

Socialmediamarketing

Elke dag iets doen

Hoe kan social media je helpen bij het vergroten van je toegankelijkheid als notaris? Hoe bind je op die manier consumenten en relaties aan je? Jannetta Dorsman geeft een aantal tips.

TEKST Mechtelt Lindenhovius | BEELD Okapi

BEPAAAL JE STRATEGIE

Bij het gebruik van social media draait het om meer dan alleen de juiste knoppen vinden of juiste velden invullen. Daarvoor zijn er allerlei praktische tips, maar je moet eerst nadenken over je strategie. Wie ben je als persoon? Welk kantoor heb je of wil je hebben? Welke klanten horen daarbij en met welke problemen lopen zij rond? Wat is je gezicht naar buiten toe? Mensen doen zaken met mensen. 'Hé ik ken *jou*', dat speelt een belangrijke rol bij de keuze van consumenten voor een bepaalde dienstverlener. Daarom is het belangrijk herkenbaar te zijn. Ik merk dat notarissen – maar daarin staan ze niet alleen – een actie via social media die goed werkt, willen kopiëren. Maar zo'n media-actie moet passen binnen je eigen strategie. Dan kost het je minder moeite én werkt die ook.

Dagelijkse routine

Een goede socialmediastrategie kost tijd. Je kunt wel een training volgen, maar dan? Je gaat naar huis met een dot aan informatie en theorie, maar terug in de hectiek van alledag verzandt alles wat je had voorgenomen. Er is dus een gat tussen leren en doen. Door dagelijks ermee bezig te zijn, wen je langzaam aan die nieuwe media. Je kunt ook niet meteen alles in een keer in praktijk brengen. Dat lukt niemand! Wil je social media inzetten om marketing te doen, dan moet je ook elke dag

daadwerkelijk iets doen! Het een gaat niet zonder het ander. Dat maakt het tegelijkertijd ook zo lastig.

LUISTEREN EN PRATEN

Als notarissen op social media actief zijn, doen ze dat vaak vanachter hun logo. Maar lezers vinden dat niet leuk. Dat spreekt hen niet aan. Zij willen liever echt contact maken, net als op een netwerkborrel. Daar praat je ook met verschillende mensen. Dat moet je dus ook op internet doen. Het is net het echte leven: je moet online luisteren en dan het gesprek aangaan. Op dit moment is het vaak een kwestie van alleen maar berichten zenden. Of van non-conversatie: notarissen zijn helemaal niet aanwezig op social media.

EIGEN TONE OF VOICE

LinkedIn is zakelijk. Daar gaat het meer om de inhoud en spreek je elkaar sneller aan met 'u'. Facebook is informeler, de berichten zijn luchtiger en persoonlijker, en er is veel meer ruimte voor humor. Daar spreekt iedereen elkaar aan met 'jij'. Twitter zit daar tussenin. Een bericht op LinkedIn kun je prima gebruiken voor Twitter. Maar een bericht op Facebook is vaak niet geschikt voor LinkedIn, of andersom. Bij Twitter draait het om de snelheid, actualiteit en ook wel de vluchtigheid. Maak daar gebruik van. Is je kantoor bijvoorbeeld tijdelijk niet bereikbaar, dan is Twitter zeer geschikt om dat te melden. (Vergeet dan

uiteeraard niet te melden dat je wel weer bereikbaar bent.)

Elk medium heeft dus zijn eigen *vibe* en daar hoort een eigen *tone of voice* bij. Daarnaast heeft elke notaris ook weer zijn eigen geluid. Door dat goed toe te passen, kun je onderscheidend zijn. Op een netwerkborrel heb ik mijn voorkeur voor bepaalde mensen. Dat geldt online net zo goed.

CONTACT LEGGEN

Ook al zit er een scherm tussen jou en de ander, persoonlijk contact leggen is ook online erg belangrijk. Hoe? Zoek eerst mensen op op basis van je eigen adresboek. Bij LinkedIn en Facebook kun je mensen uitnodigen. Zij moeten die uitnodiging accepteren. Zorg dat je de standaarduitnodiging van LinkedIn persoonlijk maakt. Daarmee kun je je echt op een positieve manier onderscheiden. Het fijne van Twitter is dat je iemand zomaar kunt volgen, toestemming van die persoon is niet nodig. De lokale *community* is belangrijk voor notarissen. Richt je daar eerst op. Ik vind dat je via LinkedIn ook kunt linken met klanten. Notarissen ervaren dit vaak als lastig. Je zou dit kunnen bespreken wanneer je klanten bij je op kantoor zijn. Of je maakt op je website een duidelijke link naar LinkedIn en Facebook. Met je doorverwijzers kun je uiteraard prima linken. ■

5 tips

Kom naar buiten, maak contact!

De Koninklijke Notariële Beroepsorganisatie (KNB) start op 23 maart met een online training 'Boeien en Binden met Social Media Marketing voor de Notaris 2.0'. Deelnemers krijgen niet alleen een actueel overzicht van alle nieuwe media, maar gaan ook daadwerkelijk aan de slag met de belangrijkste sociale netwerken. 'Learning by doing, dat maakt deze training anders', zegt Jannetta Dorsman. Dorsman is geen onbekende voor het notariaat. Eerder verzorgde zij voor de KNB de trainingen 'Personal branding' en 'Notaris 2.0' (introductie en praktijk).

Wat maakt deze cursus anders?

'Het mooie van deze training is dat je ook meteen iets doet. De eerste drie maanden zijn intensief. Je krijgt elke dag een persoonlijke mail met een opdracht die ongeveer 20 minuten duurt. Daarna is er gedurende zes maanden 'nazorg'. Deelnemers gaan dus spelenderwijs met de stof aan de slag. Elke dag doen ze een klein stukje en na drie maanden staat het er gewoon.'

Dat klinkt intensief.

'Natuurlijk is de training een belasting. Na drie maanden zijn ze me spuugzat! Maar dat geeft niks. De training is ook niet voor iedereen weggelegd. De eerste zes weken zijn overigens nog prima te doen. Dan lukt het ook nog wel om een beetje te schipperen met je opdrachten. Maar daarna moet je elke dag aan de bak, maar dat is volgens mij ook de enige manier dat het lukt.'

Wat is het doel van de training?

'De training leert je een online netwerk op te bouwen. En dat je vervolgens de mensen in dat netwerk aan je bindt door interactie aan te gaan en posts te plaatsen die die mensen interessant vinden. Mijn ervaring is dat dit notarissen uiteindelijk meer werk oplevert. Dat is natuurlijk het ultieme doel. We richten ons op LinkedIn, Facebook en Twitter. Vaak zeggen notarissen dat ze Twitter niets vinden, maar daar komen ze in de training niet mee weg. Ze moeten ondervinden wat Twitter is en wat je ermee kunt. Na negen maanden kunnen ze ermee stoppen, als ze het toch niets blijken te vinden.'

Wat voor soort opdrachten krijgen deelnemers?

'Van hele praktische, zoals hoe vul ik mijn profiel op een juiste manier? Wat is een goeie foto? Wat moet er in mijn *professional headline*? Nu staat daar vaak alleen 'notaris', soms met 'ondernemingsrecht' of een ander rechtsgebied. Of er staat een tekst rechtstreeks afkomstig van de website. Maar die profilering kan veel beter. Daarnaast richt de training zich ook op het bepalen van je strategie. Welke (mogelijke) klanten wil je benaderen? Wat wil je uitstralen? Notarissen moeten af van de grijzemuizencultuur. Kom naar buiten, maak contact!'

Nadere informatie en inschrijven:

KNB, cursussen en congressen, telefoon 070 3307167, cursussen@knb.nl of NotarisNet/Opleidingen