

Oei, ze praten terug!

Petra de Boevere

Petra de Boevere is ondernemer, eigenaresse van een slijterij in Breskens sinds 1993 en al vele jaren actief online. Via haar digitale netwerken en zonder enig marketingbudget zette ze diverse nieuwe producten in de markt, waaronder de Zeeuwierjenever die inmiddels landelijk verkrijgbaar is. Ze won in 2009 de Social Media Star Award, won met de Zeeuwierjenever de aanmoedigingsprijs innovatie van de Provincie Zeeland en schreef een boek over de kracht van sociale media voor jezelf en je bedrijf. In 'Meisje van de Slijterij' neemt ze de lezer mee in haar digitale ontdekkingen en experimenten van de afgelopen tien jaar, ze vertelt wat het delen van haar leven tussen flessen haar bracht, maar ook over de fouten die ze maakte.

Slechts 14% van de consumenten gelooft nog in reclameboodschappen, 78% gelooft in beoordelingen van anderen. Mond-op-mond reclame is al eeuwenlang de beste reclame die er is. Voor er *social media* waren, zoals we ze nu noemen, deelden mensen hun ervaringen op verjaardagen, in de kroeg of op het bankje in het park. Dat doen ze nog steeds, maar ervaringen worden ook online gedeeld. Zichtbaar en inzichtelijk voor iedereen.

Via Google gaat men op zoek naar een product of dienst. Als dat is gevonden gaat men vervolgens zoeken naar gebruikerservaringen. Als die gebruikerservaringen negatief zijn wordt vaak alsnog afgezien van aankoop.

Is dat leuk? Je kunt het in ieder geval niet negeren. Vroeger praatte men ook over jou of je product, nu kun je ook eenvoudig en snel zien wat mensen over je denken of zeggen. Daar kun je van leren. Ook als je zelf niet online actief bent met sociale media is het wel van belang dat je weet wat men over je zegt, monitoren dus. Via Google alerts kan dat gratis en eenvoudig. Neem nu bijvoorbeeld de horeca. Die sector verkoopt beleving. Veel horecabedrijven hebben problemen met negatieve recensies online en negeren ze

dan ook liever. Mensen worden echter nooit boos als je een fout maakt, ze worden pas boos als je een fout niet of slecht afhandelt. Door op de juiste manier te reageren kun je wat begon met een negatieve recensie juist omdraaien naar positieve PR. Mensen krijgen respect voor je als je hun klachten/opmerkingen serieus neemt.

"En al die anonieme reacties en vuilspuiterij online dan?", is een veelgehoorde vraag.


Een mening is vaak pas interessant als ook duidelijk is van wie die mening afkomstig is. Anonieme reacties worden een stuk lager gewaardeerd. Online Reputatie Management wordt steeds belangrijker. Negeren is geen optie, meedoen wel. Google heeft zich in de afgelopen jaren ontwikkeld tot een soort God. Google is echter alleen een zoekmachine die werkt op basis van data. Bij sociale media speelt juist de emotie een rol. *'It's about people, stupid!'* De informatie die je krijgt via je online netwerken is betrouwbaarder dan die je boven in Google ontdekt.

Met de groei van de sociale netwerken wordt SEO (Search Engine Optimization) ook minder belangrijk. Wat wel belangrijk blijft is de kwaliteit van je product of

dienst. Als je bagger verkoopt krijgt je bagger terug en als je kwaliteit levert worden tevreden afnemers gratis en voor niks je ambassadeurs. Elke afnemer die actief is in sociale netwerken publiceert.

'Who needs the media if you are the media?'

De platformen kunnen in de toekomst nog veranderen, de manier van communiceren gaat dat niet meer doen. Op Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Flickr en al die andere platformen hebben zich de afgelopen jaren *communities* gevormd die nog steeds groeien.

'Be there!' 

ISBN: 9789022997437



petradeboevere@speakersacademy.eu