

Social media in vijf stappen

Social networks als Facebook, Twitter, Instagram en LinkedIn worden steeds populairder: niet alleen onder het toenemende aantal gebruikers, maar ook onder bedrijven, organisaties en sportverenigingen. Social networks zijn immers een interessant (en functioneel!) middel om bepaalde doelgroepen te bereiken, maar ook om de binding binnen een groep medewerkers of leden te versterken. Deze trend is de laatste tijd ook binnen bowlingverenigingen zichtbaar. Hieronder zijn vijf stappen benoemd die uw vereniging op weg helpen bij het succesvol inzetten van social media.

Stap 1: welke social media gaan we inzetten?

Maak een keuze uit allerlei social mediakanalen en kies de social media uit die voor uw vereniging gaan werken. Soms is het beter om één kanaal heel goed te doen, dan alles te willen. Bovendien passen misschien niet alle social media bij een bowlingvereniging! Maak dus een keuze uit LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, whitepapers, MySpace en Wikipedia.

Stap 2: bepaal doelstellingen voor gekozen social media

Bedenk vooraf wat u met de gekozen social media wilt bereiken en bedenk ook aan welke verwachtingen uw (vereniging) daardoor moet voldoen. Wilt u Twitteren, dan zullen de leden interactie verwachten. Dit moet dan dus wel worden opgepakt door vrijwilligers binnen de vereniging! Twitter is overigens een ideaal middel om te zorgen voor meer transparantie. Laat de voorzitter bijvoorbeeld twitteren wat hij of zij binnen de vereniging meemaakt, en laat deze berichtjes terugkomen op een openbare of gesloten website. Op deze manier kunt u uw leden een kijkje in de keuken van de vereniging geven, iets dat ongetwijfeld gewaardeerd wordt. Behalve transparantie kunnen sociale media overigens ook andere doelstellingen realiseren: denk aan leden in contact met elkaar brengen, kennis uitwisselen, online samenwerken, vrijwilligers in het zonnetje zetten, werving van nieuwe vrijwilligers, etcetera.

Stap 3: wie gaat wat doen?

Als de keuze van social media is gemaakt en de doelstellingen zijn bepaald, dient er goed te worden gekeken wie waar verantwoordelijk voor wordt. Indien u besluit een Facebookpagina aan te maken, wie gaan dit aanmaken en bijhouden? Hoe gaat u ervoor zorgen dat er een netwerk rondom de pagina wordt opgebouwd? Hoe houdt u rekening met de interactie van leden? Met name op Twitter speelt dit laatste een grote rol. Het is belangrijk om snel te kunnen reageren op de reactie van leden en geen reacties te verwijderen. Een negatieve reactie van een lid moet kunnen, en daar moet het bestuur mee om kunnen gaan. Vaak vraagt dit een snelle reactie van degene die verantwoordelijk is voor een bepaald account!

Stap 4: stel richtlijnen op voor social mediagebruik

Traditioneel gezien wil een bestuur controle hebben over wat iedereen zegt. De voorzitter doet in dat geval altijd het woord. Tegenwoordig zijn veel leden online actief op allerlei media. Zij vertellen hier namens hun vereniging over hun expertise, ervaring of mening. Het is dus belangrijk om (bijvoorbeeld tijdens een Algemene Leden Vergadering) afspraken met elkaar te maken over social mediagebruik!

Stap 5: doen!!

De laatste stap is het doen en (vooral) het blijven doen! Dit betekent dat het gebruik van social media geborgd moet zijn in de vereniging. Daarnaast moet er na verloop van tijd geëvalueerd worden om te kijken of de vooral bepaalde doelen behaald zijn - en zo niet, hoe deze alsnog kunnen worden behaald.



Bron: *Verenigingsmanagement Online*, 'Strategie en Social Media', Roos Kalisvaart, september 2010.
Wilt u meer weten over dit onderwerp? Neem dan contact op met Anne Schulze:
E aschulze@bowlen.nl
T 0318 55 93 43