

Bart Weijers begon zijn loopbaan in wonen in 1975 bij groothandel Vihamij Buttinger en maakte in 1978 de overstap naar Ucosan Sanitair. Gedurende 16 jaar was hij verantwoordelijk voor Ucosan in Nederland. Van 1996 t/m 2002 was hij alg.dir. van Almat Keukens in Oisterwijk. In 1990 was hij een van de initiatiefnemers achter de Vereniging Comfortabel Wonen waarvan hij sinds 1997 voorzitter is. Sinds 2003 is hij werkzaam bij AMWEKO BV, het in de afbouwbranche gespecialiseerde direct marketing adviesbureau. Voor meer informatie kijk op www.amweko.nl

Social Media en mobiel internet. Kunt u er nog omheen?

Eerder (april 2011) had ik het in deze column met u over de opkomst van wat genoemd wordt de sociale media. Inmiddels zijn we ruim een jaar verder en weten we nog beter wat de rol van deze nieuwe media aan het worden is. Ik praat u graag bij over de verschillende media en aan het einde van deze column treft u nog wat interessante feiten aan uit recent onderzoek naar de situatie in onze branche op social media terrein.

Eerst even wat getallen over de ontwikkeling in het afgelopen jaar op een rij:

Naam	Startdatum	Wereldwijd Deelnemers	Deelnemers in Ned. 2011	Deelnemers in Ned. 2012
Facebook	2004	850 miljoen	4 miljoen	7 miljoen
Hyves	2004	11 miljoen	7 miljoen	7 miljoen
Twitter	2006	200 miljoen	500.000	1,5 miljoen
Linkedin	2005	150 miljoen	2 miljoen	3,2 miljoen

Enorme veranderingen in de aantallen gebruikers en hoewel niet iedereen elke dag op een van deze media te vinden is kan toch gerust van een explosie in gebruik van social media worden gesproken.

Wat te denken van bijv. 250 miljoen foto's die op Facebook gezet worden. Oh ja, 250 miljoen dat is per dag!! U denkt....veelal door of van vrouwen? Nee, 43% van de Facebook gebruikers is man. En ook niet onbelangrijk....ongeveer 50% logt in via mobiel (tablet als iPad of mobiele telefoon).

En mocht u denken het tempo zal nu wel minder worden.....In Febr. 2012 had Facebook in Ned 6 miljoen deelnemers en in Maart en April kwamen er 1 miljoen bij.

Facebook werd vooral gezien als "bestemd voor prive" maar dat begint aardig te veranderen. Heineken bijv. heeft 6,5 miljoen "likers". Een enorm aantal en van groot belang voor Heineken. Bezoekers die aangeven de informatie leuk en/of interessant te vinden en door herbezoek aan het Heineken account willen ze graag op de hoogte blijven.

Hyves, eind 2010 gekocht door dagbladconcern De Telegraaf, is een beetje op zijn retour. Vele Nederlanders zijn overgestapt naar Facebook en hun Hyves account is een dood account geworden. Zoals het er nu naar uit ziet wordt het een vrijwel onmogelijke klus om dat medium nog weer nieuw leven in te blazen.

Twitter. Velen denken (net zoals ikzelf overigens een jaar geleden nog dacht) wat een geleuter). En inderdaad er wordt heel wat afgeleuterd op Twitter maar net zoals u niet de Prive of Story hoeft te lezen hoeft u ook op Twitter niet alles en iedereen te volgen. Met Twitter maakt u uw eigen keuze wie en wat u volgt. En als het onverwacht toch te veel een leuteraar is degene die u bent gaan volgen dan is èèn druk op de knop voldoende om zijn/haar berichten niet meer te zien.

Bent u ook een van die 1,5 miljoen Twitter gebruikers in Nederland. Ik wel. Sinds april 2011 en gelijk een heavy user met een daggemiddelde van 12 tweets per dag. Wat is het belang van Twitter vraagt u zich wellicht af. Ik gebruik Twitter vooral als informatiebron en om informatie waarvan ik denk dat mijn volgers het interessant vinden te verspreiden. Dat is in de meeste gevallen zakelijke informatie, marketing en/of product gericht. Voor u als keukenwinkelier is Twitter van belang ook om informatie op te doen en u zelf neer te zetten als de expert in de regio op keukengebied.

Denk wel eerst na over wat u er precies mee wilt, wie u dan wel of niet gaan volgen en vooral welke boodschappen u gaat twitteren. Niemand zit te wachten op openingstijden of reclame boodschappen maar met interessante berichten over de ontwikkeling in producten en/of diensten in keuken- en/of badkamerland kunt u uitdragen dat u de specialist bent en het naadje van de kous weet. Op termijn brengt dat beslist klanten in uw zaak maar eerlijk is eerlijk...het is een lange adem. Maar bedenk wel dat er al menig Nederlander rondloopt die grotendeels hun omzet uit de Twitter contacten haalt. Zie het als een nieuw medium, niet meer en niet minder en groot voordeel is dat er geen kosten aan verbonden zijn. Wilt u mij op Twitter volgen? Mijn twitteradres is @bart125

Dan nog uw aandacht voor het zakelijke netwerk LinkedIn. Een goed instrument om met een volledig op uw wensen en behoefte toe te snijden doelgroep contacten te hebben. U kiest zelf wie u wel of niet wilt toelaten. Leveranciers of klanten of...vul maar in. En als dat handig is voor uw business aanpak is er niets op tegen om meerdere accounts aan te maken. Kunt u kiezen welk account u waar voor inzet. Maar liefst 3,2 miljoen ondernemende mensen zijn actief met dit netwerk en mij valt op bij nieuwe contacten die ik op doe, dat heel vaak die persoon ook via LinkedIn actief is. De conclusie die ik daar uit trek is dat het netwerk zich volop aan het bewijzen is.

Als voor u en uw bedrijf social media nog een betrekkelijk nieuw terrein is dan heeft deze column u hopelijk bijgebracht dat het geen hype meer is maar een ingeburgerd communicatie instrument waar het belang evident van is. Uit onderzoek weten we dat in onze branche social media nog maar geringe aandacht krijgt en daar zou u nu toch echt een draai de andere richting op moeten geven. Zorg dat u de boot niet mist, anderen gaan verder en deze vorm van communicatie is niet te omzeilen.