

Holland loves Facebook en Buienradar

The screenshot shows the Facebook page for 'My Business Is Fitness'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for Home, Profile, and Account. The page title is 'My Business Is Fitness' with a location of 'Education · Melbourne, Australia'. Below the title is a row of five profile pictures. The main content area features a 'Wall' section with a 'Write something...' text box and a 'Share' button with options for Status, Photo, Link, and Video. A post from 'My Business Is Fitness' is visible, featuring a thumbs-up icon and the text 'REAL PERSONAL TRAINERS MY BUSINESS IS FITNESS'. Below the post is a comment box and a notification that 'You and 2 others like this'. To the right of the main content, there is an 'Admins (1)' section, a 'Use Facebook as My Business Is Fitness' section, and a 'You and My Business Is Fitness' section showing 76 friends who like the page. At the bottom right, there is a 'Quick Tips' section and an advertisement for 'My Business Is Fitness'.

Bij de top 4 snelste stijgers in aantal Google zoekopdrachten in de afgelopen jaren, staan liefst 3 social media! Aangevuld met, jawel, buienradar. Blijkbaar zijn social media en buienradars dus de zaken die Nederland online bezig houden. Ondertussen wordt Facebook stabiel het meest gezocht!

En daar kan fitness Nederland gebruik van maken. Jammer dat 87,7% van de sportschoolhouders dit nog niet doet...

Social donderwolk boven fitnessbranche

Iedereen is privé digitaal extreem bedreven. Ga maar na, de kans is groot dat je regelmatig te vinden bent op Google. En bankieren, dat doe je tegenwoordig toch ook digitaal? Je hebt vast minimaal 1 account op de bekende social media, 1 of meerdere emailadressen, je koopt én verkoopt online, je bekijkt filmpjes via uitzending-gemist.nl en Youtube, je boekt een vakantie online, je sluit online een verzekering af, je Skypet met je vrienden/familie die nu in het buitenland zijn, etc. etc. Toch? Dan ben je redelijk online bedreven, als je het mij vraagt.

Maar toch neemt het overgrote gedeelte van de fitnessondernemers deze kennis niet mee voor zijn bedrijf. Recent onderzoek wijst namelijk uit dat maar liefst 87,7% van de fitnessbranche bijvoorbeeld geen correct (of helemaal geen) Facebook pagina heeft. Best vreemd. Als je wel privé in staat bent om de juiste pagina aan te maken, dagelijks relevante content te posten en daarmee een vriendengroep van 150+ weet te creëren.

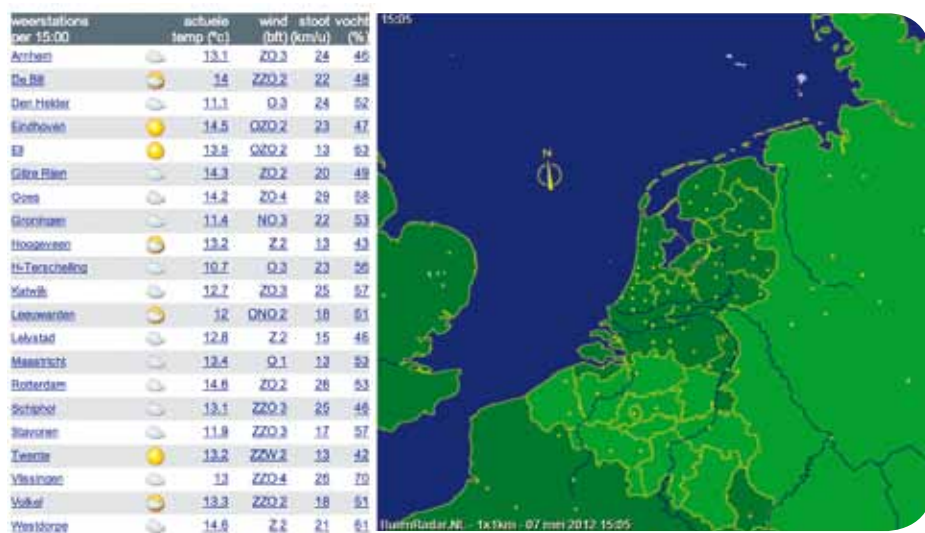
Vreemde vogels in de lucht!

Vaak gaat het in de vertaalslag van privé naar

zakelijk verkeer. Simpel voorbeeld: een bedrijf is alles behalve een persoon. Anders had je jouw bedrijf ook niet bij de Kamer van Koophandel ingeschreven. Toch heeft een aanzienlijk deel van de fitnesscentra een persoonsprofiel aangemaakt. Met alle nadelen van dien. Bovendien met het risico dat jouw pagina verwijderd wordt, een persoon moet tenslotte wel een écht persoon zijn (aldus Facebook). Vreemd dus.

Vreemd nummer 2: je kunt je afvragen hoe interessant jouw privé vrienden het vinden wat je vanavond gaat eten, maar blijkbaar is dat privé een reden om vriend te worden. 1 ding is wel zeker; jouw leden/klanten vinden dit alles behalve interessant. Net als aanbieding op aanbieding. Toch gebeurt dit zeer regelmatig. Vreemd.

Conclusie: het platform Facebook is en blijft hetzelfde. Privé en zakelijk. Je moet er alleen wel



goed over nadenken op welke knoppen je drukt. En wat je deelt met jouw publiek. Privé versus zakelijk!

Leren van de buienradar

Benader jouw Facebook anders eens als een buienradar. Bekijk eens kritisch waarom mensen massaal de buienradar bekijken. Laat ik het geheim verklappen, want zo moeilijk is het niet. Mensen bezoeken deze websites, omdat je zonder te klikken direct de relevante informatie vindt waar je naar op zoek bent. In 1 oogopslag gevonden waar je naar op zoek bent; blijft het droog, of gaat het regenen?

Tip; ga jouw Facebook pagina vanuit dit oogpunt bekijken. Stel je bent een lid (of stel: je kent 1.500 leden, wat een toeval); waar zou je naar op zoek zijn m.b.t. de eigen fitnessclub als je inlogt op Facebook?

Meetbaar resultaat

Zodra je dit weet, zorg dan dat je eerst de randvoorwaarden in orde hebt. En dat is op zijn minst een correcte bedrijfspagina. Daarmee kun je namelijk exact meten wat bijvoorbeeld het bereik van jouw berichten is. Facebook plaatst automatisch de meest interessante berichten prominent in beeld. Als het bereik afneemt, dan weet je 1 ding: de content die je verspreid is niet interessant genoeg! Likes en reacties zijn

belangrijk, maar niet heilig. Er is namelijk ook een (grotere!) groep die je bericht leest (al dan niet op de link klikt) en vervolgens weer verder gaat. Het kan heel goed zijn dat jouw doel op dat moment al bereikt is, zonder dat je dit terugziet in het aantal likes op dat bericht.

Tijd om jouw Facebook pagina én inhoud daarvan kritisch onder de loep te houden!



Succes!

Wouter Cornelissen - www.hiddenprofits.nl

Hidden Profits is hét online marketing bureau voor de fitnessbranche. De 1^o en enige Google Adwords Certified Partner in fitness & health. Klanten krijgen 300% Garantie. Meer informatie: www.hiddenprofits.nl



**Uw eigen
televisiekanaal
voor optimale
communicatie met
uw leden**

Smart TV is een interne televisieuitzending, narrowcasting en wordt geleverd in uw eigen huisstijl. U vult uw uitzending zelf. Dat kan heel eenvoudig. Het enige dat u nodig heeft is een computer met internet, één of meer televisieschermen en een abonnement op Smart TV, en met één of twee adverteerders verdient u de kosten binnen een maand terug.

www.mijneigenuitzending.tv

Curieweg 28, 2408 BZ Alphen a/d Rijn
T 0172 - 441 498 | info@overdevest-audio.nl

