

Sociale redactie: uw eigen redactieteam sociale media

Kern van het probleem: 'shareholder first'

Wordt u nog gehoord? We leven in een wereld waarin het dominante organisatiemodel gericht is op het scheppen van 'shareholder value' of aandeelhouderswaarde. Hierdoor ontstaat een enorme druk op bedrijven en mensen om te presteren en 'geld in het laatje' te brengen. Geld verdienen is niet het probleem, de allesoverheersende focus en druk wel. Die eenzijdige commerciële focus veroorzaakt veel schade, ook in de communicatie: er is een overvloed aan content, waardoor uw doelgroep overprikkeld raakt en voor u steeds moeilijker bereikbaar wordt.

Kern van de oplossing: 'stakeholders first'

'Steeds meer' is dus niet het antwoord, 'steeds beter' wel. Wanneer u uw doelgroep en stakeholders uitnodigt om de dialoog aan te gaan over plannen, doelstellingen en gedeelde belangen zullen zij zich gehoord voelen. Het is daarbij wel van belang om te beseffen dat stakeholders een ander perspectief op de wereld hebben dan u en dat gelijkwaardigheid en 'uw impact' fundamentele uitgangspunten zijn. Inventariseer welke thema's een rol spelen en prioriteit hebben. Gaandeweg bouwt u vertrouwen op. Vanuit een vertrouwenspositie wordt de kracht en het inzicht van het collectief ontsloten en komen zaken in beeld als cocreation, coproduction, citizen ownership, en pull economies. Belangrijke trends voor de toekomst van uw organisatie.

Afstemming en samenwerking op basis van 4 x i

Om als 'online' verlengstuk voor uw organisatie te kunnen optreden is een grondige afstemming nodig. Het sociale redactieteam van BlueGear moet weten en 'voelen' waar de nuances liggen en die kunnen verwoorden en verbeelden. Alle redacteuren zijn (taalkundig) hoog opgeleid en gepokt en gemazeld in het gebruik van sociale media. Bij de inrichting van de samenwerking betrekken we uw huisstijl en informatiebronnen, we analyseren uw interne en externe omgeving (keywords, trends, publieksgroepen) en maken gebruik van checklists en stijlgidsen. 'Stakeholders First' kan desgewenst in de vorm van workshops worden aangeboden. 'Stakeholders First' betekent dat uw communicatie op basis van de volgende principes wordt ingericht:

- **identificatie:** wie zijn we, wat is onze visie, met wie identificeren wij ons, voor wie bestaan we?
- **inventarisatie:** wie zijn onze stakeholders, met wie zijn we nu al in gesprek?
- **intentie:** wat is ons doel en onze diepste intentie?
- **integriteit:** laten we de belangen van de stakeholders heel en ongeschonden, wat is onze impact?

Uw sociale media onder controle

Na deze afstemming gaan de redacteuren online aan de slag en produceren we aansprekende content op sociale media en pakkende foto's of illustraties. Uw online aanwezigheid wordt gemonitord en van rapportages voorzien met de tools van [iMonitoring](#). Er zijn verschillende gradaties aan te brengen in uw online aanwezigheid die afgestemd wordt op budget en ambitieniveau. Uw online ambities kunnen in fases worden gerealiseerd:

- **Reactief:** we zorgen voor monitoring en waar nodig voor reacties op sociale media.
- **Actief (push):** we produceren in overleg met u nieuwe content voor Twitter, Facebook, blogs, nieuwsbrieven, etc.
- **Proactief (pull):** we gaan actief op zoek naar leads, nieuwe relaties, en halen de banden aan met bestaande stakeholder-relaties. We nemen het initiatief tot dialoog en houden het gesprek gaande.

Als resultaat mag u verwachten: rust in de communicatie en uw team, stakeholders die zich gehoord en begrepen voelen, erkenning en waardering voor uw positie en leiderschap in de branche.