

Schrijven voor social media

Schrijven voor sociale media zoals Twitter, Facebook of Instagram vereist enkele handvatten. Zie het als richtlijnen. Meer niet. Van informeren tot stimuleren en activeren: benut de drie pijlers van social media en formuleer jouw uitingen zo compact mogelijk. Redeneer vanuit *pull* en vermijd *push*. Klinkt eenvoudig en dat is het ook.

Probleem is alleen dat social media zich niet aan conventies houden. Een goede *tweet* of *post* kan zomaar verkeerd uitpakken. Omgekeerd kan een een slechte tekst opeens *viraal gaan* en stiekem toch een hoger doel dienen. Lekker dan. Wat nu? Alles loslaten en ongecompliceerd experimenteren? Nee, pas de **drie pijlers van social media** met gezond verstand toe en houd rekening met onderstaande tien tips. Dan komt het goed. Tenminste. dat hoop je.

Tien tips

- 1. Blijf bij één onderwerp**
Op social media heb je doorgaans niet de ruimte die je hebt op webpagina's. Bedien het publiek op maat en schrijf bij voorkeur in een uiting over één afgebakend onderwerp. Heb je meer te melden? Benut meerdere berichten. Maar prop niet krampachtig alles in een tweet of een post.
- 2. One call to action at a time**
Abonneer je nu, bestel een informatiepakket en deel dit bericht met je vrienden. Euh... hoe dan? Beperk socialmedia-uitingen tot één actiepunt. Beklim de ISA-ladder zorgvuldig en herhaal indien nodig als je wilt dat mensen meerdere dingen doen (of: laten). Ook hier geldt: doseren is het sleutelwoord.
- 3. Concise and clear writing**
Op social media gelden andere beleefdheidsconventies. Vermeld expliciet wat de bedoeling is. Doe dit zonder voorbehoud. Voorbehoud decodeert een socialmediagebruiker als twijfel. Wees niet bescheiden. Ram de boodschap erin. Desnoods met een gebiedende wijs. Mag best. Liever iets te direct dan iets te vaag.
- 4. Schrijf directief en actief (in het heden)**
Met weinig ruimte in *tweets* en *posts* is het de kunst om meer te zeggen met minder woorden. Hoe? Vermijd lijdende vormen, naamwoordstijl, modale werkwoorden, te-constructies en andere ellende. Schrijf ook in in de tegenwoordige tijd en elimineer voltooid verleden tijd (want: oud nieuws). Bij social media geef je mensen echt het gevoel dat zij deel uitmaken van 'het moment' waarin je *post*. Morgen interview ik Patty Brard. Welke vraag wil jij dat ik namens jou aan haar stel. Laat het me weten [#interview](#) [#pattybrard](#) [#steljevraag](#)
- 5. Schrijf zo objectief mogelijk**
Huh? Waarom dan? Je mag toch niet bescheiden zijn? Klopt. Alleen hebben socialmediagebruikers een hekel aan superlatieven in tekst: Neem nu deel aan de **zeer inspirerende** schrijftraining van Toine en leer schrijven als een **ultieme** expert. Jaheur. Zal wel. Let op: dit punt geldt alleen voor schrijven. In audio- en videoblogs is het de gewoonste zaak van de wereld om jezelf of jouw organisatie de hemel in te prijzen.
- 6. Eindig een bericht met follow-up interactie**
Een standaard verwijzing naar een website of blog is okee. Maar het is nog veel interessanter als je mensen via social media mobiliseert om meer te doen. Bijvoorbeeld om een bericht verder te delen, een bericht te *liken*, een reactie achter te laten, een volger of abonnee te worden of... vul zelf maar in. Volgens de richtlijnen eindig je berichten op social media met een korte oproep die leidt tot (zinvolle!) interactie. **Let op:** De oproep moet logischerwijs voortkomen uit de inhoud van het bericht. Andersom werkt niet. Dus niet: mensen oproepen tot interactie en daarna toelichten wat mensen er wijzer van worden.

7. **Faciliteer 'viraal gaan'**

Op social media weet je wat wel en niet werkt. Wil je meer volgers? Volg anderen die invloedrijk zijn binnen een bepaald aandachtsgebied (influencers). Lift mee op de #hashtags van deze influencers en adresseer hen met mentions. Doe dit vanuit kracht en niet vanuit zwakte. Een vraag stellen aan een influencer? Prima, maar zorg er wel voor dat de vraag in het belang van meerdere mensen en niet alleen in het belang van jezelf.

8. **Houd contact**

Interactie aangaan met anderen en vervolgens een tijdje aan de zijlijn blijven staan? Doe. Het. Niet. Je verliest contact en mensen nemen je niet meer serieus. Onderhoud is van cruciaal belang op social media. Bij voorkeur real time indien mogelijk. Heb je een bericht geplaatst? Monitor dan minimaal 24 uur de reacties en reageer op mensen die de moeite nemen om contact te zoeken. Doe je dit niet, dan raak je ze kwijt. Vind je contact onderhouden lastig? Begrijpelijk. Plan dan je socialmedia-uitingen zorgvuldig in. Zorg voor vaste contactmomenten, zo voorspelbaar mogelijk. Bijvoorbeeld elke ochtend om 11.00 uur. En reageer dan tot 15.00 uur in real time. Daarna monitor je minder intensief.

9. **Vermijd fitties**

Nee, dit heeft niets te maken met de sportschool(-). Spontaan communiceren via social media is een pre. Je laat zien dat er een mens van vlees en bloed achter een socialmediakanaal schuilt. Heel goed. Het zijn niet voor niets sociale media. Maar wees wel altijd alert. Let op woordkeuze, tekst en sub-tekst en blijf objectief. Een post over een televisieprogramma waarbij je op humoristische wijze een presentator bekritiseert kan zomaar resulteren in een confrontatie met de fans van de presentator. Reageer je in een draadje op een onderwerp met een politieke lading, dan krijg je zomaar opeens voor- of tegenstanders achter je aan. Of beiden. Wees altijd alert. Je hoeft niet noodzakelijkerwijs veilige berichten te plaatsen, maar anticipeer wel op wat er kan gebeuren. Sociale media veranderen vaak in asociale media en daarbij hebben goede bedoelingen soms een flinke *backfire*.

10. **Metten is weten**

Reacties monitoren is hard nodig als je schrijft voor social media. Je kunt er nog honderd toptienlijstjes tegenaan gooien, maar uiteindelijk gelden voor verschillende platforms en verschillende aandachtsgebieden ALTIJD afwijkende richtlijnen. De enige manier om te ontdekken wat wel en wat niet werkt is door continu te monitoren. En ja, fouten maken mag. Fouten zijn goed. Leer van de dingen die niet goed gaan en maak je fouten zichtbaar. Zo toon je aan het publiek dat je mensen serieus neemt. Dan ben je 'echt'. Experimenteer naar hartelust en zorg voortdurend voor nieuwe, uitdagende content. Ook als je daarbij af en toe de deksel op de neus krijgt.