van Koningsbrugge en Dennis van der Ven die in de formatie JURK! zelf een Twitterconcert hebben georganiseerd in Paradiso Amsterdam. Zo creëer je direct contact en betrokkenheid met het publiek.

- ❖ Twentietoe heeft beschikking over zowel beamers als een podium, maak hier gebruik van.

Net als bij Hyves en Facebook kan er een beschrijving worden gegeven van je pagina.

- ❖ Benadruk in de biografie waar de Twitterpagina van Twentietoe voor wordt gebruikt. In dit geval voor 'programmering, nieuwe ontwikkelingen en Twitterconcerten.' Volgers kunnen in dit geval niet verwachten dat Twentietoe elke dag meerdere berichten zal plaatsen.

Daarnaast adviseer ik om;

Aan een twitterbericht een hashtag # te hangen. Zo kun je aangeven dat het over een bepaald onderwerp gaat en kan je, door erop te klikken, kijken wie er nog meer over praat.

Van de hashtag een promotieactie te maken voor je volgers. Bedenk zelf een prijs voor diegene die jouw hashtag het meest origineel doorplaatst. Bijvoorbeeld: 'Win een gratis toegangskaartje voor **** RT²: #Twentietoe zo origineel mogelijk!'

Niet alleen promoten, maar ook reageren op berichten van je volgers. Dat wordt gewaardeerd.

Maak een account aan op bitly.com, een url shortening service waar je elke link kan verkorten tot een kleine link. Daarnaast laat deze service je zien hoe vaak er op je link geklikt wordt.

Volg wie jou volgt! Bij wijze van bedankje dat ze Twentietoe volgen. Klik niet lukraak op volgen. Er zijn Twitteraars die zoveel mogelijk mensen (die ze niet kennen) toevoegen om zelf veel volgers te krijgen. Dit is gemakkelijk te herkennen: zelf volgen ze honderden mensen.

¹ Jongeren Theater- en Filmschool is een vierjarige naschoolse opleiding voor alle jongeren die van theater of film hun passie willen maken. <http://www.jongeren theaterschool.nl/overdejtr.html>

² Retweet; zorgen dat iemand anders jouw berichtje doorstuurt naar zijn of haar vrienden.

In het onderzoeksrapport komt naar voren dat bijna iedereen zijn of haar social media kanalen bekijkt via de computer. Ruim de helft van de huidige en de potentiële doelgroep bekijkt dit ook via een mobiel. Dit is interessant voor een medium als Twitter in combinatie met een Twitterconcert. Zonder mobieltjes kan er geen Twitterconcert worden gegeven in de toekomst.

- ❖ Ik adviseer om in eerste instantie Hyves en Facebook op orde te krijgen, omdat Twitter nog niet zo populair is onder beide doelgroepen.
- ❖ In de toekomst kan je door middel van Twitterconcerten aansporen om Twitter te gebruiken, meer dan de helft van de doelgroep heeft in ieder geval al een mobieltje waar het op kan. Dit worden er alleen maar meer.

Tweetdeck

Een uitkomst voor Twentietoe. Twentietoe beschikt namelijk over weinig personeel met weinig beschikbare werktijd. Door het gebruik van Tweetdeck kan het beschadigen van je virtuele reputatie worden voorkomen. Met Tweetdeck kan je namelijk vermeldingen over je bedrijf scannen.³

- ❖ Ik adviseer direct te reageren op klachten over bijvoorbeeld een popavond die niet verlopen is zoals deze had moeten verlopen.
- ❖ Ook adviseer ik om Facebook en Twitter eraan te koppelen. Daarnaast adviseer ik om Facebook en Twitter te koppelen aan Tweetdeck. Vervolgens kunnen berichten over alle social media pagina's met één druk op de knop worden verzonden.

Hyves kan niet aan Tweetdeck worden gekoppeld. Hyves is immers geen internationaal product. Daarom adviseer ik om Hyves aan Twitter te koppelen. De berichten komen dan via Twitter terecht bij het 'wie, wat, waar' gedeelte van Hyves.

Ik adviseer Twentietoe om niet continue onnodige informatie te plaatsen, maar juist korte berichten over de programmering, over nieuwe ontwikkelingen of over kleine acties.

TweetDeck verkort URL's van webadressen automatisch en hoeft niet zoals bij Twitter apart via bitly.com. Dit scheelt weer een paar klikken op de bitly.com site.

Ideaal voor Twentietoe is dat het softwareprogramma een spellingscheck en een woordenboek bevat. Dit betekent niet dat TweetDeck alle fouten corrigeert, maar je er wel op attendeert.

³ Think small, Grow big. Social Media Survival Guide, Ab Kuijer 2010

2. Inzetten van communicatiemiddelen voor promotie social media

Om goed te communiceren met de doelgroepen kunnen er diverse communicatiemiddelen worden ingezet. De effectiviteit van alleen social media zal niet optimaal zijn om de hele doelgroep te bereiken. De doelgroep moet wel weten dat Twentietoe actief met social media bezig is. Maar gezien Twentietoe gebrek heeft aan tijd en geld, moet een extra communicatiemiddel wel efficiënt zijn. De doelgroep gaat pas zoeken naar een social media pagina, wanneer het getriggerd wordt om dat te doen. Daarnaast is het belangrijk dat wanneer ze getriggerd zijn, ze dat ook blijven. Dus het regelmatig updaten van contents is het allerbelangrijkst.

Dit hoofdstuk beantwoordt de volgende subvraag:

- ❖ *Is het gebruik van social media alleen genoeg of moeten er nog andere middelen worden ingezet?*

De promotieslogan van de communicatiemiddelen die worden ingezet is: Twentietoe goes Social! Kort, krachtig en duidelijk. De doelgroep weet direct wat Twentietoe hiermee bedoelt.

2.1 Zet een poster gericht in op doelgroep

Een relatief goedkope maar effectieve en efficiënte manier, om de doelgroep een extra zetje te geven om te surfen naar de Hyves of Facebook pagina van Twentietoe, is het inzetten van een traditioneel middel.

- ❖ Een poster (A2 formaat, niet te groot en niet te klein) 90% van de huidige doelgroep komt nog wel in Twentietoe. In het gebouw van Twentietoe kunnen op verschillende plekken posters worden opgehangen.
- ❖ Op deze poster moet een duidelijke boodschap staan: Twentietoe goes Social.
- ❖ Op de voordeur, in het café, naast de receptie en niet te vergeten in de toiletruimte. Op plekken waar bezoekers niet meteen langslipen zonder om zich heen te kijken.

De potentiële doelgroep komt een stuk minder vaak in Twentietoe. Daarnaast is het grootste gedeelte van de respondenten nog nooit op één van de social media kanalen van Twentietoe geweest.

- ❖ Daarom adviseer ik om juist hen op te zoeken waar ze het meest zijn: op school.
- ❖ In overleg met het RSG Lingecollege kan de poster worden opgehangen in de Aula, in een aantal gangen en uiteraard ook hier in de toiletruimte (zie poster hiernaast).



Dit wekt nieuwsgierigheid en de kans dat ze een kijkje nemen bij Twentietoe of op één van de social media pagina's van Twentietoe is groot.

2.2 Verspreid een nieuwsbericht op Hyves en Facebook

De poster kan ook worden verspreid via de Hyves en Facebookaccounts. Maar zonder enig bericht naar de huidige doelgroep toe, kan dit verwarring opwekken. 'Wat nou Twentietoe goes Social? We zijn toch al vrienden/ leden, waar slaat dit op?'

- ❖ Ik adviseer om naast een poster ook een nieuwsbericht in te zetten, verspreid d.m.v. een groepsbericht via Hyves en Facebook.

De poster en het nieuwsbericht moeten worden gezien als een soort kick-off van het actieve social media gebruik. Dit wekt nieuwsgierigheid op bij de huidige doelgroep en zorgt ervoor dat ze vaker een kijkje zullen nemen op één van de social media pagina's.

De vrienden/leden hebben al gemerkt dat Twentietoe bezig is geweest met een enquête.

- ❖ Laat zien dat er geluisterd wordt naar de mening van de doelgroep
- ❖ Laat weten wat de uitkomst van de enquête is en wat er gaat gebeuren en al is gebeurd met de social media pagina's van Twentietoe.

Onderstaand nieuwsbericht kan worden ingezet:



Hoi Twentietoe vrienden,

Een tijdje geleden hebben jullie een enquête over Twentietoe ingevuld. Heel erg bedankt daarvoor! Mede door jullie respons kan Twentietoe Hyves en Facebook optimaal gaan gebruiken. Voor de nieuwsgierigen onder jullie staat op ons prikbord de volledige uitslag van de afgenomen enquêtes.

Dit berichtje is de nieuwe start van Twentietoe op social media gebied. Binnenkort zijn hier filmpjes en foto's te zien en kun je hier meer informatie vinden over toekomstige evenementen in Twentietoe.

Houd ons in de gaten en neem ook eens een kijkje op onze nieuwe YouTube of Twitter account!

<http://twitter.com/#!/Twentietoe>
<http://www.youtube.com/user/Twentietoe>

Groetjes,
Twentietoe

* De accounts van Twitter en YouTube zijn 'nog' fictief.

3. Kijk naar de concurrentie en speel in op de resultaten van de enquête

Tijdens het onderzoek zijn er ook een aantal andere resultaten naar voren gekomen uit het concurrentieonderzoek en de afgenomen enquête onder de huidige- en potentiële doelgroep. In dit hoofdstuk geef ik extra adviezen, die in het social media advies niet naar voren zijn gekomen.

3.1 Kijk vaker naar social media van Doornroosje Tivoli en Luxor Live

Twentietoe is een kleinere organisatie en mijn advies is dan ook om zo nu en dan een kijkje te nemen bij de grotere podia als Doornroosje, Tivoli en Luxor Live. Grote podia hebben meer geld en mankracht om uit te zoeken wat populair is. Dit kan Twentietoe kneden tot een eigen manier van 'socializen'.

Daarnaast adviseer ik om te blijven samenwerken met Café De Hertog en Jamm-In. Organiseer in de toekomst eens samen een evenement. Hierdoor heb je de beschikking over meer personeel. En deze kroegjes bevinden zich in het centrum, waardoor je in contact komt met bezoekers die voornamelijk activiteiten in het centrum bezoeken.

Ook is het belangrijk om naar elkaar te blijven verwijzen.

3.2 Speel in op de resultaten van de enquête

Social media accounts

Van de in totaal 412 respondenten hebben 9 respondenten geen social media account. Dit is miniem, dus ik adviseer hier verder niets mee te doen. Twentietoe maakt ook gebruik van traditionele communicatiemiddelen, dus ook deze mensen kunnen op de hoogte blijven. De kans is zelfs groot dat door de promotie acties die in hoofdstuk 2 (blz.8) staan beschreven Twentietoe deze respondenten alsnog overhaalt om wel iets met social media te doen.

De rest van de doelgroepen maken voornamelijk gebruik van Hyves, Facebook, Youtube en Twitter. Hierover heb ik in het vorige hoofdstuk uitgebreid advies gegeven. Myspace, LinkedIn, Netlog en Foursquare wordt zo weinig gebruikt door de doelgroepen dat ik adviseer hier geen tijd in te steken.

Organiseren

De huidige doelgroep en de potentiële doelgroep denken nogal verschillend over wat Twentietoe moet organiseren. Rock en festivals tegen urban/hiphop en danceparty's. Toch kan hier via social media op ingespeeld worden. In het social media advies is al naar voren gekomen dat meer filmpjes gewenst zijn. Een podium heeft vaak uiteenlopende muziekstijlen.

- ❖ Nu bekend is wat de doelgroepen het leukst vinden kan hier op zowel social media gebied als op gebied van de programmering wat meer aandacht aan worden besteed.

Respondenten hadden ook de mogelijkheid om zelf antwoorden te formuleren. Een aantal respondenten uit de potentiële doelgroep vindt dat er meer discoavonden georganiseerd moeten worden 'net als vroeger'.

- ❖ Vooral om de scholieren van het RSG Lingecollege naar Twentietoe te laten komen, adviseer ik om vaker een discoavond te organiseren.

Frequentie bezoek Twentietoe

Uit het onderzoeksrapport blijkt dat bijna de helft van de huidige doelgroep minimaal een aantal keer per jaar in Twentietoe te vinden is en een kwart zelfs wekelijks. Toch komt er van de huidige doelgroep een gedeelte (10,5%) nooit meer in Twentietoe. Daarnaast is meer dan de helft van de potentiële doelgroep wel eens in Twentietoe geweest. Te verklaren uit het feit dat Twentietoe voorheen de discoavonden voor het RSG Lingecollege organiseerde. Maar een klein percentage komt echt regelmatig in Twentietoe. Ik adviseer om het promotieadvies in hoofdstuk 2 (blz.8) uit te voeren. De kans is groot dat door de promotie acties zowel de huidige- als de potentiële doelgroep nieuwsgierig wordt en zich weer meer gaat verdiepen in Twentietoe. Hoe dit het beste uitgevoerd kan worden staat beschreven in hoofdstuk 4(bz.12).

Frequentie bezoek website Twentietoe

Bijna de helft van de huidige doelgroep bekijkt de website een aantal keer per jaar. Meer dan een kwart bezoekt de website nooit meer. Toch vindt het grootste gedeelte van zowel de huidige als de potentiële doelgroep dat er zowel via de website als via social media pagina's informatie moet worden verstrekt. Ik adviseer daarom de website niet te laten verloederen en naast het bijhouden van de social media pagina's ook aandacht te blijven besteden aan de website.

4. Maak gebruik van het handboek en een taakverdeling

In dit hoofdstuk wordt advies gegeven over de uitvoering van het eerder gegeven advies. Het is van belang om dit goed aan te pakken, omdat de social media pagina's van Twentietoe het visitekaartje van het bedrijf worden.

Dit hoofdstuk geeft gedeeltelijk antwoord op de volgende subvraag:

- ❖ *Hoe kan Twentietoe met weinig mankracht en -uren social media draaiende houden?*

4.1. Maak gebruik van het handboekje; Twentietoe goes Social!

Om Twentietoe op weg te helpen is er een handboek gemaakt: 'Twentietoe goes Social'. In dit handboek staat per sociaal medium, dat Twentietoe gebruikt of gaat gebruiken, concreet beschreven wat er mee te doen en op welke wijze. Zie het als een overzichtelijke samenvatting van hoofdstuk 1, het social media advies.

- ❖ Het is erg belangrijk om het handboek bij te houden. Zorg ervoor dat, wanneer er nieuwe ontwikkelingen zijn, dit aan het handboek wordt toegevoegd.

De promotieslogan 'Twentietoe goes Social!' wordt gebruikt als titel voor het handboek. Dit handboek is bestemd voor diegene die zich actief bezig zal houden met de social media pagina's van Twentietoe. In eerste instantie voor projectcoördinator Janus van Binsbergen. Maar ook door andere medewerkers.

4.2 Zorg voor een goede taakverdeling van het personeel

Wie is waarvoor verantwoordelijk en wie gaat wat doen? De projectcoördinator van het verbetertraject hoeft in principe niet degene te zijn die de communicatie uitvoert; dat kan ook een andere persoon zijn.

- ❖ Ik adviseer een werkgroep samen te stellen. Eigenlijk heeft Twentietoe al een werkgroep. Janus zit regelmatig rond de tafel met de vaste medewerkers Ingrid, Maaïke en Stijn om ideeën uit te wisselen en verbeteringen door te voeren.
- ❖ Daarnaast adviseer ik op zoek te gaan naar één of liever twee vrijwilligers die handig is/zijn met social media en zich daar graag voor een langere periode voor willen inzetten. Een andere mogelijkheid is een stagiaire op Hbo-niveau voor een bepaalde tijd.

Zolang er geen vrijwilliger of stagiaire is zullen de taken door de huidige personeelsleden moeten worden uitgevoerd.

- ❖ Verdeel daarom de taken en maak hierover heldere afspraken. Zorg er voor dat in ieder geval Hyves en Facebook up to date blijven en, voor zover mogelijk, een nieuw jasje krijgen.

Manieren om een vrijwilliger te zoeken⁴

"Iedereen is bij ons welkom. We hebben altijd een tekort aan vrijwilligers" Als je iedereen wilt werven, dan bereik je niemand! Dit is te algemeen, hierdoor voelt niemand zich aangesproken.

- ❖ Het is belangrijk om het takenpakket duidelijk vast te stellen.
- ❖ Daarnaast is het belangrijk om een profiel te schetsen van de persoon. Waar moet een vrijwilliger aan voldoen? Hiermee moet een vrijwilliger zich kunnen identificeren. Ook is het belangrijk wat Twentietoe te bieden heeft. Wat is er zo leuk en interessant aan Twentietoe? Waarom zouden mensen een deel van hun vrije tijd opofferen om bij Twentietoe te werken.

⁴ http://www.sigma-nijkerk.nl/steunpunt_vrijwilligers/organisaties/werving

Een eerste mogelijkheid om een vrijwilliger te vinden voor het onderhouden van de social media pagina's van Twentietoe is proberen dit intern op te lossen.

- ❖ Ga om de tafel zitten met alle vrijwilligers en leg het 'probleem' voor. Wellicht is er iemand die heel erg graag met social media werkt en dit ook voor Twentietoe wil doen.
- ❖ Plaats oproepen!
 - Plaats een oproep op Hyves, Facebook en de Twentietoe website.
 - Plaats een oproep op de vele prikborden in het Twentietoe gebouw.
 - Praat met de connecties binnen het RSG Lingecollege, bij voorkeur de locatie in de Heiligestraat. Hier zitten de hoger opgeleiden. Vele taalfouten etc. zijn funest voor het succes van een site. Zit er wellicht een potentiële vrijwilliger in één van de CKV- klassen of één van de muziekklassen?
 - In de aula van de school of op één van de schermen kan ook een oproep geplaatst worden.

5. Bereid je goed voor op de uitvoering van het advies in het nieuwe seizoen

De implementatie van dit advies moet uiteraard nog plaatsvinden. Omdat het einde van het seizoen nadert, adviseer ik niet direct met alle handelingen te starten. Niet alleen het seizoen van Twentietoe is bijna afgelopen, ook begint de zomervakantie voor de middelbare scholen in de omgeving. Daarom adviseer ik om in september/oktober, het begin van het nieuwe seizoen, te starten met de uitvoering.

Maar dit betekent niet direct, dat er nu niets kan worden gedaan. Om een duidelijk beeld te krijgen wat en wanneer iets uitgevoerd kan worden, kunt u in paragraaf 5.2 een planningsbalk vinden.

Dit hoofdstuk geeft gedeeltelijk antwoord op de volgende subvraag:

- ❖ *Hoe kan Twentietoe met weinig mankracht en -uren social media draaiende houden?*

5.1 Weet wat de uitvoering gaat kosten

Van tevoren is aangegeven dat er zo goed als geen budget is voor het uitvoeren van het advies. Hier is rekening mee gehouden door zoveel mogelijk te werken met gratis of low budget middelen en ideeën.

Iedereen heeft een netwerk van familie, vrienden, kennissen en collega's. Een sterk groeiend netwerk waarin flink (sociaal) wordt geïnvesteerd. Hieronder een kostenplaatje, meer in tijd dan in geld. Hier adviseer ik waar het beste de poster kan worden gedrukt en hoelang een vrijwilliger of stagiaire bezig moet zijn met social media.

KOSTEN			
Personeel	Inhuur	Esmé Elbers; communicatieplan Reiskostenvergoeding	38 km per dag 18x 38 = 684 km 684 x 0,19 = €129,96
	Vrijwilliger/stagiaire social media	Vrijwilligers kunnen mee eten en drinken, maar krijgen geen vrijwilligersvergoeding.	€0,-
Promotiemateriaal	Drukwerk	A2 posters 5 x in/buiten gebouw A2 posters 30 x verspreidt over locaties RSG Lingecollege	Via www.drukwerkdeal.nl : A2 35 stuks €89,55 Via www.drukland.nl : A2 50 stuks €79,- *
	kosten voor verspreiding	Vrijwilliger/stagiaire	€0,-
Onderhoud	communicatiemiddelen	Vrijwilliger/stagiaire	Website: 1 x 1 uur in de week. Social media pagina's: 2 x 3 uur per week. €0,-
TOTAAL			€208,96

Onvoorziene kosten

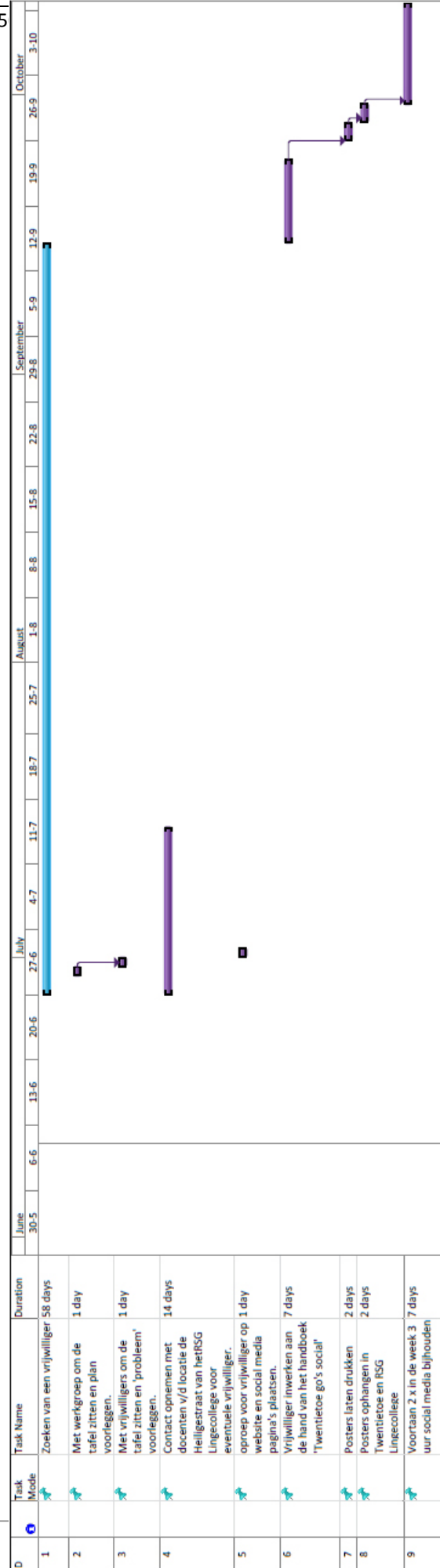
10% van totaal

€20,90

*Ik adviseer om bij drukland 5

it is voordeliger.

5.2 Zorg voor een goede planning



6. Bronnenlijst

Binsbergen, J. (2009). *Spot your next target. Projecten, Evenementen, Plantage en Stageteams*. Tiel: Twentietoe.

Buuren, E. van, Buuren, R. van, Buuren, R van, Buuren, S van.(2010) *Social media voor grafici*. Versie 2.1. Utrecht: Socialfamily

Cashman, S. (2003). *Thinking Big! Praktijkboek strategische marketing kunst en cultuur*, Nederlandse bewerking: 2007. Amsterdam: Bureau Promotie Podiumkunsten

CBS www.cbs.nl > thema's > vrije tijd en cultuur >publicaties > Artikelen en persberichten > 2009 > *Internet verdringt traditionele mediaproducten*. (6 juni 2011)

Huijkens, C. (2010). *Code social media, richtlijnen voor zakelijk gebruik*. 2^e druk: januari 2011. Amsterdam : Betram + de Leeuw Uitgevers

Jongeren Theaterschool Filmschool, www.jongerentheaterschool.nl/overdejr.html (15 april 2011)

Kuijter, A. (2011). *Think Small Grow Big, social media survival guide*. 1^e druk. Amsterdam: HUB Uitgevers

Maquoi, E. (2010). Artikel *Link YouTube aan Facebook of Twitter* <http://computertotaal.nl/article/20686/link-youtube-aan-facebook-of-twitter.html> (8 juni 2011)

Mirck, J. (2009). Blogg *Twitter koppelen aan Hyves* <http://www.jeroenmirck.nl/2009/02/twitter-koppelen-aan-hyves/> (8 juni 2011)

Rozendaal, F.(2010). Blogg *12 Twitter Tips (met dank aan mijn volgers!)* <http://www.frankrozendaal.nl/2010/01/07/12-twitter-tips-met-dank-aan-mijn-volgers> (9 juni 2011)

Segall, L. (2011). *MySpace slashes its staff in half* http://money.cnn.com/2011/01/11/technology/myspace_layoffs/index.htm (23 mei 2011)

Verhoeven, N. (2007) *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. 2^e druk. Den Haag: Boom Uitgevers.

www.agnietenhof.nl (7 april, 2011)

www.facebook.com (april, mei, juni 2011)

www.hyves.nl (april, mei, juni 2011)

www.plantage.info (7 april, 2011)

www.sigma-nijkerk.nl/steunpunt_vrijwilligers/organisaties/werving. Werven van vrijwilligers - 12 tips voor succesvolle werving.(11 juni 2011)

www.tweetdeck.com (april, mei, juni 2011)