

Social media: hoe kun je 't succesvol inzetten binnen je vereniging?

Social networks als Facebook, Twitter, Hyves en LinkedIn worden steeds populairder: niet alleen onder het toenemende aantal gebruikers, maar ook onder bedrijven, organisaties en verenigingen. Social networks zijn immers een interessant (en functioneel!) middel om bepaalde doelgroepen te bereiken, maar ook om de binding binnen een groep medewerkers of leden te versterken. Deze trend is de laatste tijd ook binnen duikverenigingen zichtbaar. Hieronder zijn vijf stappen benoemd die verenigingen op weg helpen bij het succesvol inzetten van social media.

Stap 1: welke social media gaan we inzetten?

Maak een keuze uit allerlei social mediakanalen en kies de social media uit die voor jouw vereniging gaan werken. Soms is het beter om één kanaal heel goed te doen, dan alles te willen. Bovendien passen misschien niet alle social media bij een (duik)vereniging! Maak dus een keuze uit (corporate) LinkedIn, (corporate) Hyves, (corporate) Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, whitepapers, MySpace en Wikipedia.

Stap 2: bepaal doelstellingen voor gekozen social media

Bedenk vooraf wat je met de gekozen social media wilt bereiken en bedenk ook aan welke verwachtingen je (vereniging) daardoor moet voldoen. Wil je Twitteren, dan zullen je leden interactie verwachten. Dit moet dan dus wel worden opgepakt door vrijwilligers binnen de vereniging! Twitter is overigens een ideaal middel om te zorgen voor meer transparantie. Laat de voorzitter bijvoorbeeld twitteren wat hij of zij binnen de vereniging meemaakt, en laat deze berichtjes terugkomen op een openbare of gesloten website. Op deze manier kun je je leden een kijkje in de keuken van de vereniging geven, iets dat ongetwijfeld gewaardeerd wordt. Behalve transparantie kunnen sociale media overigens ook andere doelstellingen realiseren: denk aan leden in contact met elkaar brengen, kennis uitwisselen, online samenwerken, vrijwilligerswerving, etcetera.

Stap 3: wie gaat wat doen?

Als de keuze van social media is gemaakt en de doelstellingen zijn bepaald, dient er goed te worden gekeken wie waar verantwoordelijk voor wordt. Indien je besluit een corporate Facebook-profiel aan te maken, wie gaan dit aanmaken en bijhouden? Hoe ga je ervoor zorgen dat er een netwerk rondom het Facebook-profiel wordt opgebouwd? Hoe houd je rekening met de interactie van leden? Met name op Twitter speelt dit laatste een grote rol. Het is belangrijk om snel te kunnen reageren op de reactie van leden en geen reacties te verwijderen. Een negatieve reactie van een lid moet kunnen, en daar moet het bestuur mee om kunnen gaan. Vaak vraagt dit een snelle reactie van degene die verantwoordelijk is voor een bepaalde account!

Stap 4: stel richtlijnen op voor social mediagebruik

Traditioneel gezien wil een bestuur controle hebben over wat iedereen zegt. De voorzitter doet in dat geval altijd het woord. Tegenwoordig zijn veel leden online actief op allerlei media. Zij vertellen hier namens hun vereniging over hun expertise, ervaring of mening. Het is dus belangrijk om (bijvoorbeeld tijdens een Algemene Leden Vergadering) afspraken met elkaar te maken over social mediagebruik!

Stap 5: doen!!

De laatste stap is het doen en (vooral) het blijven doen! Dit betekent dat het gebruik van social media geborgd moet zijn in de vereniging. Daarnaast moet er na verloop van tijd geëvalueerd worden om te kijken of de vooral bepaalde doelen behaald zijn - en zo niet, hoe deze alsnog kunnen worden behaald.

Bron: Verenigingsmanagement Online, 'Strategie en Social Media', Roos Kalisvaart, september 2010.

Op Frankwatching.com staat een interessant artikel over de [sterkes](#), [zwaktes](#), [kansen](#) en [bedreigingen](#) van social media. Een visuele samenvatting van dit artikel is hieronder te zien:



Bron: Frankwatching.com, 'Social Media SWOT', Arnout de Vries, mei/juni 2011

Danny van Brenk van UNIT4 heeft onlangs het boekje 'hoe je social media inzet voor jouw club' gelanceerd. Dit interessante en makkelijk leesbare document is geschreven voor voetbalverenigingen, maar de tips en adviezen zijn uiteraard ook op duikverenigingen van toepassing. Nieuwsgierig? De online versie van het boekje is [hier](#) te vinden.



Wil je meer weten over dit onderwerp? Neem dan contact op met Anne Schulze:
E anne.schulze@onderwatersport.org
T 0318 55 93 47