

Inzicht in digitale communicatie

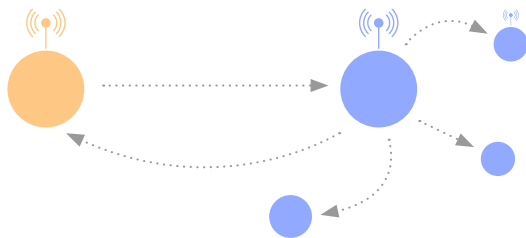
5 goede vragen te
stellen

#1. Digitale communicatie, wat is dat precies?

Digitale communicatie is een nieuwe manier van communiceren, gebaseerd op het delen en uitwisselen van informatie op alle mogelijke kanalen die het Internet ons aanreikt.

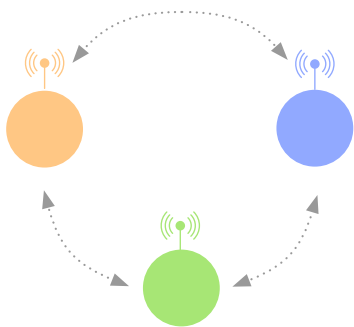


Zoals bij elke vorm van communicatie is er een verzender - uzelf - en een ontvanger, de internetgebruikers.



Het bijzondere aan digitale communicatie is dat de ontvanger zelf een verzender is op het Internet en hij of zij kan zodoende uw boodschap eenvoudigweg delen met nieuwe ontvangers. Zij kunnen op hun beurt dezelfde boodschap verder verspreiden.

Dat is wat we het netwerkeffect noemen.



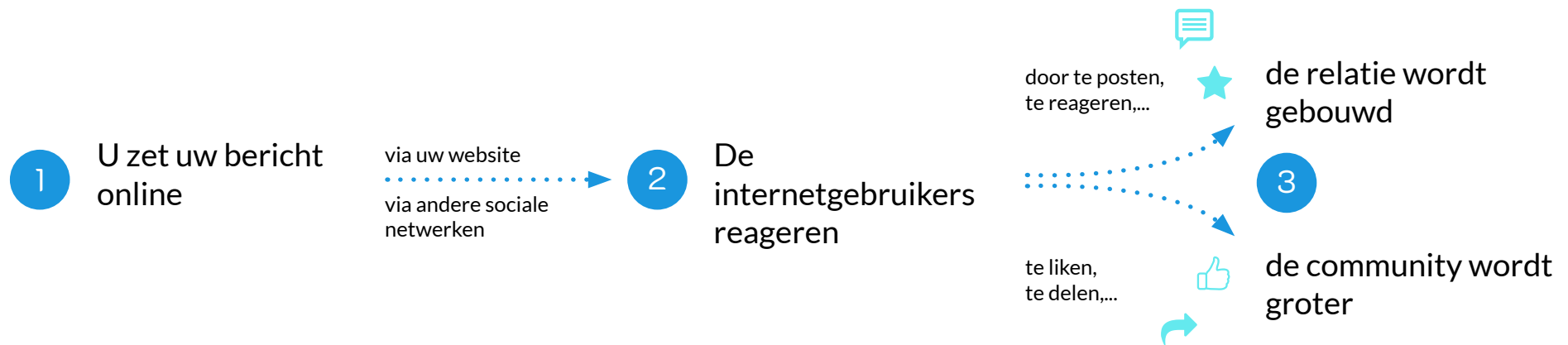
In het geval van een commerciële groepering, is het netwerk drievoudig, namelijk :

- uzelf
- mogelijke klanten uit uw wijk
- de handelaars in uw wijk

Elk van deze spelers speelt een rol in de communicatie rond uw commerciële wijk, de activiteiten en de evenementen die er plaats vinden en de initiatieven die er worden gelanceerd.

#1. Digitale communicatie, wat is dat precies?

3 etappes en één gouden regel



1 gouden regel: hoe meer contact u zoekt met uw community, hoe beter.

Om verder te gaan

4 U kan de reikwijdte en de efficiëntie van uw communicatie meten en ze aanpassen in functie van de resultaten.



Tools
Google Analytics
Hotjar
Rapporteringstools van Facebook,...

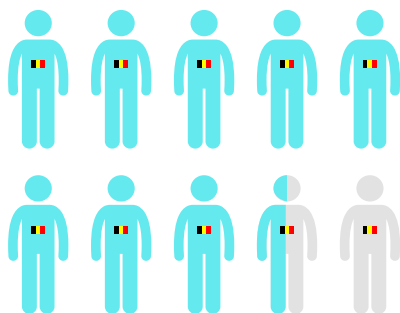


But
Pas de inhoud van uw berichten aan in functie van de interesses van uw community
Pas de vorm van uw berichten aan in functie van deze die het meest gedeeld worden
Pas de momenten waarop u berichten post aan in functie van het moment waarop uw community het vaakst reageert,...

#2. Digitale communicatie, waarvoor dient het?

Het zoeken van informatie, meningen consulteren, communiceren in real time, uw weg vinden...

Meer dan 8 op de 10 Belgen communiceren dagelijks via Internet.



De Top 3 van hun activiteiten:

Het opzoeken van informatie

Iedereen gebruikt zoekmotoren op informatie te vinden over handelaars, restaurants en activiteiten in de buurt.

Het evalueren van een product, een handelszaak of een activiteit

De meesten gebruiken het om de meningen van andere internetgebruikers te consulteren over een bepaald product, dienst, handelszaak of activiteit.

Het lokaliseren van een bepaalde plaats

De meesten gebruiken het om het adres te vinden van bijvoorbeeld een restaurant, een handelszaak of een activiteit en om hun reisroute te berekenen.

Dankzij een goede digitale communicatie kan u uw commerciële wijk er doen tussen uitspringen en uw klanten hebben bovendien gemakkelijk toegang tot de zaken die hen interesseren.

U kan ook nieuwe klanten aantrekken die uw wijk kunnen ontdekken en dit kan met een beperkt budget.

#2. Digitale communicatie, waarvoor dient het?

Naambekendheid opdoen, de aandacht trekken van nieuwe klanten, een relatie onderhouden met bestaande klanten en in contact staan met uw community.

Heel concreet, en dankzij digitale communicatie...

Kunnen klanten

- ✓ **eenvoudig** het adres en openingsuren **terugvinden** van een handelszaak
- ✓ **rechtstreeks in contact treden** met uw vereniging of met andere handelaars in uw wijk om hun vragen te stellen.
- ✓ **hun mening delen** over uw wijk, de goede adresjes, de hartelijkheid ... en uw wijk er doen uitspringen.

U kan

- ✓ de **handelszaken in uw wijk** promoten en **nieuwe handelaars** aankondigen.
- ✓ doen **praten over evenementen** die in uw wijk georganiseerd worden en voorzien **hoeveel mensen zullen komen**.
- ✓ **praktische informatie delen** die uw klanten kan interesseren, over nieuwigheden zoals parking in de wijk, wegomleidingen wegens de organisatie van de rommelmarkt, ...

Kunnen handelaars

- ✓ **communiceren** rond de data de uren dat zijn gesloten zijn of met jaarlijkse vakantie gaan,...
- ✓ hun promoties en seizoensgebonden initiatieven **delen...**
- ✓ **in contact komen** met hun klanten en potentiële klanten.

Om verder te gaan

U kan de handelszaken in uw wijk aanmoedigen om hun fiche aan te maken op Google My Business, zodat ze een geolocatie hebben op Google Maps, zodat ze opduiken in lokale zoekresultaten en zodat de openingsuren gemakkelijk te consulteren zijn.



Tools
Google My Business



But
De handelszaken in uw commerciële wijk goed referenceren op Google Maps

#3. Welke tools kiezen?

Digitale communicatie is ontstaan dankzij de evolutie van het internet en ontwikkelt zich op het ritme van de numerieke innovatie, uitzonderlijk snel. Er bestaan vandaag heel handige tools om met uw klanten te communiceren.

4 grote families van tools in digitale communicatie



Sociale netwerken

Sociale netwerken zoals Facebook of Instagram staan u toe om over de evenementen in uw wijk te praten, zoals bijvoorbeeld de data van de solden, kerstmarkten, etc.

Websites

Uw website is het uithangbord van uw wijk, en omvat een lijst met handelszaken, de openingsuren, routebeschrijvingen...

Mobiele applicaties

Mobiele applicaties zoals WhatsApp of Messenger stellen u in de mogelijkheid om real-time te communiceren met uw klanten en op hun vragen te beantwoorden.

E-mails en nieuwsbrieven

e-mails en nieuwsbrieven zijn eenvoudige manieren om het publiek kennis te doen maken met de activiteiten in uw buurt, en dit op regelmatige basis.

Om verder te gaan

U kan Facebook evenementen aanmaken voor elke activiteit die in uw wijk plaatsvindt.

U kan meten hoeveel geïnteresseerden en hoeveel deelnemers er zijn.

U kan een blog toevoegen aan uw website.

U kan er op regelmatige basis praten over initiatieven die uw wijk doen opleven.

Maak een WhatsApp groep aan om te communiceren met de handelaars in uw buurt.

U kan de informatie delen die u wenst en kijken of uw bericht gelezen werd.

Stel de handelaars in uw buurt voor om bepaalde content te delen in nieuwsbrieven.

Op deze manier kunnen zij hun promotieacties delen.

#3. Welke tools kiezen?

Dankzij alle digitale tools kan u uw boodschap gemakkelijk verspreiden, of het nu gaat om tekst, foto's, of beter video's.

Welke criteria gebruiken?

 uw doelstellingen

Wilt u bekendheid bij een groot publiek? Wilt u een evenement promoten? Een wijziging in uw wijk bekend maken?

 de aard van uw boodschap

Wat wilt u graag delen? De lijst met handelszaken in uw wijk, de startdata van de solden, de video van een evenement, de organisatie van een buurtfeest, de komst van een nieuwe zaak?

 tijd

Heeft u bepaalde wekelijkse momenten waarop u uw digitale communicatie kan verspreiden? Kan u dit uitbesteden aan het collega?

 uw budget

Heeft u een budget voorzien voor digitale communicatie? Gaat het om honderden of duizenden euro's?

 uw digitale competenties

Met welk gemak gebruikt u numerieke tools? kent u het verschil tussen een Facebook pagina en een Facebook profiel? Weet u hoe een comment post op een blog? Heeft u zin om bij te leren, of besteedt u het liever uit?

 Een website en een Facebook pagina is vaak de winnende combinatie voor een handelsvereniging.

#4. Hoe best uw community entertainen?

Om uw community te vermaken en aldus te doen groeien, moet u haar voeden met interessante inhoud en er op aan sturen dat er interactie is.

5 tips om te onthouden

#1 Laat geen enkele vraag onbeantwoord

Als een klant vraagt op welk uur de braderij begint, of wanneer een handelszaak definitief sluit, **neem dat de tijd om hem of haar te antwoorden.**

Hoe sneller hoe beter : sociale netwerken houden rekening met uw responstijden om zo uw reputatie te bepalen.

#2 Vertel verhalen

Als u communiceert over een evenement of over de opening van een nieuwe zaak, doe dat dan goed op **voorhand**, post foto's en video's **tijdens** het evenement en deel ook de **feedback** nadien.

Stel uw community voor om comments te posten over de nieuwe zaak, dit is een heel goede manier om uw wijk te promoten.

#3 Voeg eens iets anders dan alleen tekst toe aan uw boodschappen

Voorzie de informatie van een mooi plaatje, **bij voorkeur eentje in kleur.**

Heeft u geen foto's? Gebruik dan een gekleurde achtergrond, of werk met emoticons. Ook dat zal de aandacht trekken!

#4 Post op regelmatige basis

Om een community te doen leven, moet ze voldoende gevoed worden.

Houdt u aan **één publicatie per week.**

Post af en toe video's, af en toe foto's en af en toe tekst, of deel nieuwtjes die uw community kunnen interesseren.

#5 Betrek de handelaars uit uw wijk

Nodig de handelaars uit uw wijk uit om hun **informatie te delen** op het sociale netwerk van uw vereniging.

Wanneer u een publicatie doet op Facebook, kan je hen taggen met @ en hun gebruikersnaam om hen te identificeren en aldus hun visibiliteit te vergroten.

U heeft niet elke week tijd?

- ✓ Gebruik de planning tools die sociale netwerken voorstellen zodat u verschillende posts kan programmeren voor de weken die volgen.
- ✓ Tools zoals Buffer en Hootsuite staan zelfs toe dat u met een unieke login op alle sociale netwerken tegelijk kan posten.

#5. Hoe kan u uw website best voeden?

Dankzij uw website kan u communiceren over alles wat er in uw handelswijk gebeurt, zeker wanneer uw webstek echt interessante, juiste en actuele informatie aanbiedt.

Informatie die uw community nuttig vindt

Internetgebruikers gebruiken websites vooral om interessante informatie te raadplegen. Beantwoord dus op uw website mogelijke vragen die in uw community de ronde doen, zoals

- ✓ de openingsuren van handelszakenles
- ✓ hun adres
- ✓ wanneer het solden zijn
- ✓ parkeermogelijkheden

Zorg ervoor dat al deze informatie gemakkelijk bereikbaar en duidelijk is.



Een internetgebruiker verlaat uw website als hij na 3 seconden niet gevonden heeft wat hij zoekt.

Correcte informatie die altijd up-to-date is

Internetgebruikers gaan op zoek naar juiste en nuttige informatie. Het is aldus belangrijk dat de informatie die ze zien op uw website duidelijk en vooral correct is!

Stel u voor hoe frustrerend het is dat u zich voor een gesloten winkel bevindt omdat de uitbater met vakantie is... terwijl u wel degelijk de website heeft geraadpleegd en dit niet vermeld werd.

Zorg er aldus voor dat de informatie die u deelt op uw website correct is en pas aan waar en wanneer nodig.



Een op de twee internetgebruikers die op verkeerde informatie valt, is ontevreden en zal geneigd zijn deze ontevredenheid te delen op sociale netwerken.

Actuele informatie die regelmatig geüpdatet wordt

Internetgebruikers bezoeken websites ook omdat ze nieuwsgierig zijn. Publiceer daarom berichten rond de actualiteit in uw wijk, zoals

- ✓ de activiteiten van de week
- ✓ lokale initiatieven
- ✓ portretten van de handelaars
- ✓ nieuwtjes uit de gemeente

U heeft hiervoor niet veel nodig, een blog met een artikel per week is voldoende om uw bezoekers zin te doen krijgen om terug te keren naar uw webstek.



Een website die niet regelmatig gevoed wordt met nieuwe inhoud, wordt minder goed weergegeven via zoekmotoren dan anderen die dit wel doen.

Een vraag?

www.tutos.brussels

EEN VRAAG? AARZEL NIET OM CONTACT OP TE NEMEN
PER E-MAIL OP [INFO@TUTOS.BRUSSELS](mailto:info@tutos.brussels)