



Nieuwsbrief Kennisknooppunt September 2010

Ontbijtsessie 3 september 2010 over Sociale Media.



De presentatie werd verzorgd door Joop Reijnhoudt

Aanwezig 21 personen.

Intro door Etiënne Schoenmakers.

Soms hoeven ervaren sprekers niet in 'jaren' oud te zijn. Een sprekend voorbeeld hiervan is Joop Reijnhoudt. Joop is binnen VVA verantwoordelijk voor Sociale Media. Hij gaat ons vertellen wat het is, cijfers over omvang en gebruik, of het een hype is (of niet) én waarom het interessant is om hiermee als zelfstandig adviseur aan de slag te gaan.

Sociale Media, Wat is het:

Na een korte introductie van Joop, als persoon, en als medewerker van VVA, gaat hij aan de slag. Als definitie hanteert Joop:

“Online platformen waar de gebruikers, met geen of weinig tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen.” http://nl.wikipedia.org/wiki/Social_media

Sociale media is:

- Een gesprek
- Een mening
- Een discussie
- Een dialoog

Maar dan online

Sociale media heeft in korte tijd een enorme vlucht genomen. Naast het feit dat het snel en wijd verbreid is, is het ook goedkoop en (relatief) simpel in gebruik. Maar je moet er wel tijd instoppen.

Naast delen is het publiceren, spelen, virtueel werken en nog veel meer. Vele voorbeelden van deze media toont hij.

Waarom zou ik het gebruiken?:

Ik ben iemand en wil dat laten weten

En dat doe ik op mijn eigen manier, waar en wanneer ik dat wil

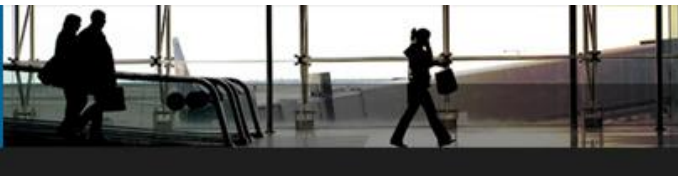
Maar vooral, ik voel me verbonden met iets: interesse, doel, belang, overeenkomsten...

Het is leuk

En het wordt ons zo gemakkelijk gemaakt!

Social Media Landscape





Nieuwsbrief Kennisknooppunt September 2010

Joop heeft cijfers over het gebruik van online media. Onderzoek onder de Nederlandse volwassen bevolking van 18 jaar en ouder toont aan deze gemiddeld 16 uur per week online zijn, anders dan online voor dagelijkse werkzaamheden.

Het is heel functioneel, te weten:

- o Informatie opzoeken: 100%
- o Productoriëntatie: 96%
- o Bankzaken regelen: 93%
- o Nieuws lezen: 93%
- o Producten kopen: 92%
- o Social Media: 72%



Verder maakt hij een verdeling naar het soort activiteiten dat via internet plaatsvindt. Het meest worden video's bekeken. Maar andere zaken, zoals blogs en forums, stijgen heel hard in de hitlijsten.

In eerste instantie was het nog veel om informatie 'van het net af te halen'. Nu wordt het steeds meer dat door de gebruikers zelf informatie aan het net wordt toegevoegd (b.v. foto's uploaden, en blogs schrijven).

Hype, ja of nee?

Joop gaat met ons, als KKP-ers, de discussie aan of het een hype is, of niet. Een hype suggereert iets tijdelijks. Duidelijk wordt dat het in de vorm mogelijk tijdelijk is, maar dat digitaal communiceren niet meer zal verdwijnen. Dus het is aan jezelf om hiermee om te gaan.

Een voorbeeld

Joop neemt een van onze KKP-ers als voorbeeld. Joop heeft voorbereidend op deze bijeenkomst eens wat informatie opgevraagd over hem. LinkedIn wordt getoond. Daar verschijnen de eerste (algemene en publiek toegankelijke) gegevens, inclusief foto. Maar al snel blijkt dat je veel verder kunt gaan. Via kruisverbanden, vergelijkingen, of door-linken krijg je veel informatie, die op het eerste gezicht niet voorhanden lijkt. Kortom, de sociale media hebben een enorme impact. Dit kan positief en negatief uitpakken. Sta je eenmaal op internet, dan blijf je erop. Of zorg zelf voor positieve informatie. Dat verdringt andere (oudere) informatie.

Joop geeft ook een voorbeeld van zijn eigen persoonlijke gegevens. En legt uit hoe de informatie is te genereren.

Tenslotte noemt Joop nog 5 redenen om sociale media te gebruiken:

1. Social Media wordt de nummer 1 online bezigheid, meer dan porno en e-mail.



Nieuwsbrief Kennisknooppunt September 2010

2. Omdat 2/3 van alle internetgebruikers sociale netwerken bezoekt.
3. De tijd die we doorbrengen op sociale netwerken stijgt drie keer sneller dan het internetgebruik.
4. Internet is belangrijkste bron voor productkeuze.
5. Online content wordt gecreëerd.
 - Door je concurrenten.
 - En al lang door je klanten.
 - Doe je niks zelf, dan kom je toch wel online...

Vervolgens ontstaat er een levendige discussie over dit fenomeen. Over nut en noodzaak. Over dreiging en gemak. Kortom, een trend die niet te stuiten is. Maar wel met verstand van zaken moet worden benut. En dan merk je vanzelf of je het leuk gaat vinden.

Na afloop bedankt het KKP Joop voor deze boeiende presentatie. Maar gezien het feit dat er door mensen, zoals Joop, veel achter de PC gezeten wordt, krijgt dit keer zijn partner het cadeau. In de vorm van verse bonbons.

Verslag Etienne Schoenmakers

SOCIAL MEDIA MARKETING MADNESS

