



## Communicatie 3.0: van zenden naar samen

Bedrijven die niet aan social media doen zeggen eigenlijk: ik neem de telefoon niet op. De kreet stond onlangs op Facebook en hij is waar.

Communicatie kwam decennia lang neer op 'zenden' in de hoop zoveel mensen te bereiken. Spotjes op tv, advertenties in magazines en billboards op straat: alles was gericht op aanwezigheid en bedrijven betaalden er miljoenen voor. Klagers en ontevreden klanten werden bovendien genegeerd, want dat was goedkoper dan hun problemen oplossen en ze konden toch geen vuist maken.

Internet heeft dit allemaal veranderd. Heel veel informatie is vrij toegankelijk en mensen laten zich steeds minder leiden door wat bedrijven zeggen. Ze gaan zelf op zoek, als het hun uitkomt, en zijn daarbij kritischer dan ooit. En zijn ze ontevreden? Met een foto op Facebook of een ontevreden tweet op Twitter heeft hun klacht in no-time een enorm bereik, denk maar aan de ruzie van Youp van 't Hek met de helpdesk van Vodafone. Verschillen en afschuiven kan niet meer.

### Zenden, ontvangen en andersom

Communicatie 3.0 draait om zenden en ontvangen, maar ook andersom. Stel dat je een nieuwe computer wilt kopen en twee winkels verkopen hem voor hetzelfde bedrag, waar koop je hem dan? Bij de zaak waar je service en aandacht krijgt of bij de onpersoonlijke computerwinkel in de stad?

Bij medische praktijken werkt het net zo. Als een patiënt de keuze heeft tussen twee gelijkwaardige praktijken en bij een van de twee heeft hij een beter gevoel, dat kiest hij daarvoor.

*Hoe krijgen mensen een goed gevoel bij je via sociale media?*

- Bouw een band op
- Reageer op vragen
- Denk mee
- Deel waardevolle kennis
- Bedank mensen voor complimenten en deel ze
- Laat zien waar de praktijk voor staat
- Gebruik humor

De praktijk wordt zo meer dan het gebouw waar een patiënt eens in de zoveel tijd binnenloopt, en het gaat echt leven.

### Luisterend oor

Moderne communicatie draait meer dan ooit om luisteren. Op dit moment wordt er misschien wel over jouw praktijk gesproken op internet. Als je het niet bijhoudt weet je het niet en kun je ook niet reageren. Leg je oor dus te luister en weet wat er speelt, zodat je kunt reageren.

Denk je nu: ik ben praktijkmanager en toch geen communicatieadviseur? Dat klopt, maar het hoeft minder tijd te kosten dan je denkt. Dankzij slimme diensten kun veel taken automatiseren en zie je in een oogopslag of er over de praktijk gesproken wordt.

Hootsuite (<http://hootsuite.com/>) is een voorbeeld van een tijdbesparende online dienst. Je maakt een gratis account aan en kunt daarna al je social media-accounts toevoegen. Zo krijg je een mooi overzicht van alle activiteiten op Facebook, Twitter en LinkedIn en kun je direct reageren.

Plaats je zelf berichten en nieuwtjes er krijg je leuke reacties dan heb je de smaak zo te pakken. Je speelt de praktijk in de kijker en ontdekt wat patiënten echt belangrijk vinden. 'Zenden' wordt dus 'samen' en dat levert vaak mooie dingen op.

### **Tips voor Facebook en Twitter**

Social media draait om betrokkenheid, interactie en enthousiasme. Iedereen wil gehoord worden en luister je, dan geeft dat een gevoel. Wil je zenden dan zijn dit handige tips.

#### **Tip 1. Gebruik afbeeldingen**

Updates met afbeeldingen krijgen meer reacties en commentaar en worden vaker gedeeld. Ben je actief op Facebook, gebruik dan grappige en opvallende afbeeldingen.

#### **Tip 2. Hou het kort**

Uit Amerikaans onderzoek blijkt dat er op berichten van 80 karakters of minder beter gereageerd wordt. Kom dus snel ter zake en wees duidelijk, want mensen willen niet teveel nadenken.

#### **Tip 3. Toon emoties**

Ben je uit op reacties en interacties, toon dan emoties. Of je nu boos, verdrietig of juist heel blij bent, het levert de meeste reacties op.

#### **Tip 4. Stel vragen**

Het is zo voor de hand liggend, maar wordt toch vaak vergeten. Als je wilt dat mensen reageren, stel ze dan aan het eind van een update een vraag. Je nodigt de lezer hiermee uit te reageren.

#### **Tip 6. Promoot niet teveel**

Een prijsvraag op zijn tijd is best leuk maar overdrijf niet. Woorden als prijsvraag, promotie, en kortingscode worden door social media-gebruikers massaal genegeerd. Ze zijn er immuun voor geworden.

#### **Tip 7. Plaats berichten op de dagen dat ze het meeste opleveren**

In het begin van de week is men vaak druk, terwijl veel mensen op zaterdag en zondag naar buiten gaan en minder achter de computer zitten. Probeer uit te vinden op welke dag jouw volgers het actiefst zijn en profiteer daarvan.

Opmerking. Veel bedrijven staren zich blind op de term ROI, Return of investment: hoeveel tijd steek je ergens in en hoeveel levert het op?

Bij social media is de ROI heel moeilijk te bepalen en het is ook de vraag of je dat wilt. Hoeveel is een dankbare, tevreden patiënt je waard? En de mond-tot-mond-reclame die daaruit voortkomt?

Mensen willen gehoord worden en dankzij nieuwe communicatiemogelijkheden kan het laagdrempelig en heel direct. Jij mag bepalen hoe belangrijk je dit vindt en hoeveel tijd je hiervoor uit trekt/kunt trekken.