

Hieronder mijn conclusie per social media kanaal en uiteindelijke conclusie.

Conclusie Instagram:

Op Instagram worden vooral visuele promoties gemaakt. Echter actief zijn op Instagram betekent wel dat er in Nederland 6 miljoen gebruikers zijn die naar geplaatste posts kunnen kijken. Hoewel Saemen geen visueel product heeft kunnen er wel posts gemaakt worden met verhalen, infographics, nieuwsartikelen of waardevolle informatie. Op Instagram kan er gebruik gemaakt worden van hashtags zodat onze posts snel gevonden kunnen worden door bewindvoerders. Op Instagram kan er makkelijk interactie gegenereerd worden doormiddel van tags, comments, likes en shares. Hiernaast heeft Instagram de hoogste engagement rate van alle social media kanalen. Aantrekkelijke en goed bewerkte afbeeldingen werken goed op Instagram. Ook biedt Instagram hoge engagement. Hoewel Saemen hier geen visueel product kan promoten is er wel de mogelijkheid om dus verhalen etc. te delen voor meer interactie met de bewindvoerders / minima om zo een positief beeld te schetsen en te zorgen dat bewindvoerders gaan saemenwerken of meer gaan doen binnen de bestaande Saemenwerking.

Op alle vlakken van engagement komt Instagram als beste uit de test. Bedrijven zetten veel posts op Instagram, en daarnaast is de engagement hier het hoogst, samen met de comments en shares.

Conclusie LinkedIn:

LinkedIn is bij uitstek het platform voor B2B. Dit is een match voor Saemen en bewindvoerders omdat dit een vorm is van B2B. Hier worden voornamelijk posts geplaatst met o.a. informatie, infographics en behaalde prestaties. LinkedIn telt minder dagelijkse gebruikers, echter zitten er op LinkedIn meer zakelijke connecties waar Saemen iets aan heeft. Ook heeft LinkedIn een hoge engagement rate t.o.v. andere sociale media kanalen.

Conclusie Facebook:

Op Facebook kunnen vooral persoonlijke verhalen gedeeld worden en nuttige infographics. Facebook telt dagelijks zo'n 7 miljoen gebruikers in Nederland wat maakt dat Saemen een groot bereik kan hebben op dit platform. Ook is de doelgroep van Facebook veel gericht op volwassenen en ouderen. Op Facebook kan eigenlijk alles gedeeld worden, blogs, posts, infographics. Facebook is hiermee ook een stuk minder visueel dan bijvoorbeeld Instagram en geeft voor Saemen de mogelijkheid om positieve aandacht te richten op het bedrijf. Facebook heeft over het algemeen een lage engagement rate van 0.30% op een account met <5000 volgers.

Uiteindelijke conclusie:

Op basis van cijfers zijn Instagram en Facebook goede platformen om Saemen op te promoten. Hier zitten de meeste dagelijkse gebruikers op, namelijk gemiddeld 6 en 7 miljoen gebruikers per dag. Ook is het voordelig om meerdere kanalen te gebruiken om op die manier zoveel mogelijk bereik te hebben. Op basis van engagement en hoe andere bedrijven hier op inspringen zijn Facebook, Instagram en LinkedIn de beste keuzes voor Saemen. Instagram heeft gemiddeld de meeste shares en comments van alle sociale media kanalen. Instagram en Facebook hebben ook allebei de hoogste engagement rate met 0,5 en 0,3 procent. De content die op deze kanalen gepost kan worden zal voornamelijk tekstueel zijn. Doordat er geen visueel product is om te promoten kunnen er op alle kanalen simpele afbeeldingen gemaakt worden met nuttige informatie (over Saemen) of infographics die gepost kunnen worden, of bijzondere verhalen waarbij Saemen in een positief licht staat. Hierbij is het belangrijk dat de content consistent is, er hashtags gebruikt worden en er interactie is met het publiek (wanneer er gereageerd wordt onder een post de reactie liken of terug reageren). Al met al is mijn mening dat Saemen profijt kan halen uit het beginnen van een Instagram kanaal, tezamen met een Facebook kanaal, aangezien Saemen al actief is op LinkedIn. Echter heeft LinkedIn meer voordelen t.o.v. Instagram en Facebook. Het is dus de afweging maken om op meerdere kanalen Saemen te promoten of om vol in te zetten op LinkedIn.

Om zeker te weten of bewindvoerders daadwerkelijk het meest actief zijn op deze drie kanalen is het belangrijk om een enquête uit te sturen naar meerdere bewindvoerders. Hiermee kan ik achterhalen of mijn aannames op basis van dit onderzoek kloppen, en of ik content kan gaan maken voor Instagram en Facebook, of dat LinkedIn de focus krijgt.