

EEN BLIK OP SOCIAL MEDIA

Deze social media factsheet is gebaseerd op de Nederlandse markt
en speciaal geselecteerd voor de Nederlandse leisurebranche



FACEBOOK

1/7

MINUTEN
PER DAG
ONLINE OP
FB

9,6

MILJOEN
GEBRUIKERS

6,8

MILJOEN
DAGELIJKSE
GEBRUIKERS

FREQUENTIE

- Minimaal 3 keer per week
- Maximaal 1 keer per dag
- Beste tijd tussen 13:00 en 16:00
- 75% van de views in de eerste vijf uur
- Gebruik minder dan 80 karakters in je post
- Vooraf in te plannen via **Facebook** zelf

CONTENT

- Livestreamen
- Events aanmaken
- Video
- 360 graden foto
- Fotoalbums (13x meer kliks dan losse foto's)
- Foto's en visuals
- Links naar website of blog
- User generated content (foto van een gast)
- Content van anderen delen (vvv)

INTERACTIE

- Toine of voice: informeel: gebruik nooit u
- Likes, shares, reacties,
- Like andere relevante bedrijven
- Reageer of deel relevante posts van anderen
- Verbind je met je fans door te reageren op comments door middel van reactie of like.

TIPS

- Geen #hashtags op Facebook
- Gebruik unieke links, niet spammen
- Inhoud: maak leuke lijstjes, geef een kijkje achter de schermen.
- Geen YouTube links maar video via Facebook uploaden
- Niet geautomatiseerd publiceren (tweets niet automatisch op Facebook)



TWITTER

2.400

GEMIDDELD
AANTAL
VOLGERS VAN
TOP 100
HOTELS

2,6

MILJOEN
GEBRUIKERS

1/3

GEBRUIKT HET
DAGELIJKS

FREQUENTIE

- Minimaal 21 keer per week
- Tussen de 3 en 7 keer per dag
- Beste tijd tussen 13:00 en 15:00
- Gebruik niet meer dan 3 #hashtags
- Vooraf inplannen via **Tweetdeck** of **Tools**

CONTENT

- Livestreamen
- Video .. Seconde
- GIF (bewegende afbeelding)
- Foto
- Tekst + #hashtags
- Link naar website of blogartikel
- Link naar andere social media accounts

INTERACTIE

- Tone of voice: formeel
- Vraag om followers
- Reageer op vragen
- Retweet interessante en relevante tweets
- Neem contact op met twitteraars die jouw merk benoemen in hun tweets.
- Monitor je @mentions elke dag
- Volg andere relevante bedrijven

TIPS

- Veel posten (snel medium)
- Schakel analytics.twitter.com in
- Maak lijsten om relevante accounts te volgen (van bijvoorbeeld attracties in de stad)
- Tweets met foto's hebben 150% meer retweets



INSTAGRAM

2016

SNELSTGROEIENDE
MEDIAKANAAL

2,1

MILJOEN
GEBRUIKERS

0,9

MILJOEN
DAGELIJKSE
GEBRUIKERS

FREQUENTIE

- Minimaal 7 keer per week
- 1 tot 2 keer per dag (minstens 6 uur tussen de posts)
- Beste tijd tussen 14:00 en 15:00 of tussen 21:00 en 08:00
- Kan alleen mobiel en is niet in te plannen

CONTENT

- Foto's
- Visuals
- Reposts
- Video's van 15 seconden
- Link in bio
- Foto's (achter de schermen)

INTERACTIE

- Tone of voice: informeel
- Likes, reacties
- Vraag om followers
- Volg andere relevante bedrijven
- Deel je foto's ook via Facebook
- Laat elke week 1 tot 2 relevante reacties achter op gerelateerde accounts.

TIPS

- Gebruik relevante #hashtags
- Liken is net zo belangrijk als zelf posten
- Fotografeer vanaf boven
- Tag de locatie van je foto
- Gebruik Instagram Stories voor een kijkje achter de schermen
- Zet je account om in een bedrijfsprofiel (dan zie je de statistieken van je account)



PINTEREST

85%

VAN DE
GEBRUIKERS
IS VROUW

2,0

MILJOEN
GEBRUIKERS

0,3

MILJOEN
DAGELIJKSE
GEBRUIKERS

FREQUENTIE

- Plaats pins verdeeld over verschillende dagen in de week/maand → hoger in overzichten.
- Beste tijd tussen 14:00 en 16:00 of 20:00 en 01:00. Zaterdags zijn pinner het meest actief.
- Pins zijn lang houdbaar en blijven lang bekeken worden. Kwaliteit is belangrijker dan kwantiteit.
- De gemiddelde CTR wereldwijd van Pins is 1,1%, en bijna gelijk aan de CTR van Google.

CONTENT

- Goede foto's en afbeeldingen (verticaal)
- Links naar website (positieve invloed op SEO)
- Content van anderen delen
- Populaire categorieën in Pinterest: DIY (Do It Yourself), recepten, mode, architectuur en vakantie. Heb je een webshop in deze sectoren? Dan biedt Pinetrest zeker voordelen.
- Pinterestgebruikers → sneller over tot aankoop.

INTERACTIE

- Tone of voice: informeel
- Likes, repins
- Gebruikers zijn op zoek naar inspiratie in plaats van informatie.
- Ga de interactie aan: Reageer op pins, volg andere Pinner en Re-pin.
- Maak borden rondom thema's: gebruik mix van eigen pins, pins van andere websites en re-pins.

TIPS

- Maak **geen** catalogus van al je producten van je Pinterest account.
- Mensen spreken aan. Een kale productfoto wordt minder gedeeld dan een foto van een persoon die het product gebruikt.
- Een bord met tekst quotes of infographics werkt ook vaak goed!
- Integreer je website en andere social media.



LINKEDIN

17

MINUTEN
PER MAAND

4,2

MILJOEN
GEBRUIKERS

FREQUENTIE

- Maximaal 3 keer per week
- Alleen als het relevant is (updates)
- Beste tijd tussen 07:00 en 09:00 of 17:00 en 18:00, voor of na werktijd.
- Persoonlijke blogpost maximaal 1 keer per 2 weken
- In te plannen met **Buffer**

CONTENT

- Vacatures
- Blogpost
- Tekst (opropen)
- Links naar website, blog of filmpje
- Content van anderen delen
- Foto (losse foto)

INTERACTIE

- Tone of voice: formeel
- Likes, shares en reacties
- Vraag mensen om aanbevelingen
- Volg andere relevante bedrijven
- Reageer gelijk op reacties en feedback
- Laat je LinkedIn zien op je website en andere mediakanalen

TIPS

- Update de bedrijfsinformatie regelmatig
- Word lid van LinkedIn groepen
- Connect met weddingplanners en eventplanners en show je locatie
- Eenheid in foto's en profielfoto's van medewerkers en functieomschrijving

Verrijn Stuartlaan 34
2288 EL Rijswijk

info@ensanne.nl
+ 31 6-16 72 49 11

Zoek je meer informatie
of hulp? Neem dan
contact op met ensanne!

ensanne.nl

ensanne.nl
e-mail & content
marketing