

fit!magazine





Waarom fitnesssondernemers Twitter wel/niet willen blijven gebruiken

Weet je nog, dat je voor je sportcentrum voor het eerst social media ging gebruiken? Waarschijnlijk was dat Hyves. Wanneer ben je begonnen met Twitteren? Ben je er nog actief?

Waarom gebruik je Twitter en social media eigenlijk voor jouw sportcentrum?

Volgens de laatste bekende cijfers is ongeveer 1 miljoen Nederlanders regelmatig actief op Twitter en hebben er 2,6 miljoen een account. En dat is veel. Missie is het aandacht trekken van zoveel mogelijk Twitteraars, die binnen jouw doelgroep en -bereik vallen.

De grootste denkfout bij social media

De vraag is natuurlijk hoe je de Twitteraars in jouw verzorgingsgebied bereikt. Gewoonweg een post plaatsen, dat gaat hem niet worden. Zelfs het bereiken van je eigen volgers op Twitter en andere social media

gaat niet eens zo gemakkelijk. Ga maar na, jouw volgers zijn niet permanent online. Ze zien alleen de meest recente berichten in hun timeline. Zij volgen naast jouw account ook andere Twitteraars. Als er toevallig net iets te veel tweets na jouw tweet komen, dan is de jouwe... niet meer zichtbaar in hun directe tijdlijn! Helaas is er (nog) geen algoritme in Twitter, dat bepaalt wat jouw volgers in beeld krijgen. Zoals onder meer in Facebook. Tja, daar gaat je aandacht.

Het potentieel én het probleem van Twitter

Kijk, de belangrijkste meerwaarde van Twitter is snelheid. Geen medium is sneller dan Twitter. Kan ook moeilijk anders, want je hebt slechts 140 tekens, inclusief spaties, komma's en tekstlinks. Ooit gebaseerd op sms in het pre-smartphone tijdperk. Het wordt onder meer door veel journalisten gevolgd. Echter, steeds meer niet-journalisten stappen over naar

alternatieven. Ook het ontbreken van het al genoemde algoritme telt flink mee.

Alternatief voor Twitter

Heb je we eens gehoord van Instagram? Van Snapchat? Van Pinterest? Zo ja, dan weet je wellicht ook dat Instagram 400 miljoen actieve gebruikers heeft. En dat Snapchat met 150 miljoen Twitter heeft ingehaald. Maar momenteel is het beste alternatief in mijn ogen voor Twitter... Facebook. Omdat daar nu ruim 9 miljoen gebruikers actief zijn, waarvan 65% dagelijks. Stel je voor, dat je daar werkelijk aandacht krijgt.

Conclusie

De conclusie is simpel: als jij denkt dat je via Twitter aandacht kunt trekken van Twitteraars, dan wil je daar vooral actief blijven. Mensen zijn en blijven actief op social media. Ga daar promoten, kennis en inzicht delen waar de mensen zijn. Op social media dus.



Aernout Leezenberg is oprichter van Hidden Profits Marketing en helpt met zijn bedrijf honderden fitnesscentra in 6 landen aan een constante stroom digitale walk-ins, onder meer via het genereren van aandacht op social media.

www.hiddenprofitsmarketing.com



Je opa op Twitter...

In januari publiceerde Newcom, zoals ieder jaar, haar rapport met betrekking tot het gebruik van Social Media in Nederland. Een opvallende trend bleek dat, alhoewel Twitter in het algemeen gebruikers verliest, het aantal 'ouderen' juist aan het toenemen is.

Jong en oud

Ouderen (zonder iemand te beledigen, maar men bedoelt iedereen boven de 65) zijn Twitter (en Facebook) aan het ontdekken en gebruiken. In tegenstelling tot jongeren, die massaal overstappen op meer visuele platforms als Instagram en SnapChat. Komt dat door alle veranderingen die Twitter aan het doorvoeren is? Of is het een natuurlijk verschijnsel dat jongeren meer gericht zijn op plaatjes en selfies en ouderen meer waarde hechten aan tekst en informatie? Het zal een mengeling zijn. Twitter is meer en meer een medium waar mensen

niet zo zeer een dialoog aangaan, maar hét platform waar je heengaat als je snel het laatste nieuws en sentiment wilt weten over wat dan ook.

#Hashtag

Nog altijd is Twitter dé plek waar, middels de hashtags, het laatste nieuws als eerste staat en het wordt meer en meer door nieuwsbedrijven en journalisten bevolkt. Niet alleen voor wereldnieuws, maar ook regionaal en lokaal. Twitter is ook nog steeds de plek om je event te promoten, zeker als de deelnemers ook actief gebruik maken van de hashtag op Facebook wordt het je bepaald niet in dank afgenomen als je met je zakelijke account zo'n 15 berichten op een middag het internet op slingert, terwijl dat op Twitter heel gewoon is.

Opa

Wat doet je Opa dan zoal op Twitter zul je je misschien

afvragen? Nou, die volgt het nieuws, de wijkagent, de lokale (voetbal)vereniging en hij maakt ook gebruik van webcare op Twitter van bedrijven en zal waarschijnlijk eens een tweet sturen naar het fitnesscentrum om te informeren naar de openingstijden. Kortom, vrij praktisch gebruik voor dagelijkse zaken, een aanvulling op de krant en in veel gevallen vervanging van telefoontjes naar klantenservices.

Meegaan met de tijd

Is dit handige informatie voor zakelijke Twitter gebruikers? Jazeker! Misschien niet voor alle branches, maar bijvoorbeeld zorginstellingen, dienstverleners, bedrijven in de recreatie-branche kunnen hier zeker op inspringen en zo Twitter optimaal gebruiken voor hun doelgroep. Twitter verandert, de Twitteraar verandert en daar kun je je boos over maken en afhaken of....je past je Twitter strategie aan!



Anne Marie Hazenberg is oprichter van NewMediaBrains en de SocialMediaMonteur en weet met haar bedrijf als geen ander hoe je social media goed kan inzetten en hoe je 'mediawijs' wordt in de wereld van de nieuwe media.

www.newmediabrain.com