

## **Persoonlijke pagina vs. Bedrijfspagina**

Facebook maakt duidelijk onderscheid tussen **persoonlijke pagina's** en **bedrijfspagina's**. Veel verenigingen gebruiken vaak een persoonlijk profiel in plaats van een officiële bedrijfspagina. Een bedrijfspagina meer mogelijkheden voor bedrijven. Hieronder vind je een overzicht van de grootste verschillen. **Let op: Facebook verwijdert persoonlijke profielen die zakelijk worden gebruikt.**

### **1. Een persoonlijk profiel heeft vrienden – een bedrijfspagina heeft likes en volgers.**

Bij een persoonlijk profiel moet men eerst een **vriendschapsverzoek** sturen en deze moet eerst geaccepteerd worden. Dit is meer werk + een drempel voor de bezoeker die graag op de hoogte wilt blijven van jouw bedrijf. Bij een bedrijfspagina klikt men simpelweg op “Vind ik leuk” of “Volgen” en vervolgens wordt diegene op de hoogte gehouden.

### **2. Bedrijfspagina beheren via persoonlijk account.**

Voor het beheren van een Facebook-bedrijfspagina heb je geen aparte inloggegevens nodig, maar kun je “toevoegen” aan je eigen profiel. Je hoeft dan dus alleen in te loggen op je eigen profiel en dan kun je via je eigen profiel naar de bedrijfspagina gaan. **Meerdere mensen kunnen op deze manier de bedrijfspagina beheren.**

### **3. Mensen kunnen niet bij je bedrijf inchecken.**

Als men een Facebook **statusupdate** wil plaatsen, kan men aangeven waar het heeft plaatsgevonden. Hier kun je alleen **bedrijfspagina's, events en plaatsen** invullen en geen persoonlijke pagina's. Persoonlijke profielen kunnen alleen in een statusupdate zelf worden getagd.

### **4. Mensen kunnen reviews plaatsen**

Bij bedrijfspagina's kunnen mensen **reviews plaatsen**. Bij profielpagina's is dat niet mogelijk. Reviews kunnen er absoluut voor zorgen dat potentiële klanten overstag gaan.

### **5. Advertenties plaatsen**

Met een persoonlijk profiel kun je geen advertenties plaatsen, dat kan alleen met een bedrijfspagina. Wil je meer zichtbaarheid halen door te adverteren op Facebook? Dan heb je dus sowieso een bedrijfspagina nodig!

## **Instructie Facebookberichten schrijven**

### **Denk na over de boodschap die je wilt vertellen**

Wat wil je met die ene post vertellen? Wil je gewoon een mooie foto laten zien en mensen inspireren of warm maken? Wil je antwoord op een vraag? Wil je iets delen, waarvan je wilt dat jouw lezer iets leert? Of wil je een week in jouw verblijf onder de aandacht brengen? Dit kan per bericht verschillen en juist de afwisseling is krachtig. En maak het de lezer makkelijk: zorg voor één boodschap of één vraag per bericht.

### **Bedenk de tekst die je wilt schrijven**

Vervolgens zorg je voor een tekst die past bij wat jij wilt overbrengen én bij de voice van jouw gastenverblijf. De lengte van het bericht is niet zo relevant: belangrijk is of het pakkend is. Als je een

interessant verhaal vertelt, is het niet erg als het iets langer is. Als je je verwondering uitspreekt over hoe mooi iets is, kun je dit vaak in één zin vatten.

#### **Zorg ervoor dat de eerste woorden pakkend zijn**

En belangrijk: begin de tekst met een paar pakkende woorden, want daarmee wil je de aandacht van de lezer trekken. Bijvoorbeeld: Dit is zo bijzonder. Of: Te gek! Of: een uitspraak van iemand. Ook kun je het begin van een verhaal vertellen. Varieer hier uiteraard in, maar wees je er bewust van.

#### **Facebookposts met foto's en video's worden vaker geopend.**

Foto's zorgen naast een pakkende tekst voor een extra trigger om het bericht te openen. Zorg echt voor een mooie, leuke of sfeervolle foto die horizontaal genomen is. Verticale foto's hebben minder impact, omdat de kleiner getoond worden. Als je een filter voor je foto's gebruikt, doe dit dan consistent. De foto kan ook hét onderwerp zijn van jouw post. Je maakt een foto en denkt: deze wil ik op Facebook plaatsen. Je post dan een mooie foto met een korte tekst erbij.

#### **Zorg voor een horizontale foto en plaats bij voorkeur één foto bij jouw bericht**

Maar het kan voorkomen dat je twee, drie of vier foto's wilt plaatsen. Bijvoorbeeld als je mensen wilt laten kiezen of als je een bepaalde sfeer wilt weergeven.

#### **Wil je een link van een pagina delen in jouw Facebookbericht, maar geeft deze pagina niet de foto in jouw bericht die je wilt?**

Plaats van eerst de foto die je wilt laten zien en voeg daarna de link in.

#### **Tips**

- Schrijf berichten van maximaal 3 – 5 regels. Alles wat onder de 'lees meer' tekst staat, wordt vaak niet geopend door bezoekers.
- Gebruik de juiste tone-of-voice.
- Gebruik altijd een call-to-action in je berichten: op deze manier betrek je mensen bij je bericht en je boodschap. Bijvoorbeeld: Koop je tickets hier / Bekijk de hele agenda
- Plaats altijd een link naar de website in het bericht zelf. De voorbeeldmogelijkheid van Facebook maakt dan automatisch een voorbeeld van de link en het bericht. Dit kun je checken door op 'voorbeeld' te klikken. Als de foto en de link goed naar voren komen, dan kun je vervolgens de link uit het bericht verwijderen.
- Tag altijd de juiste partners in je bericht als je hen vermeld. Dit zorgt voor meer bereik en meer interactie en meer zichtbaarheid. Dit doe je door het teken @ te typen gevolgd door de naam van de organisatie of persoon die je wilt taggen.
- Denk altijd na of je de volgende items beantwoord in je bericht: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe.

