



# Do's & don'ts op de social media

## Tips voor de verkiezing Green Building Award 2012

De oproep via pers, websites en social media om te stemmen voor de Green Building Award 2012 blijft bepaald niet onbeantwoord. Maar wat kun je allemaal doen om de projecten via social media nog meer onder de aandacht te brengen? Willie van den Heuvel, online marketeer bij de Holland Watch Group (Horloge.nl, Mastersintime.com en squiggly.com) en eigenaar van Scaut, geeft enkele tips.

Auteur: Ruud Jacobs

Op Twitter (#GBA2012) en via Facebook wordt volop 'gesproken' over de prijs voor het meest groene gebouw van Nederland. Er wordt lekker gestemd op alle genomineerde groene projecten. Welke tips heeft u om een project voor de Green Building Award zo goed mogelijk via de social media onder de aandacht te brengen? Kortom, de do's & don'ts van Willie:

1. Facebook is een vriendenkring en geen commercieel medium. Je hebt vrienden en je hebt kennissen. Beide moet je apart benaderen. De kennissen zijn vrienden van je vrienden en verder.
2. De follow-up van je boodschap moet duidelijk zijn. Gebruik een externe pagina om meer informatie te geven. Wees ook hier duidelijk en visueel. Denk aan wie er komt, je vrienden of je kennissen.
3. Plaats een bericht op Facebook niet te vaak en zeker niet meer dan eens per week. Ook hier geldt: overdaad schaadt.
4. Plaats geen kale post op Facebook, zo van: 'Ik doe mee aan de GBA'. Het enthousiasme moet in de boodschap duidelijk terug te vinden zijn. Maak bekend dat je meedoet aan de Green Building Award en vraag gerust op de persoon af om te stemmen.
5. Het is een proces van de lange adem. Begin dus op tijd. Subtiele herhaling verveelt mensen niet zo gauw en biedt de meeste kans op succes.
6. Twee keer hetzelfde bericht, dan zijn volgers al gauw klaar met je. Vergeet niet dat het bij Facebook erg eenvoudig is om "iemand" te blokken zonder dat je het weet. Kijk, ik heb 10.000 likes, maar verpruts je het één keer, dan heb je maar 50 die je werkelijk zien.
7. Verbind geen prijsvraag aan je oproep en stel geen cadeaus in het vooruitzicht. Dan krijgt je een publiek dat je na de actie zeker blokt...
8. Citaten zijn in de online wereld steeds belangrijker. De mond tot mond van vroeger geldt nu online. Dat is zeker belangrijk voor de vindbaarheid van je eigen project. Twitter en Facebook zijn belangrijk als kleine *branding tool* en leuke tools om dat te bereiken.
9. De eerste twee zinnen van een bericht moeten pakken en boeien, maar dan wel zonder commerciële boodschap. Wees jezelf, het moet een persoonlijke boodschap zijn. Mensen schrijven te vaak vanuit een bedrijf en niet van uit de persoon. Een bedrijf kan nu eenmaal niet praten.
10. Vergeet LinkedIn niet. Speciaal voor dit project kan dit medium zeer interessant zijn. Ben je actief op fora? Ook daar kun je vaak aangeven dat je meedoet of naar



evenementen gaat. Kleine boodschap, maar net genoeg om veel stemmen te winnen.

Voor alle genomineerden geldt: breng uw groene project onder de aandacht van het grote publiek en blijf in de race voor de Green Building Award 2012. Stemmen kan tot 1 september! Meer info: [www.helpikwileengroengebouw.nl](http://www.helpikwileengroengebouw.nl) en [www.greenbuildingaward.nl](http://www.greenbuildingaward.nl)