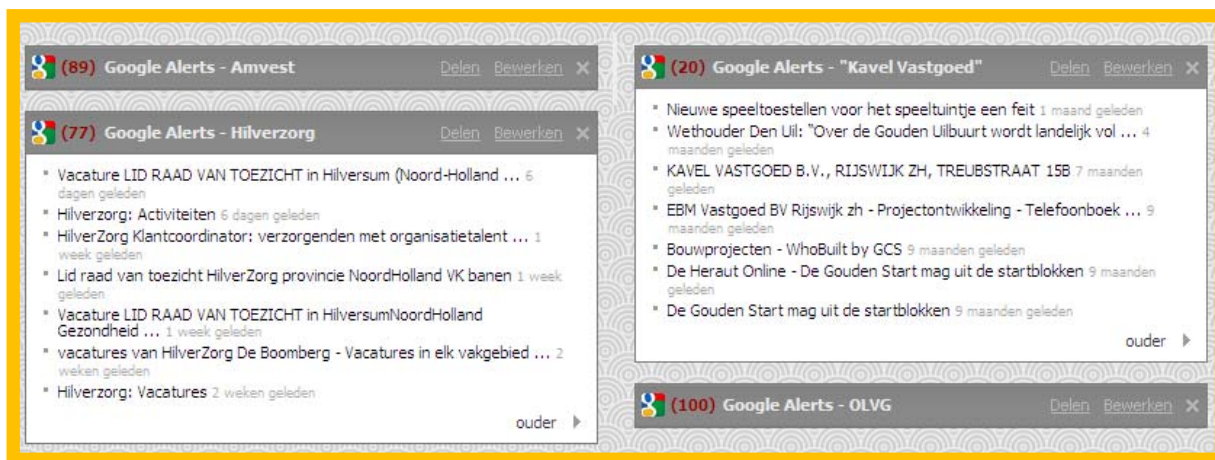




Social Media Monitoring

Wat is het

Social media monitoring is het in de gaten houden van wat er online wordt gezegd over bijvoorbeeld je merk. Je krijgt een berichtje of kunt het in een scherm aflezen als je merknaam voorkomt in iets dat online wordt gepubliceerd (een artikel, mening of reactie). Vaak kun je doorklikken en meelesen en als je wilt kun je reageren of andere actie ondernemen.



Stukje Netvibes-pagina dat het online gebruik van de merknamen van onze klanten Amvest, HilverZorg, Kavel Vastgoed en OLVG laat zien.

Wat moet je ermee

Nu bijna iedereen op internet zit en je via social media gemakkelijk ervaringen en meningen kunt delen, wordt het oude word of mouth (WOM) voor een groot deel overgenomen door het word of mouse. We kennen allemaal de kracht van mond-tot-mond reclame. Wel, de kracht van muis-tot-muis is nog veel groter. Meninge en reacties laten zich online heel gemakkelijk verspreiden naar een heel groot publiek. Voor merken is dat een gevaar, maar ook een kans.

Social Media Monitoring kun je inzetten voor:

1. Inzicht in doelgroep

Door mee te lezen met klanten kun je veel over ze leren. Wat vinden ze leuk, waar klagen ze over, waar kijken ze naar, wat lezen ze, wat maken ze mee. Hoe beter je de klant kent, hoe beter je ze kunt benaderen en bedienen.



2. Klantenservice

Onvrede over je product of dienstverlening kun je actief opsporen en verhelpen. Zo zet je potentiële klachten om in waardering.

3. Checken concurrent

Naast je eigen merk kun je ook bijvoorbeeld een concurrerend merk in de gaten houden. Wat doen zij en wat vindt men daarvan. Wie weet welke kansen er langskomen.

4. Onderkennen PR issues

Door actief te monitoren wat men over je merk zegt, kun je bijtijds actie ondernemen als er negatieve dingen uit de hand dreigen te lopen of juist meer publiciteit halen uit positieve zaken.

5. Effectmeting campagnes

Het soort en het aantal online 'gesprekken' rondom je merk zegt ook iets over het effect van merkcampagnes die lopen. Piekt het aantal? Wordt het positiever? Is er meer 'rumour around the brand'.

6. Eerste stap naar zelf social

Monitoren of luisteren is overigens ook een prima eerste stap om als merk zelf actief te worden binnen social media. Je kunt eerst even proeven wat er speelt en bekend worden met de verschillende social media.

Wat kost het je

Social Media monitoren kan van heel eenvoudig en gratis tot met behulp van betaalde tools. Denk in het eerste geval aan het uitzetten van Google Alerts, eventueel handig samengebracht in één dashboard. Betaalde tools zijn er ook weer van eenvoudig (uitgebreide service knipseldienst Clipit) tot meer uitgebreid (radian6, alterian etc.). Als je alles zelf doet, kost het je dus eigenlijk alleen wat tijd en moeite. Ben je niet zo handig of heb je geen zin of tijd, dan richt Meyson voor nog geen €500,- een Netvibes of iGoogle pagina voor je in met alerts voor maximaal 10 zoektermen. Met handleiding om zelf aanpassingen of uitbreidingen te maken.

Meer weten

Meer weten over Social Media Monitoring? Vraag ernaar bij je Meyson contactpersoon. We denken graag mee over wat voor jou het meest ideaal is. Ook voor een compleet Social Mediaplan, inclusief het monitoren, kun overigens je bij ons terecht.